

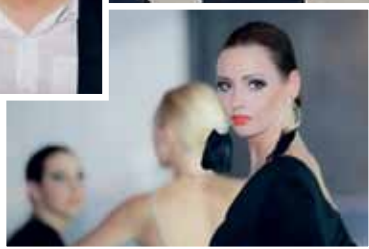
CAMPUS LIVE

Studizeitung XII/2012
Ein Medienprojekt der Studenten
des EC Europa Campus

★★★★★★
europa
campus



**Promis live beim
Radio Regenbogen Award**



**Campus-Symposium
„Kommunikation
statt Konfrontation“**



**Studienzentrum Frankfurt
startet zum Wintersemester**

www.ec-europa-campus.com
bachelor · master

Was macht eigentlich Ann-Katrin Hosp?

Ann-Katrin Hosp, die am EC Europa Campus Gesundheitsmanagement studiert hat, ist Direktionsassistentin in der Privatklinik für Psychiatrie und Psychotherapie Basel. An ihre Zeit am EC denkt Hosp gerne zurück. „Neben dem Studium habe ich auch die familiäre Atmosphäre geschätzt“, sagt Hosp. Sie erinnert sich an lernintensive Phasen, aber auch an schöne Stunden mit Kommilitonen, die zu Freunden geworden sind.

In der Klinik unterstützt sie die Direktorin in ihren Tätigkeiten, Koordinations- und Organisationsaufgaben

sowie Sitzungsvorbereitungen. Außerdem gehören die Redaktions- und Layoutleitung der Personalzeitung, die Betreuung der Homepage und die Aufbereitung der Kommunikationsgrundlagen und Druckerzeugnisse zu ihren Aufgaben. „Mein Wissen aus dem Studium kann ich gut anwenden, lerne aber täglich auch neue Dinge dazu. Ich denke, dass ich am richtigen Ort, beim richtigen Arbeitgeber und im richtigen Einstiegsjob gelandet bin“, sagt Hosp.

Frederick Kleine



Ann-Katrin Hosp an Ihrem Arbeitsplatz



Cup der Privaten 2012 in Berlin EC Europa Campus verteidigt Best-Fan-Award

Bei der neunten Auflage des Indoor-Soccer-Cups in Berlin gaben die EC-Studenten erneut alles. Nach zwei sowohl sportlichen als auch partyreichen Turniertagen wurde die grandiose Unterstützung der Mannheimer und Karlsruher Anhänger bei der Verkündung im internationalen Szeneclub Felix belohnt: Der EC Europa Campus Mannheim gewinnt wie im vergangenen Jahr den Best-Fan-Award.

In sportlicher Sicht reichte es auch dieses Jahr nicht für den Pokal, ob-

wohl die drei Mannheimer Teams und die zwei Karlsruher Mannschaften stark in das Turnier starteten, an dem dieses Jahr 64 Mannschaften aus ganz Europa teilnahmen. Alle vier Mannschaften sammelten vom ersten Spiel an Punkte, für zwei von ihnen reichte es bis in die Finalrunde der letzten 32 Teams. Das EC-Team MannU, das eher als Außenseiter galt, erreichte durch Teamgeist und starke kämpferische Leistung die finale Zwischenrunde, musste sich jedoch in der zweiten

Gruppenphase den Universitäten aus Berlin, Istanbul und Maastricht geschlagen geben.

Die erfolgreichste EC-Mannschaft waren die Eurofighters: Das Team um Torwart Yannic Wachter unterlag Lokomotive Torrausch erst im Siebenmeterschießen des Achtelfinales knapp. Außerhalb der Fußballplätze knüpften die Studenten neue Kontakte und frischten bestehende auf.

Dennis Mrugalla



Die Erstsemester Sommersemester 2012 freuen sich auf ihr Studium bei EC Europa Campus.

★★★★★★
europa campus

Impressum

Studimagazin XII/2012
Ein Medienprojekt der
Studenten des
EC Europa Campus

Redaktion Mannheim:
Julia Matlas, Laura Müller

Redaktion Karlsruhe:
Kristin Bischoff, Dwayne
Ellsworth, Max Fischer

Redaktionsteam:
Katrin Fronczek, Natalie
Dechant, Karin Lange

V.i.S.d.P.
Prof. Dr. Volker Kreyher
EC Europa Campus

EC-Studienzentrum Karlsruhe
Blücherstraße 20
(Weststadt)
76185 Karlsruhe
Tel. 0721-86 00 39 0

EC-Studienzentrum Mannheim
Janderstraße 1
(High-Tech-Park)
68199 Mannheim
Tel. 0621-84 25 66 0

EC-Studienzentrum Frankfurt
Lyoner Straße 34 (Niederrad)
60528 Frankfurt am Main
Tel. 069-66 05 66 80

www.ec-europa-campus.com



Campus Live

- Neues Studienzentrum Frankfurt **5**
- Campus-Symposium
Kommunikation statt Konfrontation **6**
- Audi-Gründer studierte in Mittweida **11**

Media Live

- Mannheimer Morgen: News aus der
Region **13**
- Sunshine Live: Wir sind unter euch **15**



Promis Live

- Künstler Kiesel: Harmonie der
Bewegung **16**
- Dirigent Thomas Fey im Interview **17**

Events Live

- Apassionata: It must be magic **20**
- Radio Regenbogen Award in Karlsruhe **21**
- Katholikentag Mannheim **22**



Sports Live

- Janice Jakait: Rudern für die Stille **24**
- Taekwondo: Tradition wird zum Trend **26**
- Adolf Seger: Schmerzen vergehen,
Siege bleiben **27**

Business Live

- SAP: Global Player vor der Haustür **28**
- Trendfabrik Brühl – We are family **29**
- DHU: Erfolgsrezept Homöopathie **30**
- Trigema: Erfolgsgeschichte made in
Germany **31**



Regio Live

- Polizei-Reiterstaffel: Zusammenspiel
von Mensch und Tier **33**
- DJ Erbgut: Musik als Lebensaufgabe **34**
- Gothic-Szene: Individuell und tolerant **35**

Anatomie erleben – Exkursion in die Uni-Klinik Heidelberg

Die Studenten der Fachrichtung Gesundheitsmanagement des EC Europa Campus erhielten im Rahmen der Anatomievorlesung bei Dr. med. Darius Khoschlessan die seltene Gelegenheit, in der Universitätsklinik Heidelberg einen genauen Einblick in die menschliche Anatomie zu bekommen. Nadine



Schindler, Präparatorin an der Uni-Klinik Heidelberg, gab den Studenten einen Überblick über die bereits 1386 beginnende Geschichte der Uni-Klinik. Sie erläuterte ihre Arbeit an den unterschiedlichen Exponaten und stellte einige davon vor. Sie erklärte den Ablauf des Präparationskurses, der nicht ausschließlich für Medizinstudenten gedacht ist, sondern auch Ärzten angeboten wird, die neue Behandlungsver-

fahren oder Implantate erproben wollen. Von 1975 an arbeitete Gunther von Hagens, der Erfinder der Plastination, einige Jahre in Heidelberg. Einige seiner Plastinate konnten die Studenten dort besichtigen. Der Höhepunkt der Exkursion war eine präparierte Leiche, bei der die unterschiedlichen Gewebe zu sehen waren und berührt werden durften.

Melanie Schneider

Klinikmarketing und Medizin-PR

Robert Schäfer, Medizin-Redakteur und Inhaber der Agentur Schäfer Kommunikation, beleuchtete für die Gesundheitsmanagement-Studenten des EC Europa Campus Mannheim seine Branche: die Gesundheitskommunikation. Er berichtete von den Besonderheiten der PR-Arbeit für Krankenhäuser und der Kommunikation zwischen

Arzt und Patient. Aufgabenfelder des Klinikmarketings und Fragestellungen der Öffentlichkeitsarbeit im medizinischen Bereich veranschaulichte er am Beispiel der Lutrina Klinik in Kaiserslautern, für die er die PR-Aktivitäten leitet.

Claudia Malsi und Sascha Frey

Exkursion zum Mannheimer Morgen



Die Studenten des EC Europa Campus Mannheim besichtigten die Produktionsabteilung des Mannheimer Morgen in Mannheim. Hans-Joachim Adler, Vorsitzender des Marketing-Clubs Rhein-Neckar, hatte die exklusive Führung organisiert. Ulrike von Eicke zeigte den Studenten das Papierlager, in dem sich 45 Papierrollen zu je 1400 Tonnen befinden. „Dieser Vorrat reicht für fünf bis acht Tage“, erklärt von Eicke. Vorbei an den riesigen Druckzylindern, die die fertigen Seiten von der Druckplatte auf das Papier bringen, ging es weiter zur Versandanlage. Dort standen die Spediteure schon bereit, um die fertigen Zeitungen an die Zielorte zu bringen. Der Mannheimer Morgen bietet EC-Studenten Praktika in der Redaktion an.

Erik Scharf

Exkursion zur Wirsol Rhein-Neckar-Arena der TSG Hoffenheim

Hans-Joachim Adler, Präsident des Marketing-Clubs Rhein-Neckar, organisierte für Studenten des EC Europa Campus eine Exkursion in die Wirsol Rhein-Neckar-Arena der TSG 1899 Hoffenheim. Marketing-Leiter Adham Srouji erläuterte den Studenten das Marketingkonzept des Vereins. „Um nach dem schnellen Aufstieg aus der Regionalliga in die erste Bundesliga dort erfolgreich zu sein und 1899 Hoffenheim als Ver-

einsmarke zu etablieren, bedarf es Engagement und Hingabe“, betonte Srouji. Während der exklusiven Führung durch die Arena mit Pressebereich und Mannschaftskabine hatten die EC-Studenten Gelegenheit, im Dialog mit Srouji einen Einblick in das Management eines Bundesligavereins zu bekommen. Ein besonderes Erlebnis war es, den Rasen der Arena zu betreten.

Max Fischer



Praktika im Eventmanagement – m:con

„Wir sind Hallenbetreiber, Agentur und Technikdienstleister in einem“, erklärt Benedikt Füssel, Business Development Manager der Mannheimer Kongressgesellschaft m:con bei einer Exkursion der EC-Studenten in den Rosengarten. Hans-Joachim Adler,

Präsident des Marketing Clubs Rhein-Neckar, hatte die Führung organisiert. Als Kongressgesellschaft die komplette Veranstaltungsabwicklung anbieten zu können, sei einmalig in Deutschland, sagte Füssel. 430 Veranstaltungen pro Jahr finden im Rosengarten auf einer Fläche von 22 000 Quadratmetern statt. „Die direkte Anbindung an das Dorint Hotel und die zentrale Lage mitten in der Stadt sind weitere Vorteile von m:con“, so Füssel. Der Rosengarten zählt zu den modernsten Veranstaltungszentren Europas. m:con bietet EC-Studenten Praktika an.



Hoch hinaus: Neues Studienzentrum Frankfurt am Main

EC Europa Campus eröffnete jetzt auch in Frankfurt am Main, Lyoner Straße 34, ein Studienzentrum. Bei der Pressekonzferenz hob der Prokurist Wirtschaftsförderung der Stadt Frankfurt, Oliver Schwebel, hervor: „Die Stadt Frankfurt am Main begrüßt die neuen Studienmöglichkeiten. Damit wird Frankfurt für Studenten noch attraktiver und die Wirtschaft profitiert von jungen Akademikern.“ Der Vorstandsvorsitzende der AMAK-Akademie und Prodekan der Hochschule Mittweida, Prof. Dr. Otto Altendorfer, erklärte: „Bei dem jetzt auch in Frankfurt angebotenen Studium handelt es sich um ein andernorts bereits erprobtes und evaluiertes Studienmodell.“ Prof. Dr. Volker Kreyher, Akademischer Leiter und Geschäftsführer des EC Europa Campus, betonte: „Vorteile des Studiums sind Praxisnähe und individuelle Betreuung. Bereits jetzt ist die Bewerbungsrate für die rund hundert im Wintersemester in Frankfurt angebotenen Studienplätze hoch.“ - „Gerade im Bereich Medien, Kommunikation und Marketing entwickeln sich in Frankfurt hervorragende Chancen für aufgeschlossene, unternehmerisch denkende junge Menschen“, so Stadtrat und Wirtschaftsdezernent Markus Frank.

Gute Aussichten: Neues Studienzentrum in Frankfurt Niederrad



Die Stadt Frankfurt am Main unterstützt das neue Studienzentrum. Stadtrat Markus Frank und Oliver Schwebel (r.), Prokurist Wirtschaftsförderung Frankfurt am Main, mit der Akademischen Leitung des EC Europa Campus bei der Pressekonzferenz, moderiert von Gerhard Meier-Röhn (l., SWR-Studioleiter).

Die EC-Studenten veranstalteten eine Modenschau.



EC-Campus-Symposium in Mannheim: Kommunikation statt Konfrontation

Kommunikation in kritischer Öffentlichkeit – darum drehte sich alles beim Campus-Symposium des EC Europa Campus, das diesmal im Mannheimer Flughafen veranstaltet wurde. Der von den Studenten organisierte Event widmete sich Themen wie Öffentlichkeit und Gegenöffentlichkeit, Protest und Bürgerbeteiligung, Eskalation und De-eskalation und Dialog und Mediation. Mit diesen Themen beschäftigen sich auch die von EC Europa Campus in Karlsruhe, Mannheim und Frankfurt angebotenen Bachelorstudiengänge „Kommunikations- und Medienmanagement/PR“ und „Internationales Marketing, Marken und Medien“ sowie der neue Masterstudiengang „Kampagnenmanagement / Public Affairs“.

„Kommunikation statt Konfrontation“ bei Großprojekten, die den Protest der Bürger herausfordern – diesem Thema widmete sich die von Wolfgang Grünwald vom Rhein-Neckar Fernsehen moderierte Talkrunde beim Campus-Symposium: Waldemar Oldenburger, Leiter Unternehmenskommunikation



Kampagnenberater und EC-Dozent Andreas Graf von Bernstorff mit Roland Kress, Leiter Konzernkommunikation von MVV

von Alstom, und Roland Kress, Leiter Konzernkommunikation von MVV diskutieren dieses heiße Thema mit Kampagnenberater Andreas Graf von Bernstorff und Obinna van Capelleveen, Kommunikationsberater für das norddeutsche Großprojekt Femern A/S. Politiker und Unternehmen müssen gezielt Verantwortung übernehmen, wenn die Energiewende geschafft werden soll. Dazu müssen Bürgerinitiativen, Anspruchsgruppen, Organisationen und Unternehmen gezielt zusammengeführt werden, um miteinander in den Dialog zu treten. Hier besteht massiver Handlungsbedarf – denn die Menschen im Land legen beim Bau von Windkraftanlagen oder Stromtrassen Protest ein. Neue Kommunikationsstrategien müssen entwickelt werden, die die Bürger gezielt einbeziehen

und die neuen Möglichkeiten der Medien nutzen, wenn die Zukunft gesichert werden soll.

Dialogfähigkeit im Umgang mit Medien und Öffentlichkeit

Kommunikationsstrategien, die eingesetzt werden können, um Eskalationen, wie sie aktuell beim Fußball vorkommen, zu beherrschen und abzubauen, waren Thema einer weiteren Talkrunde, bei der die Mannheimer Polizeipräsidentin Caren Denner, der Stadionsprecher von TSG Hoffenheim, Mike Diehl, der Geschäftsführer von

SV Waldhof, Andreas Laib, und der Präsident des Marketing-Clubs Rhein-Neckar, Hans-Joachim Adler, miteinander diskutierten.

Dialogfähigkeit im Umgang mit der Öffentlichkeit und Zugang zu den Medien sind Voraussetzung, wenn notwendige Veränderungsprozesse eingeleitet und gleichzeitig die Ansprüche der Bürger berücksichtigt werden sollen. Das Bachelorstudium „Kommunikations- und Medienmanagement/PR“ des EC Europa Campus vermittelt Fähigkeiten, Kommunikationsprozesse erfolgreich zu gestalten. Die Studenten, die mit dem Ziel des staatlichen Hochschulabschlusses des Bachelor of Arts studieren, erwerben Kompetenzen, um Kommunikationsbeziehungen zwischen Wirtschaft, Politik, Medien und Gesellschaft zu managen.



Waldemar Oldenburger, Obinna van Capelleveen, Prof. Dr. Volker Kreyher, Moderator Wolfgang Grünwald, Andreas Graf von Bernstorff und Roland Kress (v.l.n.r.) diskutierten das heiße Thema „Kommunikation in kritischer Öffentlichkeit“.



Waldemar Oldenburger und Obinna van Capelleveen



Hans-Joachim Adler, Präsident des Marketing-Clubs Rhein-Neckar e. V.



Kampagnen, Events und Marken inszenieren

Eine besondere Herausforderung ist das Markenmanagement für kritische Produkte, beispielsweise für Ernährungsprodukte und Genussmittel. Im Bachelorstudium „Internationales Marketing, Marken und Medien“ des EC Europa Campus werden Fähigkeiten zur Planung, Organisation und Kontrolle von marktorientierten unternehmerischen Aktivitäten vermittelt. Dabei berücksichtigen die Studenten gesellschaftliche und kulturelle Beson-

derheiten der jeweiligen Zielmärkte. Sie analysieren risikobehaftete Themen und entwickeln situationsgerechte Kampagnen zur Markenkommunikation.

Das neue Masterstudium „Kampagnenmanagement / Public Affairs“ des EC Europa Campus vertieft die Kompetenzen im Kommunikations- und Kampagnenmanagement. Eine Kampagne zielgerichtet durchzuführen, das ist die entscheidende Fähigkeit für Unternehmen, Regierungen, Parteien und Organisationen. Die Studenten lernen, die Interessen von Unternehmen, Bürgerinitiativen und Organisationen in der

Öffentlichkeit zu vertreten. Innovative Medien werden eingesetzt und aufeinander abgestimmt, um die Zielgruppen zu erreichen. Dafür nutzen die Studenten Public Relations, Marketing, Social Media und Events.

Nur, wenn eine Kampagne mediengerecht ist, kann sie erfolgreich sein. Die Bachelor- und Masterstudiengänge des EC Europa Campus vermitteln Fähigkeiten, mit Medien gezielt umzugehen und Themen aufmerksamkeitsstark zu inszenieren.

Umrahmt wurde die Veranstaltung von zwei Fashion-Shows, bei denen die Studenten die Themen visuell darstellten.

EC-Studentin Annika Zschuppe ist Miss Rheinland-Pfalz.



Miss Rheinland-Pfalz

Bei der Wahl der Miss Germany 2012 (MGO) setzte sich die EC-Studentin Annika Zschuppe gegen ihre Konkurrentinnen durch und wurde zur Miss Rheinland-Pfalz gekürt. Nach zwei Durchgängen in Bikini und Abendgarderobe mussten die Kandidatinnen noch ein Interview geben, ehe die Jury entschied: Annika ist die Beste. „Es war spannend bis zum Schluss“, sagt Zschuppe, „ich habe die Jury durch meine Natürlichkeit überzeugt.“ Sich vor Publikum zu präsentieren, ist für die 22-Jährige nicht neu, denn schon mit 13 Jahren spielte sie in einem Film mit und wirkte in der Schauspielgruppe „Neue Filmszene Kaiserslautern“ mit. Zurzeit dreht Zschuppe einen Fantasy-Film und davor stand sie in Reportagen im Frühstück-TV bei SAT 1 vor der Kamera. In einem Videoclip der Gruppe Lasercraft 3D ist sie als Komparsin zu sehen.



Miss Baden-Württemberg 2000: EC-Dozentin Dipl.-Psych. Christine Stamatis. Foto: Laser- & Beauty-Center Karlsruhe

Alwina Kuhn: „Medienselektion, Medienbedeutung und beabsichtigte Medienwirkung“

Eine Rezension von Gerhard Meier-Röhn, EC-Dozent und Geschäftsführer von GMR Medienconsulting



Alwina Kuhn, Bachelor of Arts

Das Fazit der Autorin und ehemaligen EC-Studentin Alwina Kuhn ist treffend und zielführend. Die von Massenmedien propagierte Unabhängigkeit, Objektivität und Neutralität erweist sich kritisch betrachtet in der Praxis als Trugbild. Es hätte der detaillierten Aufarbeitung des Russland-Georgien-Kriegs zunächst gar nicht bedurft, um diese Wahrheit abschließend festzustellen. Auf vielen Feldern der täglichen Berichterstattung ist diese Erkenntnis nachzuvollziehen.

Kuhn ist es gelungen, die Verwerflichkeit und Manipulation von Medien im Auftrag und Interesse von Kriegsparteien darzustellen. Die Wahrheit ist immer das erste Opfer eines Krieges. Dies ist auch noch heute so, was uns bei der Wahrnehmung von Reporterberichten kritisch machen muss. Medien als verlängerter Arm von interessengesteuerten Propagandaapparaten sind Phänomene, die mit einer verantwortlichen Berichterstattung nichts zu tun haben. Dass auch wir in unserer multiplen Mediengesellschaft Manipulationen und bewusster Lüge ausgesetzt sind, macht die Arbeit von Kuhn zusätzlich lesenswert.



Fernsehen hautnah erleben – Exkursion zum ZDF-Sendezentrum

Die Studenten des EC Europa Campus schauten hinter die Kulissen des ZDF Sendezentrums in Mainz. Nach Zahlen, Daten und Fakten zum Sender besichtigten die Studenten das Aufnahmestudio und den Regieraum. Höhepunkt der Exkursion war die Teilnahme an einer TV-Aufzeichnung der Sendung „Fragen - Philosophie im Gespräch“ mit den Talkgästen Anne Gesthuysen, Heiner Geißler und Lilo Wanders. So konnten die Studenten nicht nur live bei einer Aufzeichnung dabei sein, sondern sich später auch im Fernsehen wieder finden.



Ulrich Bäßler

Moderations- und Stimmtraining mit Schauspieler Benedikt Crisand



Am EC Europa Campus in Karlsruhe fand ein Workshop des Marketing-Clubs Karlsruhe mit dem Heidelberger Schauspieler Benedikt Crisand statt. Crisand bot den EC-Studenten und den Mitgliedern des Marketing-Clubs einen kreativen Tag, an dem sie viel über Eigen-, Fremd- und Raumwahrnehmung lernten. Die Studenten übten das Improvisieren mit Sprache und das Improvisieren unter Druck. Die erprobten Fähigkeiten können nun im studentischen Alltag in Präsentationen oder im Beruf bei Verhandlungen angewandt werden.

Stilian Nikolow



Über die Schulter geschaut – Exkursion zum Pressehaus Stuttgart

Die Studenten des EC Europa Campus hatten mit ihrem Dozenten Georg Vetter Gelegenheit, hinter die Kulissen des Stuttgarter Zeitungsverlags und des Radiosenders Antenne 1 zu blicken. Christian Gottschalk aus dem Politikressort erläuterte den Redaktionsalltag einer Tageszeitung und betonte, dass das Verständnis, für gute Berichterstattung Geld zu zahlen, allmählich verloren gehe. „Online-Medien sind Parasiten der Printmedien“, so Gottschalk. Susanne Pfersich und Dietmar Gustke, zuständig für Marke-

ting und Öffentlichkeitsarbeit, führten die Studenten durch die Druckerei. Bei dem anschließenden Besuch des größten privaten Radiosenders in Baden-Württemberg, Antenne 1, erklärten die Verkaufsleiter Michael Mezödi und Jörg Langer die Marketingstrategie von Antenne 1. Programmchef Alexander Heine zeigte den Studenten den Sender, dabei konnten sie einem Moderator während einer Livesendung über die Schulter schauen.

Marius Bradler

EC-Studenten besuchen Mannheimer Maimarkt

Die Studenten des EC Europa Campus bewerteten bei einer Exkursion zum Mannheimer Maimarkt Messestände und setzten so die Theorie zum Thema Veranstaltung in die Praxis um. Am Stand des Mannheimer Morgen gab Thorsten Langscheid den Studenten einen Einblick in die Arbeit der Journalisten während des Maimarkts. Im gläsernen Studio des SWR erläuterte Reporter und Moderator Henry Barchet den Alltag der Radiojournalisten auf der Messe. „Während des Maimarkts sind wir besonders nah an den Hörern, da wir live von hier senden. Die Hörer

kennen meist nur unsere Stimme, aber auf dem Maimarkt sehen sie uns auch“, sagt Barchet.

Mischa Flinspach



Praktika und interessante Einblicke: eMobilitätszentrum Karlsruhe

Dr. Klaus Neb, Aufsichtsratsvorsitzender der Michelin Reifenwerke, lud die EC-Studenten ins eMobilitätszentrum Karlsruhe ein. Innovationen im Bereich Mobilität stellen eine Herausforderung



der Zukunft dar: Elektrofahrzeuge, kabellose Lademöglichkeiten oder die Verminderung der Reibung zwischen Bereifung und Straße sind Themen, mit denen sich die Partnerunternehmen wie Michelin oder EnBW beschäftigen. Besonders wichtig sind die strategische Kommunikation und das zielgerichtete Marketing von Innovationen. Neb bot den Studenten Praktika an: „Management ist die Technik, um Erfolg zu haben – je früher man praktische Erfahrungen sammelt, umso besser.“

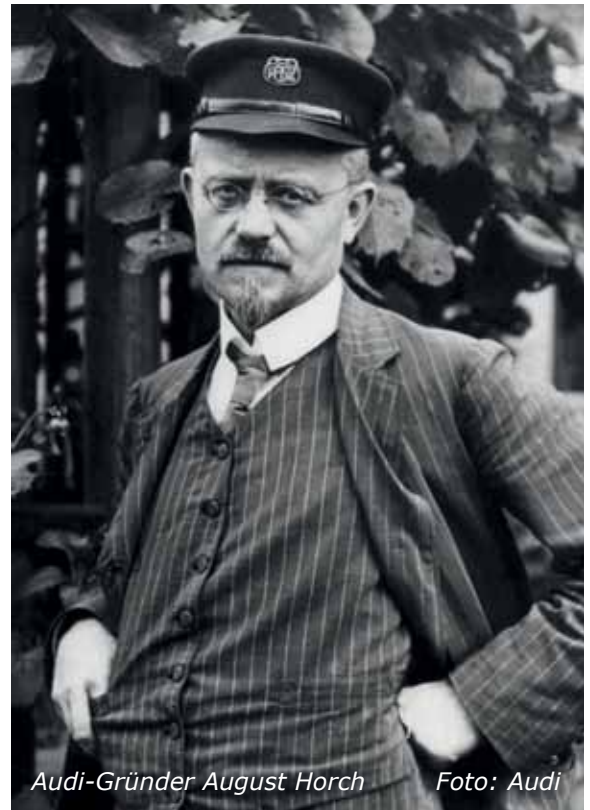
Stilian Nikolow

Horch, ein Audi!

Audi-Gründer war Student an der Hochschule Mittweida

„Vorsprung durch Technik!“ So lautet ein Werbeslogan des Unternehmens Audi von 1971. Den Grundstein für diese Technik legte August Horch. 1888 beginnt er seine Ausbildung zum Ingenieur für Maschinen- und Motorenbau an der Hochschule Mittweida. Anfangs fiel ihm das Studium in Mittweida schwer, doch „mit hartnäckigem Fleiß“ arbeitete er den Wissensvorsprung, den die Gymnasiasten dem Volksschulabsolventen voraus hatten, schnell auf. Nach Beendigung des Studiums ist er zunächst im Motorenbau und später als Abteilungsleiter im Motorwagenbau bei Carl Benz in Mannheim tätig. Der Ingenieur erkannte früh seine Leidenschaft zur Entwicklung und Konstruktion und machte sich 1899 selbstständig. So kam es zur Gründung der Motorwagenwerke A. Horch & Cie. in Köln, einer „Reparaturwerkstatt für Motorfahrzeuge und Maschinen aller Art“. Nach zehn Jahren erfolgreicher Arbeit verlässt Horch aufgrund eines Zerwürfnisses das Unternehmen. Gleich darauf jedoch gründet er

in Zwickau die August Horch Automobilwerke. Horch beginnt mit der Konstruktion eines neuen Wagens. Zeitgleich zu den ersten Bestellungen erhält er eine Klage wegen des Firmennamens. In seinen Memoiren hält er fest: „Meine frühere Firma sprach mir das Recht ab, die neue Firma August Horch zu nennen.“ Die Idee, den lateinischen Imperativ des deutschen Wortes „höre – horch“ zu verwenden, brachte ihn auf einen neuen Firmennamen: aus „horch“ wurde „audi“. Durch neue Entwicklungen und die siegreiche Beteiligung an den österreichischen Alpenfahrten von 1911 bis 1914 gelang es Horch, den Namen Audi innerhalb weniger Jahre international bekannt zu machen. Fortan erhielt der besonders erfolgreiche Audi Typ C 14/35 PS den Beinamen Alpensieger. Nach dem Ersten Weltkrieg zog sich



Audi-Gründer August Horch Foto: Audi

Horch aus dem Unternehmen zurück und siedelte nach Berlin über, wo er seine Tätigkeit als Automobil-Sachverständiger aufnahm. 1951 starb August Horch im oberfränkischen Münchberg. Der Ingenieur und Unternehmer gehört zu den herausragenden Persönlichkeiten Deutschlands, wie es im Hochschulblatt des Technikums Mittweida heißt. Seine Ausbildung an der Hochschule Mittweida war der Beginn.

Annchristin Höll



Zu Gast bei Freunden: Prof. Dr. Otto Altdorfer, Prodekan der Hochschule Mittweida und Vorsitzender der AMAK-Akademie, weicht die EC-Studenten in die Geschichte des bekannten Absolventen ein.

Corporate Identity von Branchen



Gianna Frazzetta, Lara Beiler und Natalie Steglich präsentierten die CI von Adidas, Nike und Puma.

Im Modul Unternehmensführung II analysierten die EC-Studenten die Corporate Identity (CI) von Branchen, und nahmen Corporate Design (CD), Corporate Behaviour (CB), Corporate Communication (CC) und Corporate Social Responsibility (CSR) kritisch unter die Lupe. Die Automobilbranche, Kreuzfahrtunternehmen, Sportartikelhersteller, Getränkeindustrie, Hotels und Textilunternehmen sind Themen der Powerpoint-Präsentationen der Studenten.



Marco Hauser, Andreas Kunz, Roman Werling und Andreas Basler stellten die Automarken Mercedes, BMW, Audi und Porsche vor.



Dennis Mrugalla bei seiner Abschlusspräsentation in Kommunikationspolitik



Bachelor Sarah Kraft (l.) organisiert im Unimog-Museum Gaggenau Events mit dem 218 PS-starken Unimog.

Mannheimer Morgen: News aus der Region Rhein-Neckar

„Menschen saßen an Schreibmaschinen und schrieben darüber, was gerade aktuell ist, und ich dachte, so will ich gerne sein“, erzählt Stefan Prötel, stellvertretender Chef vom Dienst und Redakteurausbilder des Mannheimer Morgen auf die Frage, wie er Journalist wurde. Die Schreibmaschinen, von denen er spricht, stehen im Mailänder Pressezentrum. Dort haben er und ein Freund 1990 Karten für ein Spiel der Fußballweltmeisterschaft abgeholt, und hier schaute Prötel den Redakteuren über die Schulter und war begeistert. Die Printmedienbranche hat sich im Laufe der Zeit gewandelt, steht einer großen Konkurrenz, dem Internet, gegenüber. Tageszeitungen wie der Mannheimer Morgen müssen kreativ sein, um vor allem junge Leser an die Zeitung zu binden. „Wir müssen immer einen großen Spagat machen, da unsere Durchschnittsleser über 50 Jahre alt sind und uns junge Leser nicht mehr so gerne lesen“, erklärt Prötel. Eine Initiative des Mannheimer Morgen, junge Leser anzusprechen, ist eine Kinderseite, die jeden Samstag erscheint. Außerdem versucht der Mannheimer Morgen, junge Erwachsene durch eine trendige Themenauswahl zu gewinnen. „Die Zeitung steht vor einem Umbruch. In Zu-



Stefan Prötel, stellvertretender Chef vom Dienst beim Mannheimer Morgen, erklärt EC-Studentin Alexandra Aidoni den Aufbau der Tageszeitung.

kunft werden wir wahrscheinlich nicht unser gesamtes Angebot kostenlos im Web anbieten können“, so Prötel. Der Mannheimer Morgen ist eine regionale Zeitung, aber auch überregionale Themen sind wichtig. Diese werden auf die regionale Ebene bezogen, so dass der Leser die Auswirkungen auf die Region erfährt. Zu seinen Aufgaben sagt Prötel: „Der stellvertretende Chef vom Dienst ist zuständig für den Redaktionsspiegel, die Seitenverteilung und die Koordina-

tion mit der Anzeigenabteilung.“ Stellvertretender Chef vom Dienst zu sein bedeutet auch, als Scharnier zwischen den Ressorts zu fungieren. Praktikumsplätze bietet der Mannheimer Morgen im Bereich Redaktion an. Die bezahlten Praktika gehen über sechs Wochen. Voraussetzungen, um ein Praktikum zu bekommen, sind Textproben und ein Studium im journalistischen Bereich.

Alexandra Aidoni

Die neue Welle: Nah am Hörer

„Wir leben dieses Produkt und wir lieben es“: Das ist nicht nur die Einstellung von Andrea-Alexa Kuszák, Geschäftsführerin des Radiosenders „die neue welle“ in Karlsruhe, sondern auch die ihrer Mitarbeiter - und das Erfolgsrezept. Der Sender hat eine Reichweite von Mannheim, Karlsruhe, Pforzheim bis

Baden-Baden und Stuttgart. Zurzeit hat „die neue welle“ zwischen 6 und 18 Uhr im Durchschnitt 50 000 Hörer pro Stunde. Dafür arbeiten 40 Mitarbeiter Tag und Nacht.

Der Sender definiert sich als Familiensender. Die Stärken sind klar. Als Regionalsender ist „die neue welle“ nah am Hörer. „Natürlich bringen wir Welt-

nachrichten, aber interessant wird es, wenn wir diese auf die Region beziehen können“, erklärt Kuszák.

Werbeinstrumente sind klassische Plakate oder Out-of-home-Werbung auf Straßenbahnen, Bussen und Autos. Es gibt Aktionen direkt mit den Hörern, wie Stammtische, Weiberabende oder Shopattacks. Auf Events berichtet „die neue welle“ live vor Ort. „Damit haben wir das Stückchen mehr zu bieten“, erklärt David Rohde, Programmleiter des Senders.

„die neue welle“ ist auch im Internet und in sozialen Netzwerken vertreten. „Online ist die Verlängerung des Produkts“, erklärt Kuszák, „Radio hat nun mal die beste Plattform, um sich selbst zu bewerben“. „die neue welle“ bietet EC-Studenten Praktikumsplätze an.

Max Fischer



Wirft einen Blick hinter die Kulissen: EC-Student Max Fischer mit David Rohde, Programmleiter bei „die neue welle“

Econo: Wirtschaft, Lifestyle and more

Econo ist ein regionales Wirtschaftsmagazin in der Metropolregion Rhein-Neckar. Die Zielgruppe sind Unternehmer und Entscheider. Deshalb findet der Leser vor allem Firmenporträts und Unternehmensberichte. Auf die Frage, welche Schwächen und Stärken econo gegenüber Tageszeitungen hat, antwortet Chefredakteur Sebastian Helbing:

„Econo ist ein Magazin, das alle zwei Monate erscheint, die Themen müssen nach zwei Monaten immer noch aktuell sein. Themen zu finden, die über einen solch langen Zeitraum aktuell bleiben, ist eine Herausforderung.“ Als Stärke führt Helbing an, dass die Berichte in econo weitaus informativer und ausführlicher sind als in der Tageszeitung.

Wie alle Verlage im Printgeschäft, muss sich auch econo etwas einfallen lassen, um seine Leser nicht an das Internet zu verlieren. Die Geschäftsleitung spielt mit dem Gedanken, ihr Geschäft mit Apps zu ergänzen, damit die Leser dem Magazin treu bleiben und neue dazu gewonnen werden. Econo gehört zur Mediengruppe Haas, genauso wie der Mannheimer Morgen, fünf Tageszeitungen und die Werbeagentur XMedias. Sechs Mitarbeiter sind bei econo im Vertrieb, in der Anzeigenabteilung und bei der Projektplanung beschäftigt. Econo und der Mannheimer Morgen arbeiten zusammen, so erscheint auch vierteljährlich eine Sonderbeilage von econo im Mannheimer Morgen. Econo bietet für EC-Studenten Praktika in der Redaktion an. „Das Wichtigste ist, gut schreiben zu können. Unsere Redakteure sollten sich in Wirtschaft auskennen, aber man muss für ein Praktikum nicht Wirtschaft studiert haben“, sagt Helbing. Seine Aufgaben bei econo als Chefredakteur sind die Konzeption des Magazins, die Themenvergabe sowie die Koordination und Absprache mit den Fotografen. Econo als Wirtschaftsmagazin hat sich fest in der Region Rhein-Neckar etabliert als ein informativer Experte in regionalen Wirtschaftsthemen.



Alexandra Aidoni mit Sebastian Helbing, Chefredakteur von econo

Alexandra Aidoni

Beltz Verlag: Tradition in Schrift und Bild

Der Weinheimer Beltz Verlag hat im vergangenen Geschäftsjahr eine Umsatzsteigerung von 20 Prozent verbucht. Über 50 Prozent des Jahresumsatzes von 32 Millionen Euro hat das Traditionsunternehmen mit dem Genre Kinder-, Bildungs- und Sachbücher erwirtschaftet. Geschäftsführerin Marianne Rübemann sagt: „Tradition und Zukunft miteinander zu verbinden, das ist unsere Hauptaufgabe“. Mit Tradition meint Rübemann auch erfahrene Mitarbeiter, mit Zukunft die jungen Mitarbeiter mit neuen Ideen: „Erfahrung gepaart mit frischen modernen Ideen stehen für Fortschritt“, sagt sie. Mit 3500 lieferbaren Titeln ist der Beltz Verlag ein gut aufgestelltes mittelständisches Unternehmen.

„Auf die Digitalisierung von Büchern, wie das eBook, haben wir uns gut eingestellt“. Besonders hohen Wert legt der Beltz Verlag auf Aktualität: „Es gibt täglich neue Themen und Techniken, da müssen wir immer auf dem neues-

ten Stand sein, um den Anschluss nicht zu verpassen.“

Als Chefin von 450 Mitarbeitern anzutreten, war für Rübemann anfangs schwer. „Die Fußstapfen meines Vaters als Geschäftsführer waren sehr groß, und ich musste mir das Ansehen als weibliche Geschäftsführerin erarbeiten.“ Rübemann leitet das Familienunternehmen seit 2004 gemeinsam mit ihren drei Geschwistern. „Natürlich ist es nicht immer einfach, Konflikte in der Geschäftsführung mit seinen Geschwistern auszutragen. Doch steht bei

uns das Unternehmen an erster Stelle“, stellt sie klar.

Aaron Reineke



Aaron Reinecke mit Beltz-Geschäftsführerin Marianne Rübemann

Das Sunshine Live-Maskottchen Clubby ist immer mit dabei: EC-Studentin Simone Moor beim Interview mit Programmdirektor Jürgen Wiesbeck



Sunshine Live

Wir sind unter euch

Größen wie Laserkraft 3D, Bob Sinclar und die Global Deejays haben ihren nationalen Erfolg einem Radiosender zu verdanken: Sunshine Live Radio Mannheim. Seit 1997 sorgt der Sender dafür, dass unbekannte Songs zu Gold- und Platinhits werden und sich auf dem Musikmarkt erfolgreich etablieren. Trotz der hohen Erfolgsquote bleibt das Radioteam dennoch seinem Motto treu: „Sunshine Live ist ein Lebensgefühl“, erklärt Programmdirektor Jürgen Wiesbeck, „die Hörer sind uns das Wichtigste, denn ohne sie gäbe es kein Programm.“

Zu Beginn setzte sich das Medium das Ziel, speziell Musik für junge Menschen zu mixen, der erste Jugendsender ent-

stand. Anfangs deckte der Sender ein breites Musikspektrum ab, wie Dance, Hip-Hop und Rock. Während alle anderen Rundfunkstationen dem so genannten Mainstream angehören, entwickelt Sunshine Live eine Besonderheit: „Seit 2001 sind wir ganz elektronisch ausgerichtet“, erläutert Wiesbeck.

Das Programm, das heute 90 000 Stammhörer begeistert, setzt sich aus Musik, Werbung und Nachrichten zusammen. „Als Radio sind wir Teil der Hörer. Unsere Hörer suchen die Nähe zu uns, um sagen zu können: Das sind mein Radio und mein Moderator. Wir versuchen, Sunshine Live am Leben zu erhalten und sind deshalb immer draußen, um die Menschen live erleben

zu können“, stellt der Programmdirektor fest.

Um dem Publikum noch näher zu sein, veranstaltet Sunshine Live jährlich etwa 100 Veranstaltungen. Dabei sendet das Team nicht nur live aus nationalen, sondern auch aus internationalen Diskotheken, wie zum Beispiel aus Lloret de Mar, Mallorca, Ibiza, St. Petersburg, Stockholm, London, Paris oder der Karibik. „Ich habe mein Hobby zum Beruf gemacht und lege nun weltweit auf“, schildert DJ Falk, Moderator bei Sunshine Live und international erfolgreicher DJ. Sunshine Live Radio Mannheim bietet für EC-Studenten Praktikumsplätze an.

Simone Moor

Harmonie der Bewegung

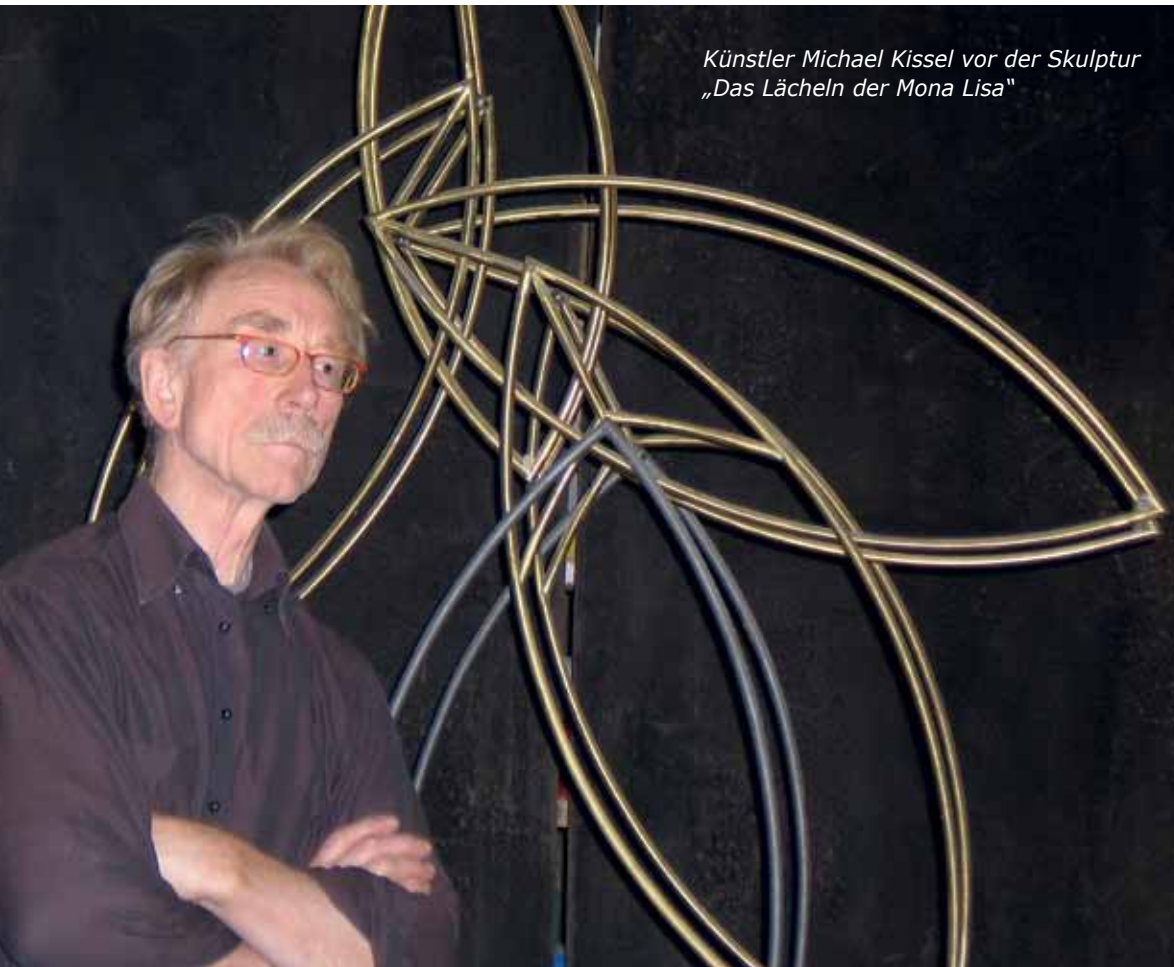
Michael Kissel aus Ladenburg ist ein Künstler, der sich seit 1970 mit einer besonderen Art der Kunst beschäftigt: der Kinetik. Bei kinetischer Kunst geht es darum, Kunstwerke zu schaffen, die sich durch die Naturkräfte Wind, Wasser und Gravitation bewegen und nur aus leichten Metallen gefertigt sind. Kissel lernte die drei Handwerksberufe

Möbelbauer, Silberschmied und Bildhauer, bevor er sich entschied, Kunstwerke zu gestalten. „Was durch meine Hände geht, bekommt Leichtigkeit und Schwerelosigkeit“, so Kissel. Dabei sind die einzelnen Elemente so angeordnet, dass sie bei den Bewegungsabläufen unabhängig umeinander kreisen ohne anzustoßen und dadurch eine eigene

Choreographie erzeugen. Beeindruckend macht er dies an der Skulptur „Das Lächeln der Mona Lisa“ deutlich. Mittlerweile blickt er auf über 40 Jahre Künstlerdasein zurück, in denen er Höhen und Tiefen erlebt, jedoch niemals aufgegeben und immer seine Ziele verfolgt hat. So kann er heute stolz auf seine über 35 Werke sein, die zahlreiche Städte verschönern, wie in Ladenburg „Landmarke und Blätterfantasien“, in Ulm „Baum der Erkenntnis“, in Heppenheim „Vier Windskulpturen“ und in Leipzig, wo er einen ganzen Straßenzug der Ritterpassage gestaltet hat. Bei der Gestaltung orientiert sich Kissel an den Bewegungsabläufen von Sportlern.

Auch in Mannheim hat Kissel seine Spuren hinterlassen: im Luisenpark mit der „kinetischen Schnecke“ und dem „Wellenspiel“ sowie in Mannheim-Vogelstang mit der kinetischen Skulptur „Windvögel“. Aber nicht nur in der Kinetik hat er sich einen Namen gemacht, sondern auch mit seinen Bronzeplastiken. Seine Motivation: „Die Suche nach Harmonie und Lebendigkeit“.

Michael Schäfer



Künstler Michael Kissel vor der Skulptur „Das Lächeln der Mona Lisa“

Vanessa Velte – Königin der Leserherzen

Plötzlich tapsen zwei Ziegenbabys in den Saal. Während der Preisverleihung der Goldenen Bild der Frau des Axel-Springer-Verlags in Berlin. Vorbei an Menschen wie Peter Maffay und Bundesarbeitsministerin Ursula von der Leyen direkt auf die Bühne – zur Gewinnerin Vanessa Velte aus Ottersweier bei Baden-Baden mit ihrem Projekt „Schenke eine Ziege“. Die 26-Jährige wurde zur „Königin der Leser-Herzen“ gekrönt und gewann mit dem 2006 gegründeten Verein 40 000 Euro für not-

leidende Familien in Uganda. Mit nur einer Ziege kann sich eine Familie eine Existenz aufbauen. Olympiasiegerin Maria Höfl-Riesch hob lobend hervor: „Vanessa Velte verschenkt viel mehr als Ziegen – sie verschenkt Zukunft!“

Während Moderator Kai Pflaume die Preisträgerin Vanessa Velte interviewt, kümmert sich Olympiasiegerin Maria Höfl-Riesch um die Ziegen.
Foto: Melanie Stern





Thomas Fey dirigiert die Heidelberger Sinfoniker. Foto: Rosa Frank

Interview mit Thomas Fey

Der Dirigent als Manager

Als Dirigent der Heidelberger Sinfoniker und des Mannheimer Mozartorchesters gilt Thomas Fey als einer der erfolgreichsten Interpreten der Wiener Klassik. EC-Studentin Simone Pisczor sprach mit ihm.

Warum wurden Sie Dirigent?

Ich arbeite unglaublich gerne mit Menschen zusammen. Es macht mir einfach Spaß, mit zum Teil sehr jungen Leuten Musik zu erschließen und sie zu motivieren. Schon als junger Kerl hatte ich eine Affinität zu Mozart und Beethoven. Das ist für mich einfach große Emotionsmusik.

Wer inspirierte Sie?

Mit 21 Jahren entschloss ich mich dazu, Dirigent zu werden. Während meines Studiums wurde ich unter anderem von Leonard Bernstein und Nikolaus Harnoncourt ausgebildet. Harnoncourt riet mir, mich langsam an der Musikgeschichte entlang zu bewegen, was dazu führte, dass ich mich jahrelang mit der Wiener Klassik beschäf-

tigte. Ich stecke für mich als Dirigent etwa 150 Jahre Musikgeschichte ab und in diesem Rahmen versuche ich sehr gut zu sein. Aber langsam, mit gutem Druck und rastloser Geduld. Am besten unverkrampft, mit Liebe und Leidenschaft.

Wie gelang Ihnen der Durchbruch?

Als angehender Dirigent merkte ich bald, dass Menschenführung in diesem Beruf wichtig ist. Um Praxis zu bekommen, gründete ich das Schlierbacher Kammerorchester, aus dem 1993 die Heidelberger Sinfoniker hervorgingen. Es folgten Tourneen, Rundfunkaufnahmen und internationale Veranstaltungen. Aus einer studentischen Schnapsidee wurde ein Produkt, das Weltformat hat.

Inwieweit sind Sie Dirigent und Manager zugleich?

Ich bin Geschäftsinhaber der Agentur „classic arts“, die meine beiden Orchester vermarktet. Meine Managertätigkeit umfasst das Dirigieren in musischer sowie in unternehmerischer Hinsicht.

Welches Projekt ist in nächster Zeit geplant?

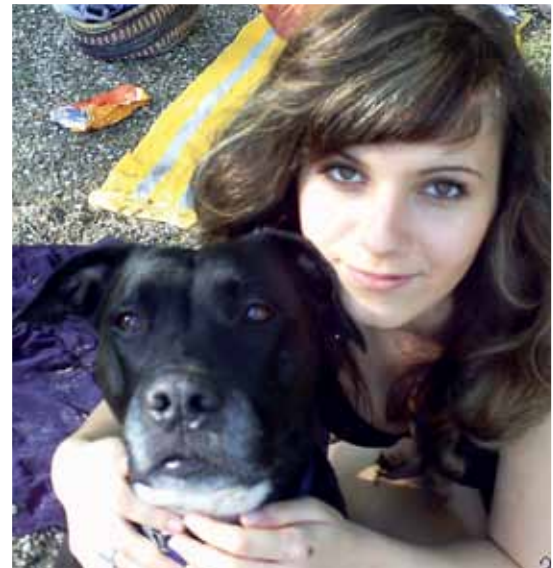
2010 wurde das Mannheimer Mozartorchester für den Grammy Award nominiert. Nach diesem Erfolg planen wir im Mozartsaal des Mannheimer Rosengartens ein Galakonzert. Das Stück „Thamos, König in Ägypten“ von Mozart wird ein Wechselspiel zwischen Text und Musik, Rezitator, Chor und Orchester sein.

Welche Träume haben Sie für die Zukunft?

Ich würde gerne im Sydney Opera House oder in der Konzerthalle in Amsterdam spielen. Eines ist sicher, wenn ich Feuer gefangen habe, dann lasse ich nicht mehr locker.

Was geben Sie den EC-Studenten mit auf den Weg?

Sobald der Funke überspringt und sich eine Bindung zu einer Sache entwickelt, dann ergreift die Chance und gebt niemals auf. Es gehören Freude und Lust, aber auch Fleiß dazu, um erfolgreich zu werden.





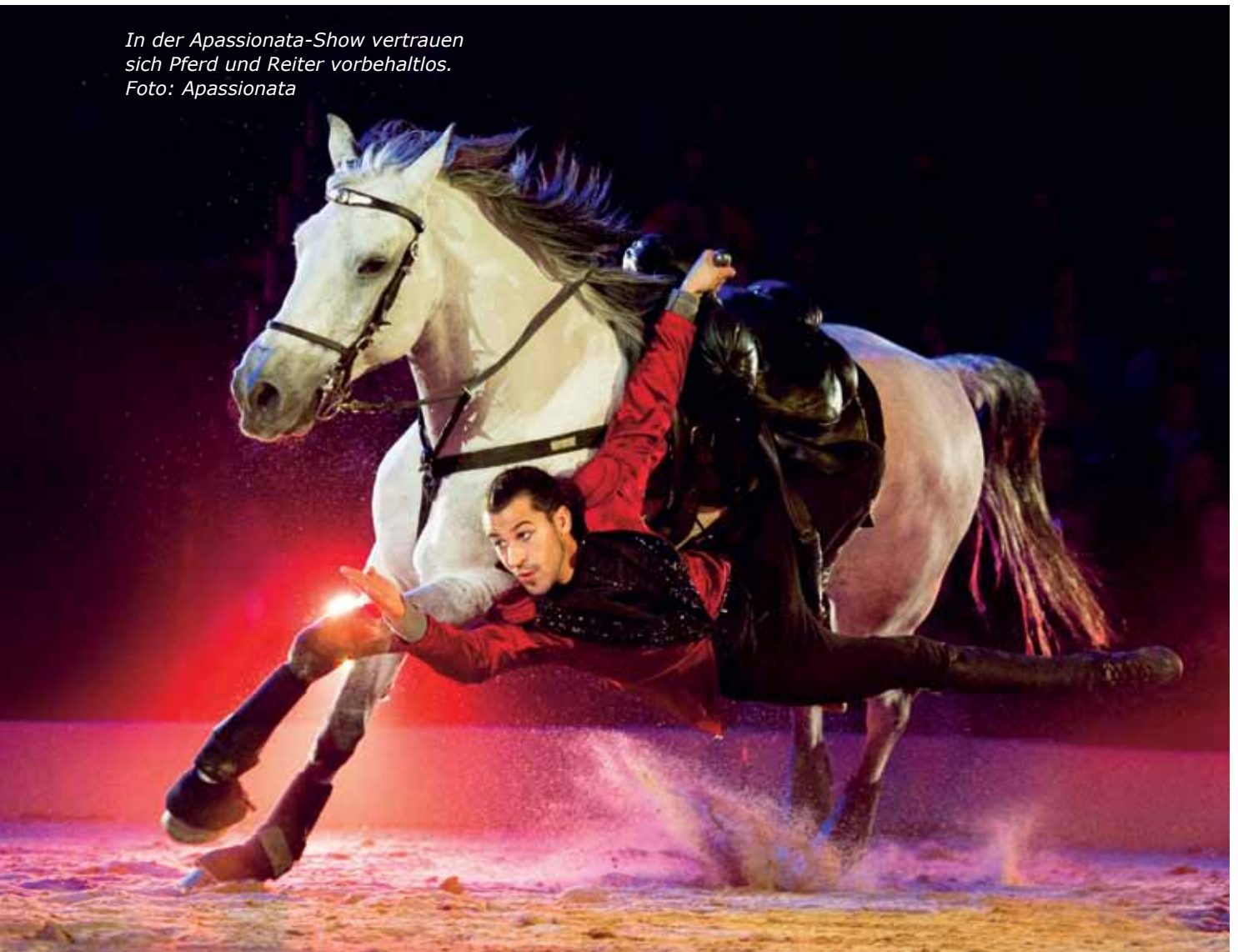
EC-Mitarbeiterin Katrin Fronczek beim Kuscheln mit Koalas



EC-Mitarbeiterin Dorothee Nilles mit Monty



*In der Apassionata-Show vertrauen sich Pferd und Reiter vorbehaltlos.
Foto: Apassionata*



Apassionata

It must be magic

Stille in der Manege. Nebelschwaden steigen auf. Leise erklingt Musik. Aus dem Nebel tauchen Gestalten auf. Wunderschöne Isländer mit grazilen Bewegungen, Friesen mit wehender Mähne und galoppierende Wildpferde. Europas größte Unterhaltungsshow mit Pferden heißt Apassionata. Das Meisterwerk von Peter Massine begeistert seit 2002 das Publikum jedes Mal aufs Neue. „Das Lächeln auf dem Gesicht der Kinder und das Glitzern in den Augen der Zuschauer ist für uns ein unbeschreibliches Gefühl“, sagt Holger Ehlers, Autor, Artistic und Musical Director von Apassionata. Das Besondere an Apassionata ist die Vielfalt der gezeigten Rassen und Disziplinen: „Die Show ist ein Zusammenspiel aus Musik, Licht und verschiedenen Reitdiszipli-

nen“. Ziel der Show ist es, die Zuschauer zu verzaubern. Ehlers beschreibt die neue Show „Freunde für immer“, die im November 2012 startet: „Die Show erzählt ihre eigene Geschichte. Es geht darum, erwachsen zu werden und den richtigen Platz im Leben zu finden. Es geht um Irrwege, Glück und vor allem um Pferde“. Das Kreativteam entwickelt Titel und Geschichte der Show jedes Jahr neu. Die Vorbereitung der Show von der Idee bis zur Realisierung dauert fast ein Jahr. „Das Wichtigste während einer laufenden Tournee ist es, die Tiere bei Laune zu halten. Darin liegt die größte Herausforderung. Das Schlüsselwort bei der Arbeit mit den Pferden ist Geduld. Die Grundlage dafür ist eine tiefe Vertrauensbasis“, so Ehlers. Wer sich die Show ansieht,

stellt fest, dass der Stressfaktor bei den Pferden sehr niedrig ist. Grund dafür ist die ausgesprochene Leistungsbereitschaft der Tiere, die sich immer wieder freuen, etwas Neues zu lernen. Dafür proben die Künstler mehrere Wochen vor jeder Premiere mit den Tieren. „Das funktioniert relativ schnell und problemlos, da die Pferde ihrem Reiter vertrauen und wissen, dass dieser sie keiner Gefahr aussetzen würde“, so Ehlers. „Apassionata-Gründer Massine sagt: In Apassionata steckt vor allem das Wort Passion, die Leidenschaft“, betont Ehlers. Das Unternehmen bietet EC-Studenten Praktika in der Produktionsabteilung, dem Marketing und in der Verwaltung an.

Kyra Hauck

Radio Regenbogen Award



EC-Studentin Caroline
Guske und Franziska
van Almsick



Ingolf Lück



Kaya Yanar



Nina Bott



Regina Halmich

Katholikentag

Aufbruchsstimmung in Mannheim

Fünf Tage lang befand sich die Stadt Mannheim im Mai im Ausnahmezustand. Wo auch immer die Mannheimer Bevölkerung hinschaute, sah sie Menschen mit roten Halstüchern: Mannheim als Schauplatz des 98. Deutschen Katholikentags. Während der fünf Tage fanden mehr als 1200 Einzelveranstaltungen und 80 Gottesdienste mit besonderen thematischen und liturgischen Akzenten statt. Veranstalter dieses Events waren die Erzdiözese Freiburg und das Zentralkomitee der deutschen Katholiken.

Unter den 80.000 Besuchern befanden sich 40 Prozent Jugendliche. „Wobei ich Jugendliche in etwa bis 30 definiere“, lacht Geschäftsführer Dr. Martin Stauch. „Das ist ein sensationeller Wert, wenn man sich anschaut, wie gering das Engagement von Jugendlichen in Kirchengemeinden ist. Es freut uns, die Jugend zu erreichen“, so Dr. Stauch.

„Einen neuen Aufbruch wagen“ lautete der Leitsatz des 98. Deutschen Katholikentags. Der Vorsitzende des Zentralkomitees der deutschen Katholiken, Alois Glück, erläutert das Motto: „Der Katholikentag 2012 findet in einer Zeit tiefgreifender Veränderungen in Kirche und Gesellschaft statt. In dieser Situation braucht es Mut und Gottesvertrauen, braucht es Männer und Frauen, die sich engagieren“, so Glück, „Das ist unsere Antwort auf Resignation und Rückzug“. So wurde auf dem Katholikentag 2012 nicht nur über kirchliche, sondern auch über gesellschaftspolitische Themen diskutiert.

Katholische Gemeinden, Initiativen und Verbände präsentierten sich in dieser Zeit in Mannheim. Über das Direct-Mailing-Verfahren werden jedes Jahr gezielt 100 000 Adressen angeschrieben und zum kommenden Katholikentag eingeladen. Des Weiteren wird viel in den Gemeinden geworben. „Wir versuchen, alle zum Mitmachen zu bewegen“, erläutert Dr.

Stauch. Während des Katholikentags saß Stauch in der Organisationsleitung und gab Acht, dass die Veranstaltungen glatt verliefen. Die Arbeit begann für den Geschäftsführer aber schon zwei Jahre vorher – ab diesem Zeitpunkt läuft die Planung des Events. Hinter dem 98. Deutschen Katholikentag stehen 40 hauptamtliche Mitarbeiter, eine Planungsagentur mit sechs Beschäftigten und viele Ehrenamtliche und Praktikanten.

Der Vorsitzende der deutschen Bischofskonferenz, Erzbischof Dr. Robert Zollitsch, beendete den Katholikentag mit dem Hauptgottesdienst. Neben Dr. Zollitsch beteten 20 000 Gläubige auf dem Ehrenhof des Mannheimer Schlosses. Er und die Veranstalter forderten die Teilnehmer auf, das Katholikentagsmotto „Einen neuen Aufbruch wagen“ mit in den Alltag zu nehmen.

Dennis Mrugalla



Metropolit Augoustinos Lambardakis, griechisch-orthodoxer Erzbischof und Metropolit der griechisch-orthodoxen Metropolie von Deutschland (l.), und Erzbischof Dr. Robert Zollitsch, Erzbischof von Freiburg und Vorsitzender der Deutschen Bischofskonferenz (r.) beim 98. Deutschen Katholikentag in Mannheim. Foto: Katholikentag



Touché! Monika Sozanska und EC-Student Henrik Maas.

Monika Sozanska: Erfolgreich in Sport und Management

Monika Sozanska zählt zu Deutschlands erfolgreichsten Degenfechterinnen und gehört zur Weltspitze in ihrem Sport. Bei den Olympischen Spielen in London landete das deutsche Damen-Team auf Platz fünf. EC-Student Henrik Maas besuchte sie im Fechtzentrum Heidenheim.

Dieses Jahr konnten Sie endlich das Ticket für London 2012 lösen, nachdem Ihnen die Olympiateilnahme zweimal auf tragische Weise verwehrt worden war. Was war das für ein Gefühl?

Seit Beginn meiner Profisportkarriere war es für mich immer der größte Traum, irgendwann einmal an den Olympischen Spielen teilzunehmen. Für mich wäre es sehr dramatisch gewesen, wenn ich die Qualifikation nicht geschafft hätte. Wahrscheinlich hätte ich meine Karriere beendet.

Die Saison war bisher schon sehr Kräfte zehrend. Wie sieht Ihre Trainingswoche aus?

Ich trainiere täglich. Dreimal pro Woche mache ich intensive Fecht-Einheiten. Dazu kommen noch Sprung-

kraft- und Schnellkrafttraining sowie Ausdauertraining. Worldcups und große Turniere halten mich in einem ausgewogenen Rhythmus.

Das Fechten ist in Deutschland recht unpopulär. Für Laien: Worauf kommt es beim Fechten an?

Das Fechten ist wie Boxen auf dem Schachbrett. Man muss ständig in Bewegung und unter Körperspannung bleiben. Dazu in Sekundenbruchteilen auf Aktionen seines Gegners reagieren und versuchen seine Treffer zu landen. Das heißt, es sind Eigenschaften wie hohes Reaktionsvermögen, Ausdauer, Konzentration und Geduld gefragt. Eine Sportart, bei der Körper und Geist blitzschnell reagieren und agieren müssen.

Wie sind Sie zum Fechten gekommen?

Ich stamme gebürtig aus Polen und bin mit elf Jahren nach Deutschland gekommen. Mein Vater, der heute unser Nationaltrainer ist, betreute damals eine Fechtgruppe an einer Schule. Um schneller deutsch zu lernen und in Kontakt mit anderen Kindern zu kommen, nahm er mich dorthin mit. So entwi-

ckelte sich das Fechten von der Integrationshilfe zur großen Liebe.

Was machen Sie in Ihrer Freizeit?

Es bleibt leider nicht so viel Zeit, gerade wenn ich in der Nationalmannschaft bin. Aber ich habe das Glück, bei Wettkämpfen im Ausland einen Tag die Stadt anzuschauen. Ansonsten verbringe ich meine Freizeit gerne intensiv mit meiner Familie und meinen Freunden, weil sie es sind, die mir immer zur Seite stehen.

In welchem Job sehen Sie sich nach dem Fechten?

Geplant ist, dass ich nach den Olympischen Spielen 2016 meine sportliche Karriere beende. Ab und zu gebe ich heute Management-Training und Fechtincentive-Seminare. Das sind Veranstaltungen, die Firmen buchen. Es werden Führungskräfteentwicklung sowie Teambuilding gefördert, durch Dinge, die man vom Fechten mitnimmt und im Berufsleben anwenden soll. Das macht mir einen Riesenspaß. Deshalb würde ich später gerne in diesem Bereich tätig sein.



Janice Jakait auf ihrem Ruderboot „Bifröst“. Foto: Jakait

Rudern für die Stille

Janice Jakait engagiert sich für Meeresschutz

In einer Rekordzeit von 90 Tagen ruderte die aus Neulußheim bei Mannheim stammende Janice Jakait die 6500 Kilometer von Portimao in Portugal nach Barbados.

Schon vor mehr als zehn Jahren spielte Jakait mit dem Gedanken, über einen Ozean zu rudern. Inspiriert von einer Frau, die es Ende der 90er Jahre zweimal versuchte, jedoch scheiterte. Dies gab Jakait eine Vorstellung davon, wo wahrer Wille hinführen kann, was Leidenschaft und fester Glaube an die Fähigkeiten in einem Menschen bewirken kann. Zwei Jahre, bevor das Ruderboot Bifröst zu Wasser gelassen wurde, fing die eigentliche Planung an. Das Projekt „Row for Silence“ wurde ins Leben gerufen. Es gab zwei wesentliche Punkte, die Jakait mit dieser Aktion erreichen wollte. Zum einen ist es die Selbstverwirklichung, in ganz entscheidendem Maße. „Ohne diese Motivation steigt niemand in ein Ruderboot und rudert über einen Ozean für den Meeresschutz“, sagt Jakait. Zum anderen war es ihr Engagement. Sie will die dramatischen Auswirkungen des Unterwasserlärms, der durch seismische Tests zur Ortung neuer

Ölvorkommen entsteht, in die Köpfe der Menschen bekommen. „Immerhin habe ich viel Zeit alleine auf dem Meer verbracht und so eine intensive Beziehung zum Meer und seinen Bewohnern aufgebaut, so dass diese Welt ein Teil von mir geworden ist“, sagt Jakait. Trotz all der schönen Momente auf hoher See gab es aber auch die ein oder andere gefährliche Situation. Der gefährlichste Moment war, als sich eines Nachts das Boot von Jakait in einem Treibnetz verfang und ein großes Schiff auf Kollisionskurs war, jedoch keiner der Seemänner an Bord die Signalraketen bemerkte. „Durch diese schönen und gefährlichen Momente auf See ist wohl die größte Erfahrung, die ich in meinem Projekt sammelte, die, dass ich nun weiß, was ich im Stande bin zu leisten, dass ich stark genug bin, um meine großen Ziele im Leben zu erreichen und auch, dass für ein selbst bestimmtes und erfülltes Leben in einer Welt der ständigen Erwartungen weit weniger Mut benötigt wird, als man meist meint zu besitzen“, sagt Jakait über ihr Projekt.

Dominik Mezga

Auf dem Weg nach oben

HG Oftersheim/Schwetzingen

Die Handballer der Handballgemeinschaft (HG) Oftersheim/Schwetzingen kennen in diesem Jahr nur ein Ziel: Aufstieg in die 3. Handballbundesliga. Nachdem die HG in der vergangenen Saison den Aufstieg verpasste, soll es in der neuen Spielzeit besser laufen. Trainer Christian de Maria und der sportliche Leiter Thorsten Badent verpflichteten vier neue Spieler. Allerdings kann die HG auch auf eine hervorragende Nachwuchsarbeit zurückgreifen. Die A-Jugend ist das Aushängeschild im Unterbau und spielt in der Süd-Staffel der Bundesliga. Von hier haben schon einige Spieler den Sprung in die 1. Mannschaft geschafft, wie Jan Triebkorn, in den die Fans der HG große Hoffnung für die aktuelle Spielzeit setzen. Mit einer Mischung aus jungen Talenten und erfahrenen Recken gibt es bei der HG genug Potenzial, sich für die dritthöchste Liga Deutschlands zu qualifizieren.

Erik Scharf



Nicht zu stoppen – Sebastian Schubert (rotes Trikot) will die HG Oftersheim/Schwetzingen nach vorne bringen. Foto: HG Oftersheim/Schwetzingen

Kultverein SV Waldhof

Heimspielzeit im Carl-Benz-Stadion. Auf der Ost, dem Mannheimer Fanblock des SV Waldhof (SVW), stehen die Treuesten der Treuen. Sie begrüßen ihre Mannschaft mit Fangesängen, Spruchbändern und aufwändigen Choreographien. Die Stimmung erreicht ihren vorläufigen Höhepunkt. So kennen die Mannheimer den SVW.

Sören Runke, ehrenamtlicher Fanbeauftragter beim SVW und Gründungsmitglied von Pro-Waldhof, sowie Martin Willig und Thomas Balbach vom Fanprojekt Mannheim/Ludwigshafen ist die Verbundenheit zur eigenen Fankultur in jedem Satz anzumerken. Besonders stolz sind die drei auf den Julius-Hirsch-Preis vom DFB, den der Fanclub Doppelpass gegen Gewalt und Rassismus erhielt. Ebenso begeistert erzählen sie vom Erdinger-Preis, den Pro-Waldhof für die engagiertesten Fans Deutschlands bekam.

Pro-Waldhof entstand 2003 als Gegenbewegung zur geplanten Fusion mit dem VfR Mannheim. Auf einer Mitgliederversammlung des SVW wendete Pro-Waldhof die Fusion ab. „Wir spielen lieber Oberliga mit Waldhof, als Bundesliga mit einem Kunstprodukt“, begründet Runke die Entscheidung.

Auch abseits des Fußballplatzes ist Pro-Waldhof zusammen mit dem Fanprojekt MA/LU stark vertreten. Durch den Verkauf von selbst kreierten Fanartikeln, sowie durch Mitgliedsbeiträge finanziert die Fanszene ihre Aktionen, wie Choreographien und Fanclubturniere.

„Neben einem Live-Kommentar zu jedem Spiel gibt es einmal im Monat die Sendung Doppelpass on Air im Bermuda-Funk“, sagt Willig.

Er und sein Kollege Balbach leiten eines von bundesweit 50 Fanprojekten. Das Projekt richtet sich besonders an die jugendlichen Fans. Willig und Balbach bieten U18-Jugendlichen regelmäßig Fahrten zu Auswärtsspielen an, die durch geschichtliches und kulturelles Rahmenprogramm ein echtes Erlebnis für die jungen Fans darstellen. „Dank eines eigenen Etats können wir die Fahrt jedem ermöglichen“, sagt Willig. Unterstützung durch den Verein erhielten auch Waldhof-Fans, die unbegründet mit Stadionverboten belegt wurden. Runke stellt klar, dass die Waldhof-Fans bundesweit einen guten Ruf haben.

Etwas kritisch äußert sich dagegen Willig über die fehlende Unterstützung der Stadt: „Mannheim ist eine Fußball-



Andreas Laib, Geschäftsführer des SV Waldhof, beim Campus-Symposium des EC Europa Campus

stadt, aber wir müssen um vieles kämpfen“, sagt er, „viele Mannheimer sehen nur die negativen Berichte. Es ist auch unsere Aufgabe, diese Mannheimer ins Stadion zurückzulocken, schließlich geht es um unseren Waldhof.“

EC-Studenten können beim SV Waldhof mit einem Praktikum im Sportmanagement und Sportmarketing Erfahrungen sammeln.

Erik Scharf



Der neue EC-Modedekalender mit Originalbildern der Modenschau des letzten EC-Events

Commerzbankarena: Frankfurts Multitalent

Die Frankfurter Commerzbankarena ist ein echter Alleskönner. Egal, ob Konzert, Public Viewing, Tagung, Comedy, American Football, Bundesliga- oder Länderspiel, die Arena bietet jedem Event eine ausgezeichnete Location. Stadionmanager Christopher Fiori: „Fußballprofis ausländischer Nationen waren während des Confederation Cups 2005 und der WM 2006 von der modernen Ausstattung des Stadions begeistert. Die Profis der Australischen Nationalmannschaft nutzten die modernen Entmüdungsbecken nach ihren drei Toren gegen das deutsche Team als Bierkühlung“.

Der eigene Bahnhof, die Tiefgarage mit 1800 Stellplätzen, 74 Business Logen, 2000 Business Seats und der 31 Kubikmeter große Videowürfel machen die Commerzbankarena zu einem der modernsten Stadien Deutschlands. „Die steilen Ränge sorgen für Nähe zum Spielfeld und das stützenfreie Dach bietet den Zuschauern eine barrierefreie Sicht“, stellt Fiori die Vorzüge der Commerzbankarena heraus.



Die EC-Studenten Aaron Reineke (l.) und Aaron Bohnes im Presseraum der Commerzbankarena.

Das Naturrasenstadion ist die sportliche Heimat von Fußballbundesligist Eintracht Frankfurt. Bei Bundesligaspielen haben 51 500 Zuschauer Platz. „Finden Konzerte oder andere Großevents mit Innenraumnutzung statt, steigt die Kapazität auf bis zu 55 000“, berichtet Fiori. Die Rolling Stones, U2, Madonna und Bon Jovi waren schon dort. Dann ist besonders auf die Sonderwünsche einiger Stars zu achten.

„Für Madonna mussten wir eine nagelneue Kloschüssel besorgen, da sie keine bereits benutzte in ihrer Kabine haben wollte“, schildert der Stadionmanager ein Erlebnis mit der Pop-Ikone. Weltweit einzigartig ist das 37 500 Quadratmeter große Zeltdach, das besonders bei Konzerten die Zuschauer des Innenraums vor Regen schützt.

Aaron Reineke

Taekwondo – Tradition wird zum Trend

EC-Student Robin Schöttgen betreibt seit sieben Jahren aktiv Taekwondo und freut sich über das wachsende Interesse an der traditionellen Kampfsportart.

„Es ist schön, dass vor allem junge Leute sich immer häufiger für Taekwondo begeistern“, sagt Schöttgen.

Taekwondo ist eine koreanische Kampfsportart und bedeutet übersetzt Fuß (Taek), Faust (Won) und der Weg oder die Lehre (Do). Hierbei wird jedoch nicht nur gelehrt, wie man am schnellsten gegen seinen Sparringspartner gewinnt, sondern die Sportler lernen den Respekt gegenüber ihren Mitmenschen, Sportsgeist und Teamwork.

Gerade bei jungen Leuten hat Taekwondo auch eine erzieherische Funktion. Neben der Kontrolle über ihren Körper lernen sie viel über den korrekten gesellschaftlichen Umgang mit ihren Mitmenschen.

Taekwondo ist seit dem Jahr 2000 ein fester Bestandteil der Olympischen Spiele, die Sportart gewann in Deutschland jedoch erst seit 2008 an Popularität, seit auch deutsche Sportler in dieser

Disziplin olympische Erfolge verbucht haben.

Bei Taekwondo geht es darum, möglichst viele Treffer an Kopf und Körper des Gegners zu landen. „Es existiert keine Kampfsportart, bei der es so viele verschiedene Beintechniken gibt wie bei Taekwondo“, sagt Amadeo Pastore, Trainer von Schöttgen.

Neben den Turnierkämpfen ist auch

die Selbstverteidigung ein wichtiger Bestandteil von Taekwondo. Hierbei wird gelehrt, auch körperlich stärkere Angreifer durch Hebelgriffe oder über Nervenpunkte kampfunfähig zu machen.

Deshalb hat Taekwondo im Vergleich zu anderen Kampfsportarten einen hohen Frauenanteil.

Robin Schöttgen



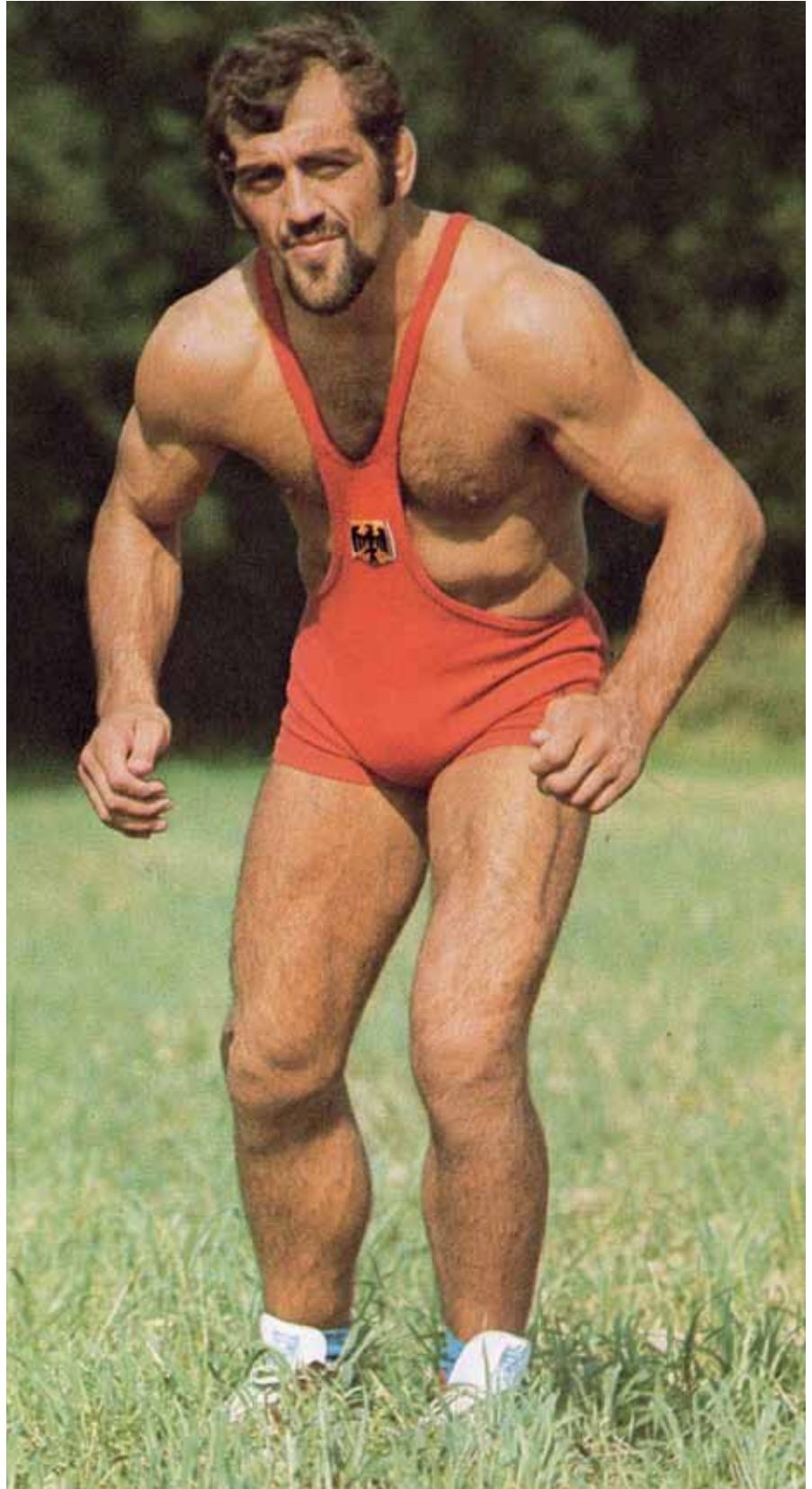
Robin Schöttgen beim Pratzentraining

Adolf Seger: Schmerzen vergehen, Siege bleiben

Der Freiburger Adolf Seger gilt als einer der besten deutschen Ringer aller Zeiten. Als einziger Deutscher ist er in der Hall of Fame des Ringsports in Oklahoma vertreten. Der 67-Jährige dominierte die Ringerszene nicht nur, sondern er revolutionierte mit seiner eigens entwickelten Grifftechnik, dem legendären Segergriff, den Bodenkampf. Die Liste seiner Erfolge ist lang. Er errang von 1971 bis 1980 zehn deutsche Meisterschaften am Stück und wurde dreimal Europa- und zweimal Weltmeister. Auch bei den Olympischen Spielen konnte er Triumphe feiern. Sowohl 1972 in München, als auch vier Jahre später in Montreal, nahm er die Bronzemedaille in den Schwarzwald mit. Der Weg zum erfolgreichen Ringer war für ihn schon von klein auf vorgegeben. Sein Vater und seine fünf Brüder waren alle als Ringer aktiv. „Ich habe 52 Jahre lang gerungen, von 5 bis 57“, sagt Seger. Dabei wäre seine Karriere beinahe schon mit 20 Jahren zu Ende gewesen. Eine schlimme Verletzung drohte seine sportlichen Pläne zu durchkreuzen. Doch er gab nicht auf und kämpfte sich bis an die Weltspitze. „Schmerzen vergehen, Siege bleiben“, sagt er stolz.

Neben seinem Ehrgeiz und Trainingsfleiß war auch seine Bodenständigkeit ein Schlüssel zum Erfolg. Er arbeitete sein Leben lang neben seiner Sportkarriere als Briefträger in Freiburg, wechselte trotz zahlreicher Angebote nie den Verein und schlug sogar ein hoch dotiertes Angebot des amerikanischen Wrestlings aus. „Nur da, wo ich mich wohl fühle, kann ich Leistungen bringen“, erklärt er. Auch nach seiner Profi-Laufbahn sorgte Seger im Ring für Furore. In den 1990er und 2000er Jahren holte er insgesamt zehn Weltmeistertitel bei den Ringer-Veteranen, ein bislang unerreichter Rekord. Den kompletten Gewinn von 15 000 Dollar spendete er der Kinderkrebshilfe, für die er zusammen mit anderen Prominenten wie Harald Schmidt wirbt. Auch heute noch geht er jeden Tag ins Fitness-Studio und betreibt Krafttraining. „Ich habe doch eine Vorbildfunktion, da kann ich nicht mit einem Ranzen ankommen. Lieber verbrauche ich mich, bevor ich verroste“, sagt Seger lachend.

Moritz Kioschus



Zweifacher Olympiamedailengewinner Adolf Seger zu seiner aktiven Zeit.
Foto: Bernd Fleig

Erneuerbare Energien sind das Heute von morgen

„Unser Ziel ist es, Ökonomie mit Ökologie in Einklang zu bringen“, sagt Wolfgang Fettig, Vorstandsmitglied von Altus. Das Unternehmen ist ein Projektentwickler für erneuerbare Energien. Die Schwerpunkte liegen auf Wind, Photovoltaik und Biomasse. Neben einem Windpark in Rheinland-Pfalz besitzt Altus in Simmersfeld den größten Windpark in Baden-Württemberg. Er hat 14 Windenergieanlagen mit 28 Megawatt Leistung.

„Primäre Energien sind trotz immer neuer Möglichkeiten der Erschließung von Gas- oder Erdölvorkommen endlich“, sagt Fettig. „Seit Fukushima herrscht in Politik und Bevölkerung die Meinung vor, dass den erneuerbaren Energien ein höherer Stellenwert zukommen muss. Entscheidend ist, dass mit erneuerbaren Energien die ganze Versorgung der Welt abgedeckt werden kann – wenn jetzt gehandelt wird“, so die Auffassung von Fettig.

Kristin Bischoff



Wolfgang Fettig, Vorstandsmitglied von Altus, und EC-Studentin Kristin Bischoff

SAP: Global Player vor der Haustür

„Making the world run better - Improving people's lives“. Das ist zugleich Vision und Leitmotiv der SAP, viergrößter unabhängiger Softwarehersteller der Welt. „Um langfristig Erfolg zu generieren, darf man sich nie mit dem Status Quo zufrieden geben“, betont

Christoph Liedtke, Vice President of Global Media Relations. „Bis 2015 wollen wir unseren Umsatz von derzeit 14 auf 20 Milliarden Euro steigern.“ Eine zielgerichtete Öffentlichkeitsarbeit ist dabei unerlässlich. Um die mediale Präsenz der SAP aktiv zu gestalten, sind

Liedtke Brand Building, Produkt PR und interne Unternehmenskommunikation. „Grundsätzlich dient jede PR-Maßnahme dazu, das Unternehmen positiv in der Öffentlichkeit darzustellen“, so Liedtke. Bei gegenwärtigen Trends wie Cloud Computing, Short Mobile Apps und neuen Datenbank-Technologien wie In-Memory-Database will der Konzern als Innovationsführer am Markt auftreten. Das Leitmotiv „Making the world run better - improving people's lives“ soll sich in den Softwarelösungen manifestieren, ebenso dient die Unternehmensdarstellung diesem Zweck. Sponsoring steht ganz im Zeichen der SAP Vision, wobei der Konzern verstärkt auf soziales Engagement setzt. Sportsponsoring betreibt die SAP vorwiegend unter dem Motto: High Performance - High Technology. Dies wird am Beispiel Audi Sailing Team Germany deutlich. Hier wird SAP Software benutzt, um Strategien für eine erfolgreiche Segelregatta zu entwickeln. Spitzenleistung und Spitzentechnologie gehen Hand in Hand. Für EC-Studenten besteht die Möglichkeit, ein Praktikum zu absolvieren.

viele intermediale Kommunikationsinstrumente notwendig. „Wir setzen auf Crossmedia-Strategien“, sagt Liedtke. Die Unternehmenskommunikation findet über verschiedene Kommunikationskanäle statt, die inhaltlich miteinander verknüpft sind. Der Trend geht jedoch ganz klar in Richtung Web 2.0 und Social Media wie Facebook, Youtube und Twitter. Dennoch spielen bei der SAP nach wie vor auch klassische Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit, wie Presseerklärung und Pressekonferenz, eine wichtige Rolle. Als aktuelle Schwerpunkte in der Öffentlichkeitsarbeit nennt

Robyn-Marc Pfützenreuter



EC-Student Robyn-Marc Pfützenreuter mit Christoph Liedtke, Vice President of Global Media Relations der SAP

EC-Studentin Simone Pisczor im Gespräch mit Geschäftsführer Kerem Özcelik



Trendfabrik Brühl – „We are family“

„Kunden wollen heute einen guten Preis und ein Erlebnis haben. Es müssen Emotionen geweckt werden. Das ist die Stärke der Trendfabrik“. Kerem Özcelik ist seit 1993 Geschäftsführer des Modeunternehmens Trendfabrik in Brühl bei Mannheim. Das Familienunternehmen entwickelte sich von einem kleinen Jeansgeschäft über Lagerverkauf hin zum exklusiven Multibrand-Store. „Man muss an sich glauben, man muss Ziele und Visionen haben. Das Wichtigste ist, gegen den Strom zu schwimmen“, sagt Özcelik. 300 Menschen arbeiten hier, und alle stehen mit Leidenschaft und Liebe hinter dem Unternehmen. „Wir haben geschultes Personal, das mit Emotionen arbeitet. Wir unterscheiden uns von anderen Modeunternehmen durch Persönlichkeit und unsere Mitarbeiter“, erklärt Özcelik und verweist dabei auf den Slogan der Trendfabrik „We are family“. Alle arbeiten gemeinsam, um sich ständig zu verbessern und zu optimieren. „Das Geschäft ist so schnelllebig geworden. Teamgeist und Kreativität sind bei den Mitarbeitern gefragt.“ Durch die flache Hierarchie in der Trendfabrik hat jeder, der sich engagiert und Verantwortung übernimmt, gute Aufstiegschancen. Gerne beschäftigt die Trendfabrik Praktikanten. „Unser Ziel ist es, gute Leute zu finden und zu behalten“, so Özcelik.

Es sind Mitarbeiter aus zwölf verschiedenen Nationen angestellt. „Wir sind ein guter Mix. Fast wie eine eigene

Kultur“, schwärmt Özcelik. Auch in Zukunft möchte die Trendfabrik bei ihren Kunden durch guten Service und typgerechte Beratung Emotionen wecken. Seit fünf Jahren baut die Modefirma ihren Onlineshop auf und bekommt mittlerweile auch Bestellungen aus dem Ausland. „Wenn ich die Aufträge sehe, denke ich, dass im Onlinevertrieb die Zukunft liegt. Wir werden jetzt richtig Gas geben. Trotzdem ist die Trendfabrik dort stark, wo die Leidenschaft und die Seele sind. Je weiter wir von der Seele entfernt sind, desto mehr werden wir vergleichbar“, sagt Özcelik. Oft werden Visionäre als verrückt bezeichnet, doch die Trendfabrik ist ein Beispiel dafür, dass Menschen mit Träumen und Zielen es ganz nach oben schaffen können. Özcelik formuliert das

so: „Man muss immer weiterdenken! Es ist nie etwas erreicht im Leben. Es bleibt bis zum letzten Atemzug spannend.“

Simone Pisczor

Turmcafé & Cocktailbar

Stars

die Cocktailmacher



Montags
Deal or no deal
Wir würfeln um die Rechnung 

Dienstags
Triple xXx
Der erste Cocktail kostet € 6,50
Der zweite Cocktail kostet € 5,00
Der dritte Cocktail kostet € 3,50

Mittwochs
Cocktailnight alle Cocktails aus
unserer Karte € 5,80

Donnerstags
Cocktail Factory freestyle
Wir mixen nach euren Wünschen € 6,50

Alle Cocktails to go € 5,50

N1 Stadthaus - Mannheim Tel 0621-21600
Öffnungszeiten: So - Do 14 - 1 Uhr Fr - Sa 14 - 3 Uhr
Info & News - www.turmcafe-stars.de

Raucher und Nichtraucher Etage

Interview mit Prof. Dr. Dr. med Winfried Rossmanith

Krebs vorbeugen und bekämpfen

Pro Jahr gibt es 60 000 Brustkrebs-erkrankungen und 6000 Gebärmutterhalskrebs-erkrankungen. Prof. Dr. Dr. med. Rossmanith ist Ärztlicher Direktor der Frauenklinik in der Stadtklinik Baden-Baden und EC-Dozent. EC-Studentin Sabrina Günther sprach mit ihm.

Professor Rossmanith, welche Aufgaben hat ein Facharzt für Onkologie?

Ein Onkologe ist ein Spezialist für Krebsbehandlungen. Seine Hauptaufgaben bestehen darin, Krebserkrankungen zu diagnostizieren und zu therapieren. Jedoch ist ein Onkologe nicht

nur an die Behandlung gebunden, sondern auch an die Vorbeugung.

Ist es möglich, dem Krebs durch eine bessere Lebensweise vorzubeugen oder ihn sogar aufzuhalten?

Wenn man alle Krebserkrankungen zusammennimmt, so müssen wir heutzutage ohne Zweifel feststellen, dass etwa ein Viertel dieser Erkrankungen nicht aufgetreten wären, würden wir mehr auf die Bedürfnisse unseres Körpers achten. Dazu gehören eine gesunde Ernährung und der Abstand von Genussgiften. So sehe ich durchaus Potential, dass es durch eine entsprechende Veränderung

der Lebensweise eine Risikominderung für diese Erkrankungen gibt.

Wie unterscheiden sich Brustkrebs und Gebärmutterhalskrebs voneinander?

Wenn der Brustkrebs auftritt, ist er ein Produkt von Jahren, während der Gebärmutterhalskrebs sehr kurzfristig wachsen kann. Im Allgemeinen ist das Auftreten von Krebs in seinen frühen Stadien symptomarm. Das heißt, dass Krebs im Anfangsstadium nicht schmerzt. Man spürt ihn erst dann, wenn der Knochen mit dem Tumor befallen ist.

Seit Oktober 2006 ist der Human papilloma-Virus (HPV)-Impfstoff auf dem europäischen Markt. Was halten Sie von dieser Impfung gegen Gebärmutterhalskrebs?

Ich halte diese Impfung für eine der besten Möglichkeiten, Krebs zu verhindern. Wir wissen, dass die Anzahl der Gebärmutterhalskrebs-erkrankten deutlich abgenommen hat, seit es diese Impfung gibt.

Als Onkologe ist es sicher nicht einfach einem Patienten den Befund mitzuteilen. Wie führt man ein solches Gespräch?

Es ist sehr schwierig, denn es ist ein lebensveränderndes Gespräch. Meine Devise ist, man sollte immer bei der Wahrheit bleiben. Ob man jedoch die Wahrheit voll oder in kleinen Portionen herausrückt, das muss individuell entschieden werden.



Prof. Dr. Dr. med Winfried Rossmanith erläutert EC-Studentin Sabrina Günther das Ultraschallbild.

DHU: Erfolgsrezept Homöopathie

„Drei Dinge heben uns von anderen Unternehmen ab“, betont Wolfgang Kern, Leiter der Presseabteilung der Deutschen Homöopathie-Union (DHU) in Karlsruhe, „wir sind der Hüter der Homöopathie in Deutschland, wir haben ein riesiges Lieferspektrum von etwa 420 000 unterschiedlichen Präparaten und eine Tradition von 145 Jahren.“ Bereits 1866 begann im Unternehmen Dr. Willmar Schwabe in Leipzig die Herstellung homöopathischer Arzneimittel. Fast 100 Jahre später wurde die Produktion der eigens dafür als Schwester gegründeten DHU übertragen. Die DHU blickt auf über 50 Jahre erfolgreiche Firmengeschichte zurück. Das Unternehmen verbindet Neuzeit mit Altbewährtem: Mitarbeiter in spe-

zieller Hygienekleidung arbeiten mit hochmodernen Geräten, gleichzeitig verschütteln sie flüssige Arzneimittel traditionell per Hand. In neun Abteilungen erarbeiten rund 500 Mitarbeiter jährlich einen Umsatz von 100 Millionen Euro. Den Weltmarkt versorgt die DHU durch verbundene Partnerunternehmen. 14 000 Fertigarzneimittel sind permanent auf Lager. Über 73 000 Präparate stellt der deutsche Marktführer in der Homöopathie jährlich individuell nach Wünschen von Therapeuten oder Patienten als Sonderanfertigung her. Die DHU verwendet überwiegend frische oder getrocknete Pflanzen, zwei Drittel der Frischpflanzen baut der Arzneimittelhersteller in eigenen Arzneipflanzenkulturen an.

„Mit Kritik kann das Unternehmen gut leben, da es viele Argumente für Homöopathie gibt“, sagt Kern, „leider ist die Kritik oft sehr pauschal und oberflächlich, nicht an Fakten orientiert.“ Pressearbeit habe schon immer einen großen Stellenwert gehabt, so Kern, wichtig dabei seien Ehrlichkeit und Authentizität. Seit einigen Jahren gibt es eine eigene Abteilung für Öffentlichkeitsarbeit. Die Mitarbeiter organisieren Veranstaltungen und Symposien für Patienten und Fachkreise, werben mit Anzeigen in Zeitschriften und im Onlinebereich. Außerdem gibt es eine Kundenzeitschrift mit einer Auflage von 400 000.

Janine Schwarz



EC-Studentin Jessica Bensch mit Trigema-Inhaber Wolfgang Grupp

Trigema - eine Erfolgsgeschichte Made in Germany



„Ich habe doch eine schöne Heimat, wieso sollte ich dann woanders produzieren?“, erklärt Wolfgang Grupp, Inhaber des Sport- und Freizeitbekleidungsherstellers Trigema. Der Hauptsitz der Firma liegt im Zollernalbkreis, in Burladingen in Baden-Württemberg. Made in Germany - das ist der Grundsatz von Trigema. „In einer Zeit, in der immer mehr Firmen ihre Arbeitsplätze und Produktionen ins Ausland verlagern, ist es umso wichtiger, sich für den Standort Deutschland stark zu machen“, so Grupp. Seit über 40 Jahren steht Grupp an der Spitze der „Trikotwarenfabrik Gebrüder Mayer“, die er 1969 von seinem Vater in dritter Generation übernahm.

„Das Konzept von Trigema ist, konstant den Wünschen nach draußen nachzukommen und sich dem Wandel zu stellen“, erklärt Grupp. Seit er Firmeninhaber ist, gab es im Unternehmen weder Kurzarbeit noch betriebsbedingte Entlassungen. Er schafft eine neue, innovative Produktionsstätte für moderne und qualitativ hochwertige Freizeitbekleidung. Seit 2004 gibt es einen Online-Shop. „Unternehmer sein heißt für mich, nicht nur nach dem Erfolg zu zielen, sondern

vor allem auch Verantwortung für das Unternehmen und alle Entscheidungen zu übernehmen“, sagt Grupp.

Trigema beschäftigt 1200 Mitarbeiter und macht einen Jahresumsatz von 85,1 Millionen Euro. Seit 1975 ist Trigema Deutschlands größter Sport- und Freizeitbekleidungshersteller. Seine Mitarbeiter sind Grupp sehr wichtig. „Es ist zwar egoistisch, aber ich brauche meine guten Mitarbeiter und deshalb biete ich Ihnen einen sicheren Arbeitsplatz mit guter Bezahlung“, so Grupp. Gerne feiert er zusammen mit seiner gesamten Belegschaft seinen Geburtstag oder Jubiläen. Sein Arbeitsplatz ist nicht etwa ein verschlossenes Büro. Sein Schreibtisch steht am Kopf eines Großraumbüros, in dem er zusammen mit seinen Verwaltungsangestellten sitzt.

Seine beiden Kinder wurden schon früh für den Trigema-Katalog abgelichtet. Heute sind sie auf jedem Firmen-LKW zu sehen. Die Eltern sollten für ihre Kinder eine Vorbildfunktion haben. Deshalb hofft Grupp, dass seine Kinder einst das Unternehmen weiterführen werden.

Jessica Bensch

EC-Student Aaron Bohnes (l.) lernt mit Hilfe von Geschäftsführer Manuel Wamser das Shaken eines Cocktails.



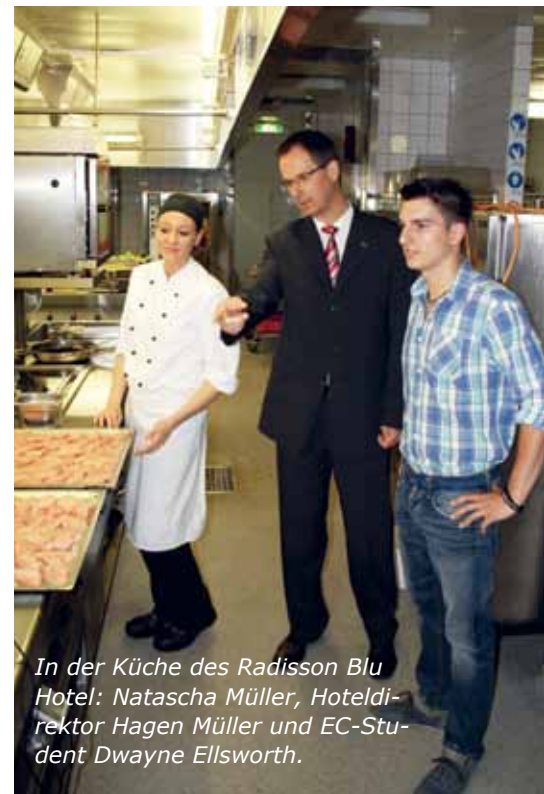
180 Hollywood-Stars über den Dächern von Mannheim

Angelina Jolie, Brad Pitt, Hugh Jackman – nirgendwo gibt es so viele Hollywood-Filmstars auf einem Fleck. Und das alles in Mannheim, im Turmcafé Stars: Jeder Cocktail trägt den Namen eines berühmten Schauspielers. Davon überzeugte sich auch EC-Student Aaron Bohnes und bereitete mit Geschäftsführer Manuel Wamser den alkoholfreien Cocktail „Tom Hanks“ zu. Das Turmcafé Stars befindet sich am Paradeplatz im Zentrum der Mannheimer Innenstadt. Kaum zu übersehen ist der Turm, in dem sich in 30 Metern Höhe das dreistöckige Café befindet. „So ein Café gibt es in Mannheim kein zweites Mal. Viele Gäste genießen bei Kaffee und Kuchen oder einem Cocktail die einzigartige Atmosphäre über den Dächern Mannheims“, sagt Wamser stolz. Ein gläserner Aufzug bringt die Besucher in die Bar-Area. Wer in luftiger Höhe sitzen möchte, begibt sich einen Stock tiefer auf die Hochterrasse. Die

Raucher finden im dritten Stock in der „John Player Special“-Raucherlounge ihren Platz. Einzigartig ist die Vielfalt an Cocktails, es gibt 180 Mixgetränke. Die meisten sind Eigenkreationen und entstehen durch Kreativität und Ausprobieren. „Wenn wir einen Cocktail für gut empfinden, ersetzen wir einen wenig gefragten durch einen neuen. So servieren wir dem Gast die besten Cocktails“, erklärt Wamser. Sauberkeit steht für Wamser bei der Verwendung von Lebensmitteln an oberster Stelle. Besonders gut kommt der „Cocktail to go“ an. Laut Wamser sitzen viele Gäste im Sommer gerne auf dem Paradeplatz und auf den umliegenden Grünflächen. Da sei dieses Angebot genau das richtige. Einen echten Star hat Wamser auch schon in das Turmcafé gelockt: Sänger Clueso gastierte bei einem Hautnahkonzert im vergangenen Sommer im Turmcafé.

Aaron Bohnes

Radisson Blu: Event- und Meetingmanagement auf hohem Niveau



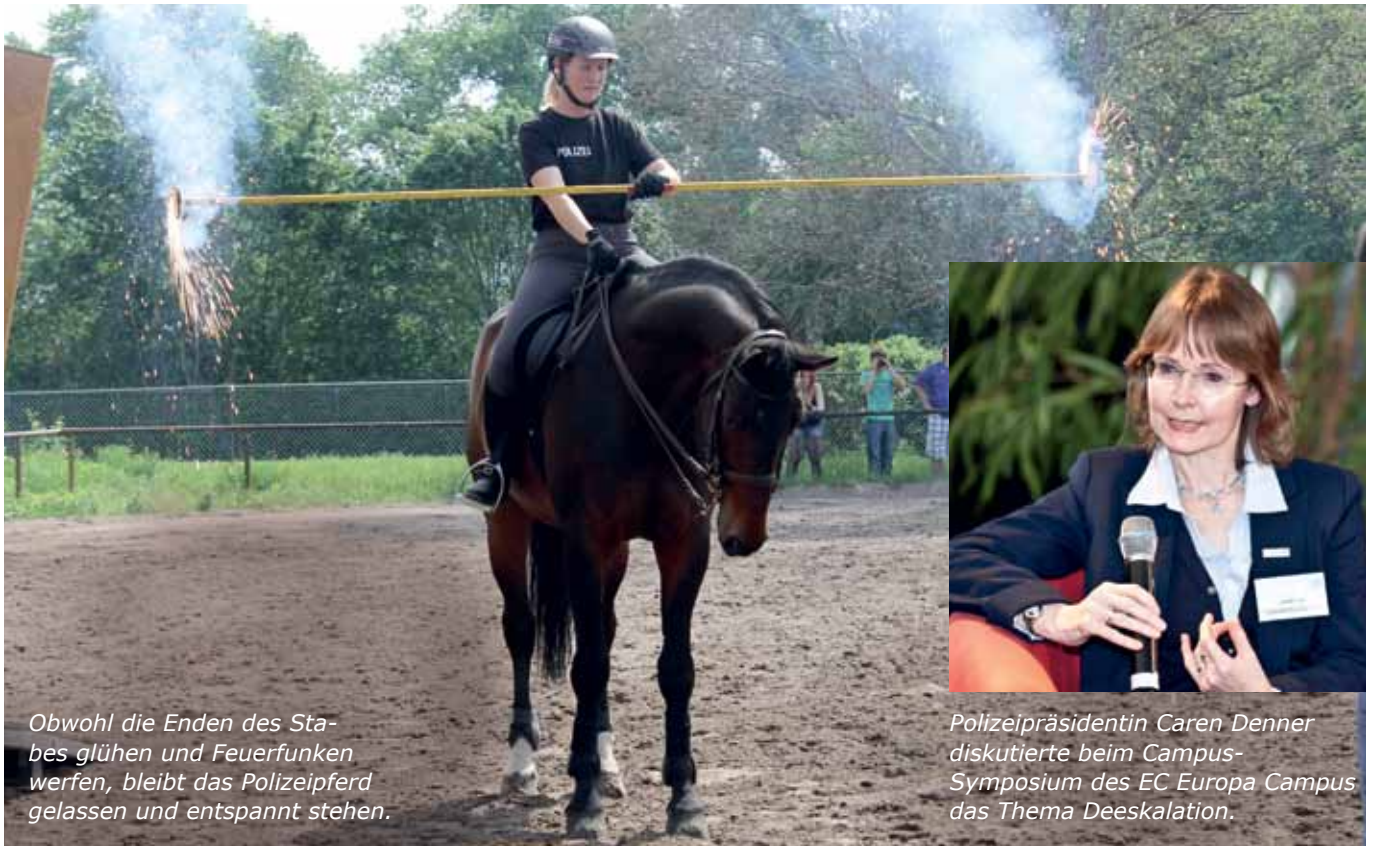
In der Küche des Radisson Blu Hotel: Natascha Müller, Hoteldirektor Hagen Müller und EC-Student Dwayne Ellsworth.

Das Vier-Sterne-Hotel Radisson Blu ist das größte Meeting- und Event-Hotel in Karlsruhe. „Tagungen mit bis zu 400 Personen sind Routine“, so Hoteldirektor Hagen Müller. Das Radisson Blu ist nur fünf Minuten von der Stadtmitte und dem Hauptbahnhof von Karlsruhe und von Ettlingen entfernt. Müller hat als Kellner im Hotelrestaurant begonnen und sich bis zum Hoteldirektor hochgearbeitet. Mit Herzblut bei der Sache, räumt er auch das ganze Hotel einmal im Jahr für eine muslimische Stammgesellschaft um – dabei müssen Alkohol und aufreizende Bilder verschwinden. Das Radisson Blu hat 19 multifunktionale, klimatisierte Veranstaltungsräume mit Tageslicht und 2600 Quadratmeter Außengelände. Das Hotel gehört der Hotelgroup Rezidor an, die das Marketing leitet. „Doch die wichtigste Kommunikation läuft immer noch face-to-face“, erklärt Müller. Im Radisson Blu sind Praktika für EC-Studenten möglich.

Dwayne Ellsworth



Das CyberForum versteht sich als Plattform für Vernetzung und Weiterbildung. Corinna Thumm, Leiterin Mentoring, erläutert EC-Studentin Katharina Hartmann die Leistungen und Praktikumsmöglichkeiten.



Obwohl die Enden des Stabes glühen und Feuerfunken werfen, bleibt das Polizeipferd gelassen und entspannt stehen.

Polizeipräsidentin Caren Denner diskutierte beim Campus-Symposium des EC Europa Campus das Thema Deeskalation.

Reiterstaffel der Polizei

Zusammenspiel von Mensch und Tier

Im Stallgebäude der Mannheimer Reiterstaffel der Polizei im Stadtteil Straßenheim herrscht reges Treiben: Die Polizeireiter machen die Pferde für eine anstehende Übung auf dem Trainingsplatz des Geländes fertig. Jeder Handgriff sitzt. Die Reiter sitzen auf und reiten Richtung Außenplatz. Der Platz ist bestückt mit Hindernissen aus bunten Luftballons, übereinan-

der gestapelten Stangen und Wippen. Seit 1984 befindet sich die Anlage fern von Straßenlärm für 15 Pferde und 19 Hunde auf einem landwirtschaftlichen Gelände. Die jungen Pferde kommen vom Haupt- und Landesgestüt Marbach und durchlaufen eine zweijährige Grundausbildung. Die Tiere sollen einen ruhigen Charakter mitbringen, alles Weitere erlernen sie auf der An-

lage mit dem ausbildenden Reiter. Ob ein Pferd für die künftigen Aufgaben geeignet ist, entscheidet sich meist erst während der Ausbildung: „Die Pferde müssen an allen Übungen Spaß haben, man kann nichts erzwingen, nur dann ist das notwendige Maß an Vertrauen zwischen Pferd und Reiter gegeben“, sagt Polizeioberkommissar Wolfgang Ott, Reiter- und Pferdeausbilder. „Die Pferde unterscheiden nach einiger Zeit nicht mehr zwischen Training und tatsächlichem Einsatz.“ Die Auswahl der Reiter unterliegt ebenfalls einem strengen Auswahlverfahren. Dabei sind nicht nur reiterliche Vorkenntnisse ausschlaggebend. „Die Reiter müssen hart im Nehmen sein, da Reiten körperlich sehr anstrengend ist, sie müssen Durchhaltevermögen beweisen und Rückschläge verkraften können, da es immer ein Zusammenspiel zwischen Mensch und Tier ist“, so Ott. Auf die Frage, wie Pferde bei Deeskalationen wirken, antwortet Ott: „Menschen treten den Tieren mit natürlichem Respekt gegenüber und nur selten kommt es zu Ausschreitungen oder gar Verletzungen von Mensch und Pferd“.

Katharina Meschler

Die größte WG in Oftersheim

Es ist wahrscheinlich die größte Wohngemeinschaft in Oftersheim bei Mannheim: Auf einer Fläche von 3000 Quadratmetern hausen bis zu 35 Pferde aller Rassen. Die Tiere leben nicht in herkömmlichen Pferde-Boxen, sondern auf einem großen Aktivgelände mit zehn Futterstationen, freien Liegeplätzen und unterschiedlich weichen Bodenbelägen, auf denen sich die Ponys, Hannoveraner, Schimmel



oder Araber frei bewegen können. „Wir wollten weg von der engen Stallhaltung“, sagt Besitzer Hans-Joachim Wöllner, der für seinen Einsatz im vergangenen Jahr den Tierschutzpreis Baden-Württemberg verliehen bekam.

Aaron Schwarz

EC-Student
Aaron Schwarz
mit einem neugierigen Pferd aus der Pferde-WG in Oftersheim

Technikmuseen Sinsheim und Speyer: Faszination für Jung und Alt

Die beiden Technikmuseen Sinsheim und Speyer haben einiges zu bieten – und sorgen durch gezielte Marketingaktionen und Öffentlichkeitsarbeit dafür, dass Interessierte das auch erfahren. In Sinsheim können sich Technikbegeisterte auf einer Fläche von rund 50 000 Quadratmetern austoben. Der Besucher findet dort die Concorde, die russische Tupolev TU-144, Schiffe, Oldtimer und die größte Formel-1-Ausstellung Europas. Pauschalpakete, wie „Heute hier, morgen dort“ in Zusammenarbeit mit dem Erlebnispark Tripsdrill locken neue Besucher. Durch einen Online-shop, Radio- und Printwerbung, Pres-

sarbeit, Plakatierung, Messeauftritte, Facebook und Sponsoring machen die Museen auf sich aufmerksam. Monatliche Events lassen keine Langeweile aufkommen. „Momentan sind keine neuen Exponate mehr geplant, aber wir haben die Möglichkeit, Sonderausstellungen durchzuführen“, sagt Pressesprecherin Simone Lingner. Speyer lockt mit einer Fläche von rund 125 000 Quadratmetern. Wie in Sinsheim gibt es auch in Speyer ein Imax-Dome-Filmtheater. Dabei wird der Film auf eine riesige Kuppel projiziert. Das Technikmuseum Speyer belegte 2011 bundesweit den zweiten Platz beim Wettbewerb „Be-

sondere Tagungs- und Eventlocations“ mit 20 000 Bewerbern. Derzeit wird eine neue Eventhalle gebaut. „Mit der neuen Eventhalle Hangar 10 schaffen wir für unsere Kunden eine weitere topmoderne Plattform für Veranstaltungen“, so Lingner. In der Halle können Tagungen, Messen, Produktpräsentationen, Gala Dinners und weitere Events durchgeführt werden. Beide Museen bieten EC-Studenten Praktika im Eventmanagement und in der Öffentlichkeitsarbeit an.

Marius Dorn

Interview mit DJ Erbgut

Musik als Lebensaufgabe

Seit 2008 ist Sebastian Erbgut alias DJ Erbgut in der elektronischen Musikszene im Rhein-Neckar-Delta aktiv und kaum mehr wegzudenken. Mit seinen Tracks heizt er die feierwütigen Massen an. Doch kaum jemand kennt die private Seite des Szene-DJs. EC-Studentin Simone Moor sprach mit ihm.

Wie bist du zum DJing gekommen?

Viel Spaß an der Musik, Eltern, die über stundenlanges Drummen im Keller hinweggesehen haben und ein paar Freunde, die einem ein bisschen Mut machen, auch mal vor Publikum zu spielen. Ich habe mich ziemlich spät dazu entschieden, mein Hobby in eine professionelle Richtung zu bewegen. Davor habe ich Informatik studiert und bin danach in einer Frankfurter Agentur gelandet. Dort bin ich immer noch.

Welche Musik spielst du am liebsten?

Es muss grooven. Wenn ich mir ein Lied im Studio anhöre, mein Bein anfängt zu wippen und ich anfangs leicht zu grinsen, dann weiß ich, das is es.

Welche Musikrichtung hörst du privat?

Meinen Musikgeschmack in eine Schublade zu stecken, geht nicht. Tatsächlich höre ich auch privat sehr viel elektronische Musik, aber ich bin da nicht komplett fest gefahren.

Was reizt dich daran, DJ zu sein?

Es ist einfach toll zu sehen, wie viel

Einfluss man mit seiner Musik auf die Menschen haben kann. Man bringt sie zum Tanzen und kann ihre Emotionen verstärken. Beim auflegen kommt es mir mehr auf das Publikum an als auf den Club. Aber natürlich bin ich immer wieder gerne in Ludwigshafen im Loft Club oder aber auch in meinem „Wohnzimmer“ – dem Soho in Mannheim.

Hier spiele ich seit drei Jahren jeden Monat. Das ist immer sehr familiär für mich!

Wo willst du noch auflegen?

Ich kann mir kaum einen Ort auf der Welt vorstellen, wo ich nicht spielen würde. Natürlich sind Orte wie Ibiza ganz oben auf der Wunschliste.



Sebastian Erbgut alias DJ Erbgut beim Auflegen vor seinem Mischpult. Foto: Erbgut

Zwei typische
Gothics beim
Wave-Gotik-Treffen
in Leipzig. Foto:
Martin Höhne



Die Gothic Szene Individuell und tolerant sein

„Nur schwarz gekleidet“, „Satanisten“ oder „Spinner“: Das sind gängige Klischees über Gothics. Die Wirklichkeit sieht anders aus.

„Viele Gothics zelebrieren ihren Status gerne, aber böse Menschen stecken meist nicht dahinter“, erklärt Maren Becher, Filialleiterin des Karlsruher Gothic-Szeneshops X-tra-X. Die Szene hat ihren Ursprung in den Musikrichtungen Punk und Dark-Wave. Sie

entstand Anfang der 80er Jahre und einwickelt sich kontinuierlich weiter. Im Gegensatz zu früher gibt es heute verschiedene Stilrichtungen, die sich durch die Musik, die Mode und das Erscheinungsbild unterscheiden. Diese drei Punkte bilden die Basis der Gothic-Szene. Daher haben sich viele Unternehmen auf die Gothic Szene spezialisiert. Es gibt eigene Print-Medien und Veranstaltungen für die Szene. Auch

das Internet und die sozialen Netzwerke spielen eine große Rolle.

Trotz großer Unterschiede innerhalb ist der Zusammenhalt in der Szene groß, und auch nach außen ist sie sehr tolerant. „So wie die Gothics behandelt werden wollen, behandeln sie auch andere“, erklärt Jasmin Manz, Mitarbeiterin bei X-tra-X.

Neben den klassischen Gothics mit eleganten Gewändern gibt es auch die moderneren Cyber Gothics. Letztere sind oft sehr grell angezogen, tragen Dreads und Schläuche im Haar. Dazwischen gibt es noch weitere Unterkategorien und auch Verschmelzungen mit anderen Szenen. Zu dem klassischen Dark-Wave gibt es heute Rock, Elektro und mittelalterliche Musikelemente in der Szene. Auch Electronic Body Music (EBM) und Industrial haben einen festen Platz.

Ein großes Thema sind Events. Das Wave-Gotik-Treffen (WGT) in Leipzig ist das weltweit größte Gothic-Event. Jedes Jahr sind über 20 000 Anhänger der Szene in Leipzig. Die ganze Stadt ist schwarz. Neben Konzerten gibt es Lesungen, Verkaufsstände und andere Veranstaltungen. Dort sind viele Unternehmen direkt am Kunden, mit Bannern, Flyern und über Sponsoring. Für Kundenakquise und Kundenbindung ist das essenziell wichtig. „Das Verhältnis, das wir zu unseren Kunden haben, ist das Besondere bei uns“, erklärt Becher.

Max Fischer

Eichendorff-Gymnasium-Ettlingen: Tradition schafft Zukunft

„Die individuelle Entwicklung jedes Einzelnen ist uns sehr wichtig“, sagt Andrea Messmer, Direktorin des Eichendorff-Gymnasiums (EG) in Ettlingen. Schüler am EG haben viele Möglichkeiten, sich kreativ zu entfalten. Projekte wie Diskussionsrunden mit Persönlichkeiten aus dem Umkreis und Schüleraustausch mit Schülern aus Epernay, der französischen Partnerstadt von Ettlingen, England oder Russland, erweitern den Horizont und schaffen Kontakte für die Schüler. Ein Computer-Algebra-System-Kurs, der als Ersatz für den Mathematikkurs ab der elften Klasse gewählt werden kann, und ein Literatur- und Theater-Kurs fördern individuelle Stärken. Schüler organisieren sich in diesen Bereichen meist selbst, überwiegend in kleineren Projekten, wie den Streitschlichtern oder der Suchtpräventionsgruppe. Auch die Lehrer sind nicht

nur im Lehrbereich tätig. Gegenseitige Hospitationen und die enge Zusammenarbeit mit der Schulleitung, den Elternvertretern und der Jugendsozialarbeiterin fördern die schulischen und sozialen Leistungen unter den Schülern. Ausflüge zum Hochseilgarten Ettlingen sind nicht selten. Eine von Eltern ehrenamtlich organisierte und betriebene Mensa bietet Mahlzeiten an. Außerdem ist eine kleine Bäckerei vorhanden. Das Eichendorff-Gymnasium geht aus einer Lateinschule hervor, die 1518 gegründet wurde. Über verschiedene Schultypen wurde 1972 das Gymnasium Ettlingen zum Eichendorff-Gymnasium. „Tradition schafft Zukunft, dafür steht das Eichendorff“, sagt Messmer. Jedes Jahr besuchen knapp 900 Schüler das EG, an dem sie in Klassen von 25 bis 31 Schülern lernen.

Dwayne Ellsworth



Andrea Messmer, Direktorin des Eichendorff-Gymnasiums, und EC-Student Dwayne Ellsworth vor dem Schulgebäude in Ettlingen

” Die Stadt Frankfurt am Main begrüßt die neuen Studienmöglichkeiten des EC Europa Campus. Damit wird Frankfurt für Studenten noch attraktiver und die Wirtschaft profitiert von jungen Akademikern. “

*Oliver Schwebel, Prokurist
Wirtschaftsförderung Frankfurt*

