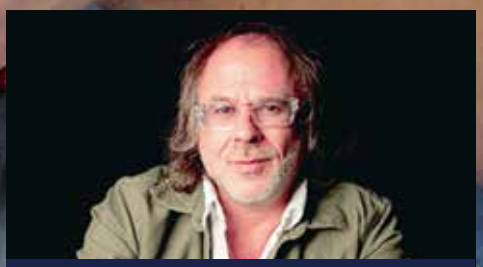
europa campus

Ein Medienprojekt der Studenten des
EC Europa Campus **Ausgabe XVI/2014**

campus LIVE

POETRY SLAM WIRD IMMER BELIEBTER

STUDIENREISE DES EC EUROPA CAMPUS NACH SHANGHAI



FRANKFURTER STADTTEILENTWICKLER UND MODEEXPERTE ARDI GOLDMAN

Christoph Gehrke erfindet Fitness-Burger

Gehrke bei den Werbeaufnahmen für seinen „McGoeerki". Foto: Gehrke

„Mit Fitness-Youtube-Videos habe ich mein Hobby zum Beruf gemacht", sagt Christoph Gehrke, der am EC Europa Campus Sport-, Event- und Medienmanagement studiert hat. Im Modul Schreibmaschinenoptimierung sollte er einen Blog erstellen und kam dabei auf die Idee eines You-Tube-Channels: „Es sind der Praxisbezug und die Praktika, die den EC Europa Campus auszeichnen. Die hervorragende Unterstützung durch die Dozenten ließ mich meine Idee verwirklichen." Er trat 2011 mit zwei Channels – einem privaten Kanal und einem deutlich stärker frequentierten Fitnesskanal – der Internet-Plattform YouTube bei und erreichte bis heute über zwölf Millionen Aufrufe und 100 000 Abonnenten. „Seit über zwei Jahren mache ich nun genau das, was mir Spaß macht", sagt Gehrke. Auf der Basis seiner YouTube-Channels will der 27-Jährige seine Reichweite durch das Online-Coaching mithilfe von Trainings- und Ernährungsplänen weiter ausbauen. „Ich konnte Fitness und die Kreativität der Medien miteinander verknüpfen", blickt Gehrke auf die Entstehung seines Projektes zurück. So gelang ihm auch ein weiterer Coup: Er erstellte für einen Wettbewerb von McDonalds seinen individuellen Fitness-Burger „McGoeerki" und landete unter den Top drei von über 210 000 Teilnehmern.

Rouven Langknecht

Zwischen Studium und Profikarriere

EC-Student Christopher Fischer spielt bei den Adlern Mannheim

Der 26-jährige EC-Student Christopher Fischer steht bei dem Eishockeyteam Adler Mannheim unter Vertrag. Mit 14 Jahren entschied er sich gegen den Fußball und für das Internat der Jungadler. ,,Eishockey ist der actionreichere Sport und macht mir deshalb mehr Spaß'', sagt Fischer.
Zehn Jahre später stand er in der deutschen Nationalmannschaft im Kampf um den Weltmeistertitel in Finnland und Schweden auf dem Eis. ,,Es war ein tolles Gefühl, mit Spielern zusammen zu spielen, zu denen man aufblickt'', sagt Fischer. Während des Turniers verletzte er sich am Knie und fiel eine komplette Spielzeit aus. ,,Es war bitter, den Jungs von der Tribüne aus beim Spielen zuzusehen. Dennoch habe ich nicht an ein Karriereende gedacht.''
Nach einer Zwischenstation in Wolfsburg und der anschließenden Rückkehr an seine alte Wirkungsstätte ist sein aktuelles Karriereziel, zu alter Stärke zurückzufinden und in der kommenden Saison die Meisterschaft mit den Adlern zu gewinnen. ,,In Mannheim fühle ich mich heimisch.''
Da er allerdings erfahren hat, wie schnell es mit dem Sport vorbei sein kann, entschied er sich, Medien-, Sport- und Eventmanagement bei EC Europa Campus zu studieren. ,,Ich versuche, beides miteinander zu vereinen und keine Seite zu vernachlässigen'', erklärt Fischer. ,,Außerdem gibt mir das Studium Sicherheit für meine Zukunft.''

Alexander Junk

Eishockeyprofi Christopher Fischer nach seiner Verletzung zurück auf dem Eis. Foto: Sörli Binder

campus LIVE INHALT

Das erwartet Sie in der aktuellen Ausgabe von campusLIVE

campusLIVE

Talkrunden und Modenschauen bei EC Europa Campus 4

EC-Student Max Schulz eröffnet Club Alibi 9

Hans Bahlsen studierte in Mittweida 13

mediaLIVE

Hit Radio Ohr – Nah dran an den Hörern 15

Mannheimer Morgen – Journalismus als spannendes Geschäft 16

promisLIVE

Claus Hipp – Vorreiter des Biotrends 19

Komiker Maddin Schneider – Von Dick und Doof inspiriert 20

Interview mit Oberbürgermeisterin Margret Mergen 21

eventsLIVE

Radio Regenbogen Award 2014 – Schaulaufen der Stars 25

Crazy Palace – Dinner, Varieté, Musik und Artistik 26

sportsLIVE

HSG Wetzlar – Durch Marketing Sport lebendig machen 31

Taekwon-Do – Der Weg des Fußes und der Hand 36

businessLIVE

Procter and Gamble – Qualität und Leistung müssen stimmen 37

PR-Agentur Fleishman Hillard – Experte für Öffentlichkeitsarbeit . . 39

regioLIVE

Rosenparkklinik Darmstadt –
Wunsch nach Ästhetik und Vollkommenheit 45

Landesbischof Bundschuh: Kirche den Menschen näher bringen . 47

IMPRESSUM

Studimagazin XVI/2014
Campus Live
Ein Medienprojekt der Studenten
des EC Europa Campus

Redaktion Karlsruhe:
Jill Bohn, Philip Epple

Redaktion Mannheim:
Christopher Fischer,
Stefanie Hirschmann

Redaktion Frankfurt:
Julian Herbert, Florian Siefert

Redaktionsteam:
Katrin Fronczek, Natalie Dechant

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

Talkrunden und Modenschauen bei den Sommer-Events des EC Europa Campus

Emotionen, Kommunikation, Innovation – um diese Themen drehten sich die diesjährigen Sommer-Events des EC Europa Campus. Die Studenten bewiesen bei der Organisation und Durchführung ihr im Bachelor-Studium erlerntes Können. EC Europa Campus bietet akkreditierte Studiengänge mit dem Ziel des staatlichen Hochschulabschlusses des Bachelor of Arts und des Master of Arts in Karlsruhe, Mannheim und Frankfurt an. Neben Talkrunden zu den Themen „Markenkommunikation" und „Wie kommt Neues ins Land?" wurden künstlerische Vorführungen und Modenschauen dargeboten. Weitere Höhepunkte in Karlsruhe waren die Qigong-Vorführung des China-Experten Prof. Dietmar Pfaff, der Auftritt der Zen-Künstlerin Xi Zhang und die historische Fechtvorführung der Fechtschule Fecht-Hut und eine Feuershow des Motivationscoachs Marko König.

Multisensuelle Markenkommunikation

In der Talkrunde zur Markenkommunikation hob Dr. Giovanni Vindigni hervor, dass Marken heutzutage nicht nur durch Textargumente in den Köpfen der Kunden verankert werden, sondern auch Emotionen durch Motorengeräusche und Geruchskomponenten hervorgerufen werden. Sounddesigner Andreas Lehnert, der Jingles und Videos für Unternehmen entwickelt, betonte, dass bei der Konzeption von Musikelementen diese gezielt auf die individuellen Wünsche und die Kultur des Unternehmens zugeschnitten werden müssen.

Management von Innovationen

Innovationsexperte Dr. Eckehard Krah wies darauf hin, dass neue Ideen nur dann als Innovationen angesehen

werden können, wenn sie auch als Marken im Markt durchgesetzt werden. Der ehemalige Kampagnendirektor von Greenpeace, Andreas Graf von Bernstorff, betonte die gesellschaftliche Verantwortung von Entscheidungsträgern, die neue Produkte und Verfahren in den Markt bringen. Diese müssten auch dem Anspruch auf Nachhaltigkeit und Umweltverträglichkeit genügen. Der akademische Leiter, Prof. Dr. Volker Kreyher, erklärte, dass von EC Europa Campus gezielt neue Studiengänge zu den Themen Markenkommunikation und Zukunftsmanagement entwickelt und hierzu auch Forschungsschwerpunkte eingerichtet werden.

Markenprodukte und Storytelling

Auch an dem Sommerevent der Standorte Mannheim und Frankfurt auf der Galopprennbahn in Frankfurt nahmen wichtige Personen aus dem öffentlichen Leben teil, wie Oliver Schwebel von der Wirtschaftsförderung Frankfurt und der Präsident der Galopprennbahn Manfred Hellwig. Die erste Talkrunde drehte sich um das Thema „Shopper-Marketing“: Darijusch Faseli von der Agentur Leo Burnett hob hervor, dass die Ausstattung von Stores besonders erlebnisorientiert gestaltet sein muss, so dass alle Sinne angesprochen werden. Stadtteil-Entwickler Ardi Goldman betonte, dass Markenprodukte mit Storytelling verknüpft werden müssen, damit sie bei den Kunden ziehen. Wirtschaftspsychologin Christine Stamatis stellte fest, dass Shop-Angebote von Online- und Mobile-Kommunikation ergänzt werden müssen. In der zweiten Talkrunde präsentierte Katharina Hermes, die mit einem Gründerpreis der Stadt Frankfurt ausgezeichnet wurde, innovative Accessoires und Modeartikel. Hakan Temür von Brandpool hob hervor, dass nicht nur das Produktangebot stimmen muss, sondern auch Marketing und Kommunikation zielgruppengerecht gestaltet sein müssen. Kreyher wies auf die wichtige Zielgruppe der großstädtischen Jugendlichen hin, deren Lifestyle in Marketing und Verkauf berücksichtigt werden muss. Lars Kopp von der Agentur J. Walter Thompson erklärte, dass neben Kreativität vor allem Professionalität im Marketing entscheidend ist, damit Innovationen im Markt ankommen.

EC-Student Adrian Scholz arbeitet für Bookingagentur

Adrian Scholz studiert Medien-, Sport- und Eventmanagement bei EC Europa Campus. Parallel zum Studium arbeitet er für die Mannheimer Bookingagentur HR Booking. „Wir verbuchen Künstler aus dem Hip Hop und dem Urban-Bereich aus den USA“, erklärt Scholz. „Zu unseren Kunden gehören internationale Größen wie Flo Rida, Snoop Dogg, aber auch kleinere Künstler und lokale DJs.“
Am Wochenende begleitet er bei Bedarf die Künstler zu Clubauftritten und Konzerten. Die Aufgaben beinhalten Tourorganisation der Künstler und das Buchen von Flügen und Hotels. „Die Agentur ist das Bindeglied zwischen Künstler und Veranstalter vor Ort“, sagt Scholz. „Meine Aufgabe ist es, für einen reibungslosen Ablauf zu sorgen, sodass die Musiker sich auf ihren Auftritt konzentrieren können“. Reisen gehört somit zu den Hauptaufgaben der Künstlerbetreuung. Seine Ziele sind unter anderem Dubai, Taipeh, Neu-Delhi oder Jakarta.
Zu den Highlights zählt er Großveranstaltungen wie Festivals. „Es ist toll, Musiker kennen zu lernen, deren Musik man schon im Jugendalter gehört hat“, so Scholz weiter. Nun will er sein erworbenes Praxiswissen durch das Studium bei EC Europa Campus festigen und vertiefen.

EC-Student Adrian Scholz zeigt einige Stars, die er schon auf Touren begleitet hat.

Christopher Fischer

EC-Studentin Esra Aldikacti hat eigenes Modelabel „be Esaay“

Schon als Kind hat EC-Studentin Esra Aldikacti mit Stoffen experimentiert und ein Cocktailkleid aus Tischdecken oder ein Hochzeitskleid aus Gardinen gefertigt. Die Leidenschaft für Mode liegt offensichtlich in der Familie. So leitet ihre Tante schon seit 20 Jahren eine etablierte Textilagentur in Istanbul, wodurch auch ihr erster Kontakt zu Textil und Mode entstand. „Mein Ziel war es schon immer, ein eigenes Unternehmen zu gründen und mich als Designerin durchzusetzen“, erklärt sie. Diesen Traum erfüllte sie sich 2011 zusammen mit ihrer langjährigen Freundin und jetzigen Partnerin Ayla Ranjkash.
Ihre Marke „be Esaay“ steht für die Schönheit der starken, selbstbewussten und erfolgreichen Frau. Aldikactis Erfolg kann sich sehen lassen. Schon jetzt werden in verschiedenen Ateliers Europas ihre Kollektionen verkauft, wie in der Modestadt Paris. Zuletzt präsentierte sie ihre neue Leder-Kollektion bei der Sommergala des EC Europa Campus.
Ihr Motto „Be with us, be Esaay“ soll Frauen ermutigen, die Mode der selbstbewussten Frau auszuprobieren. „Unsere Marke hat keine Altersbegrenzung. Wir stehen für ein Bild der Frau, das kein Alter kennt und zeitlos ist“. Zurzeit studiert sie bei EC Europa Campus Mode-, Trend- und Markenmanagement. Dadurch erhofft sie sich neue Kontakte und mehr Know-how im Marketing und Management.

Dragan Gries

EC-Studentin Esra Aldikacti zeigt EC-Student Dragan Gries ihre neue Kollektion.

Exkursion zur Berufsgenossenschaftlichen Unfallklinik Frankfurt

„Retten, Heilen und Rehabilitieren, alles aus einer Hand mit Einsatz aller geeigneten Mittel“ ist das Motto der Berufsgenossenschaftlichen Unfallklinik in Frankfurt (BGU). „Die BGU Frankfurt ist auf Unfallchirurgie und Orthopädie spezialisiert und mit 5.000 Notarzteinsätzen im Jahr einer der größten Notarztstandorte in Hessen“, erklärt Prof. Dr. Thomas Auhuber, Oberarzt und Leiter des Medizincontrollings, bei einer Exkursion der EC-Studenten. Auhuber informierte die Studenten des EC Europa Campus über den geplanten Umbau und qualitätssichernde Maßnahmen der Klinik. Die Besichtigung des BGU-eigenen Rettungshubschraubers war ein Highlight für die EC-Studenten, denn sie erlebten einen spontanen Einsatz mit dem Starten des Hubschraubers live mit. Die BGU Frankfurt bietet Praktika für EC-Studenten an.

Carolin Rüffer

Exkursion zum 25 Hours Hotel Frankfurt by Levi's

„Das 25 Hours Hotel Frankfurt by Levi's hat Ähnlichkeit mit einem Hostel“, sind sich die Studenten des EC Europa Campus einig. Bei einer Exkursion lernten sie das Hotel mit seinen 76 blauen Zimmern kennen, die das Unternehmen Levis ausgestattet hat. Als ehemalige Nachbarn gingen das Hotel und Levis eine Kooperation ein. Das Hotel orientiert sich am Thema Levis. Die Zimmerkategorien sind hier zum Beispiel in die Kleidergrößen S, M, L und XL eingeteilt. 70 Prozent der Hotelgäste sind Geschäftsreisende. Das Boutique-Hotel verfügt über einen Tagungs- und Außenbereich sowie über eine Dachterrasse mit Bar. Zusätzlichen Service bietet das Hotel den Gästen, indem ihnen Fahrräder und Minis zur kostenlosen Nutzung bereitgestellt werden.
Jedes Stockwerk orientiert sich an einem bestimmten Jahrzehnt von den 50er Jahren im ersten Stockwerk bis zu den 80er Jahren im obersten Stockwerk. In jedem Zimmer hängt eine original Jeans aus dem passenden Jahrzehnt.

Marlene Paetzold

Praxisdialog mit Modedesigner Cem-Mustafa Abaci

Modedesigner und Visionär Cem-Mustafa Abaci gab den Studenten des EC Europa Campus bei einem Praxisdialog einen Einblick in die Entstehung und Entwicklung seines Modeunternehmens. Neben Herzblut und Begeisterung für die eigene Idee überzeugte Abaci schon früh durch Individualität und klassische Eleganz. Seine Handschrift der stylischen Klassik und des zeitlosen Stils findet sich in seinen maßgeschneiderten Designs wieder. Der Kunde findet in seinem Frankfurter Store neben einem Großteil maßgeschneiderter Eigenkreationen eine große Auswahl an italienischer Mode.
Außerdem hat Abaci ein eigenes Parfum kreiert. „Ich möchte meine Marke auch in einem Duft ausdrücken“, sagt der Designer.

Manuel Kirchberger

Praxisdialog mit Katja Sottmeier von Ogilvy One

„Wir als Agentur sind dazu da, dass der Kunde in der Lage ist, aus einem Euro zwei zu machen“, sagt Katja Sottmeier, Managing Director der Werbeagentur Ogilvy One. Zu den Kunden der Agentur zählen beispielsweise Louis Vuitton und Dove. Der Gründer David Ogilvy war ein Visionär, der Gesetze für Marketing aufgestellt hat, die heute noch Gültigkeit besitzen. „Bei der heutigen Reizüberflutung müssen Marken Beziehungen zu Kunden aufbauen", erklärt Sottmeier. Ogilvy One kritisiert veraltete Denkmuster und ruft zu frischem Denken auf. Die aktuelle Nescafé-Kampagne ist das beste Beispiel, denn sie zeigt, wie viele Nutzer von sich aus aktiv an der Kampagne mitwirken und so den Erfolg vorantreiben können.

Yakob Tahan

Exkursion zu Trigema

Die Studenten des EC Europa Campus bekamen bei einer exklusiven Werksführung bei Trigema in Burladingen einen Einblick in alle Abteilungen des Unternehmens. Inhaber Wolfgang Grupp nahm sich Zeit für ein persönliches Kennen lernen und erklärte den Studenten, dass alle wichtigen Entscheidungen, wie optimale Lagerhaltung, von ihm persönlich gefällt werden. Trigema wurde 1919 gegründet und hat 1380 Mitarbeiter. In 48 Outlet-Stores werden die Bekleidungsartikel deutschlandweit verkauft. 95 Prozent seines Umsatzes macht das Unternehmen in Deutschland.

EC-Studentin Sandra Kraus beim 38. Internationalen Oldtimer-Meeting in Baden-Baden. Foto: AS-Production

EC-Student Max Schulz eröffnet Club Alibi in Wiesbaden

Der 19-jährige EC-Student Max Schulz hat in Wiesbaden den Club „Alibi" eröffnet. Er soll neuen Schwung in das Nachtleben Wiesbadens bringen und des Weiteren die Stadt bereichern. Manchmal gibt es im „Alibi" für die Gäste abwechslungsreiche Überraschungen, ganz nach dem Motto „Expect the unexpected". Die Clubmitarbeiter haben beispielsweise Donuts an die Besucher verteilt. Schulz studiert Medien-, Sport und Eventmanagement am EC Europa Campus. Seit seinem 16. Lebensjahr plant er Veranstaltungen, mittlerweile etwa zwölf jährlich. Schulz und sein Team waren schon länger auf der Suche nach einer neuen Herausforderung, da bot es sich an, dass das ehemalige „Cubique" zum Verkauf stand. Sie erarbeiteten ein Konzept, das Sponsoren und Förderer überzeugt hat. Das Fazit seit der Eröffnung ist überraschend gut ausgefallen: „Perfekt kann und wird es nie sein, es gibt immer die eine oder andere Ecke, an der man feilen und drehen muss. Aber das tun wir täglich, um neue Reize zu schaffen", sagt Schulz. „Wer Spaß an der Arbeit hat, sich mit dem Team versteht und sich Ziele steckt, sieht diesen Job neben dem Studium nicht als Belastung, sondern als Bereicherung", sagt Schulz.

Marius Cernohorsky

EC-Student Max Schulz (li.) ist stolz auf den Club „Alibi" in Wiesbaden. Foto: Alibi.

Heelboops: Praxisdialog mit Katharina Hermes

„Fashion is Passion“ so lautet die Philosophie der Designerin Katharina Hermes, die sie den Studenten des EC Europa Campus bei einem Praxisdialog mit auf den Weg gibt. Hermes, die ihre erste Modefirma mit 16 Jahren gründete, studierte Modedesign in London und Mailand und arbeitete für große Designer wie Valentino, Roberto Cavalli und Alexander McQueen. Vor zwei Jahren hatte sie die Idee, stylische Absatzschoner für High Heels zu entwerfen. Das Ergebnis: Heel Bopps. Mittlerweile vertreibt sie die Aufsteckabsätze mit dem Slogan „Walk like a star“ in Stores in ganz Europa. Der Hauptsitz ist in Offenbach, wo auch Praktikanten erwünscht sind. Hermes arbeitet zurzeit zusätzlich noch als Produktdesignerin bei Bogner.

Josefine Olajide

Praxisdialog mit Marion Schneider von der Event- und Modelagentur Manigoo

„Um auf dem Markt zu bestehen, ist es wichtig, auf ihn zu reagieren und zu erkennen, was die Kunden wollen“, sagt Marion Schneider, Inhaberin und Gründerin der Event- und Modelagentur Manigoo in Mannheim. In einem Praxisdialog des EC Europa Campus erklärte Schneider, dass sie ihren Models Kompetenzen vermittle, die auch für andere Lebensbereiche wichtig seien. Loyalität, Zuverlässigkeit und Durchhaltevermögen erwartet Schneider nicht nur von ihren Models, sondern auch von ihren Geschäftspartnern. Zu den Leistungen der seit zehn Jahren bestehenden Agentur zählen beispielsweise Model- und Künstlervermittlung, Erstellung von Gesamtkonzepten sowie Eventsupport. Manigoo bietet für EC-Studenten Praktika an.

Leyla Ertugrul und Janina Walter

Nestlé: Praxisdialog mit Stefanie Babka

„Unsere Praktikanten sind nicht nur zum Kaffee Kochen da, auch wenn Kaffee eines unserer Geschäftsfelder ist“, sagt Stefanie Babka, Employer Branding Managerin von Nestlé, bei einem Praxisdialog des EC Europa Campus. Babka studierte Betriebswirtschaft und Public Relations, und arbeitete zwei Jahre bei Nestlé im Bereich Corporate Social Media, bevor sie ihren jetzigen Tätigkeitsbereich antrat. Nestlé hat 468 Standorte in 86 Ländern, der Hauptsitz ist in der Schweiz. Das Unternehmen bietet in Deutschland pro Jahr 150 Praktika und die Betreuung von Bachelor- und Masterarbeiten an. Außerdem gibt es ein spezielles mit einer Auszeichnung für karriereförderndes und faire Traineeprogramme ausgezeichnetes Traineeprogramm, bei dem jeder Teilnehmer seinen eigenen Coach hat, fünf verschiedene Abteilungen durchläuft und sich somit sein eigenes Netzwerk aufbaut.

Fabienne Ulrich

Exkursion zum Technoseum Mannheim

Dass wissenschaftliches Arbeiten nicht nur etwas mit sturer Schreibtischarbeit zu tun hat, beweist die Exkursion der EC-Studenten zum Technoseum Mannheim. Die Bibliothekarleiterin Petra Memmer führte die Studenten durch die zweistöckige Bibliothek, die sich durch eine klare Architektur auszeichnet. Die Studenten erhielten einen Einblick in Dokumentationen der deutschen Geschichte zu Arbeit und Technik und liehen sich gleich mehrere Bücher aus. „Wir bieten nicht nur Bücher, sondern auch eine große Auswahl aus Katalog-, Foto- und Filmsammlungen kostenlos zum Verleih an“, erklärt Memmer.

Nevina von Deplano

Exkursion zum Immobilienentwickler Ardi Goldman

„Ist die Stadt schlecht, so ist auch das Leben schlecht“, sagt Immobilienentwickler Ardi Goldman bei einer Exkursion der EC-Studenten zum MA-Quartier in Frankfurt. Seine Grundidee ist es, einen Lauf zu kreieren, der Menschen dazu bringt, über den Glasrand zu schauen. Dies versucht er in dem von ihm benannten Bezirk Neustadt. Die Geschäfte „The Listener“ und „Lieblings…“, der Mittelpunkt des MA-Quartiers, vereinen Floristik, Gastronomie, Textil, Accessoires und Möbel. Stolz zeigt Goldman die teilweise selbst entworfenen Fahrräder, die nicht nur als Dekoration dienen, sondern auch verkauft werden.
Früher durch bunte Anzüge bekannt, sieht sich Goldman heute selbst als einen „Denim-Mann“. Vor allem hochwertige Jeans mit kreativen Waschungen gehören zu den Highlights von „The Listener“. Diese werden teilweise sogar noch mithilfe einer antiken Nähmaschine von Singer genäht.

Anja Knoth

Wirtschaftspsychologin und EC-Dozentin Christine Stamatis

Expertin für Trendmanagement und Personalauswahl

„Meine Lehrtätigkeit am EC Europa Campus ist eine hervorragende Ergänzung zu meiner Tätigkeit als Unternehmerin in der Wirtschaftspsychologie. Für mich ist es erfüllend, wenn ich mein Wissen und meine Praxiserfahrung an Studierende weitergeben kann“, erklärt Christine Stamatis.

Stamatis ist seit vier Semestern Dozentin bei EC Europa Campus. „Die Atmosphäre war von Anfang an familiär, und ich fühle mich als Teil dieser Community“, sagt sie. Neben Human Ressource Management lehrt die Karlsruherin auch Trendmanagement. „Trendmanagement befasst sich mit aktuellen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Trends, aber auch mit den zugehörigen Gegentrends. Beispiele dafür sind Jugendlichkeit als Trend älter werdender Menschen oder auch das Thema Nachhaltigkeit als Trend, Trendsportarten oder Tradition und Mode“, erklärt Stamatis.

Neben der Lehrtätigkeit ist sie selbständige Wirtschaftspsychologin im Unternehmen „Stamatis und Partner“. Hier berät sie Unternehmen in der Personalauswahl und Entwicklung. „Personalauswahl hat die Aufgabe, Berufserfolg zuverlässig vorherzusagen. Viele unterschätzen die Wichtigkeit der strukturierten Personalauswahl, denn Fehler können dabei für Unternehmen teuer oder gar wettbewerbsentscheidend sein“, betont sie.

Jungen Studenten rät sie, eine positive Einstellung gegenüber lebenslangem Lernen zu entwickeln und bei wichtigen Entscheidungen auf das Bauchgefühl zu hören. „Man muss authentisch sein, seine Stärken hervorbringen, aber auch Schwächen zugeben und daran arbeiten“, so Stamatis.

Christopher Fischer

EC-Dozentin Christine Stamatis gibt ihr Wissen Studenten weiter.

Dirk Schröer – Sportmanager, Spielervermittler und EC-Dozent

Sportmanager Dirk Schröer vermittelt Spieler.

Dirk Schröer leitet seit 2002 mit seinem Geschäftspartner Dr. Christian Vogt mit Leidenschaft und Ehrgeiz das Unternehmen Sport Business Management. Die beiden beraten und vermarkten Profi-Sportvereine, aber auch Unternehmen, die sich auf der Plattform des Sports zielgerichtet positionieren möchten. „Wir beraten nicht nur Unternehmen und stellen gemeinsam mit ihnen das für sie passende Konzept zusammen, sondern helfen ihnen auch bei der Umsetzung, denn die Aktivierung von Engagements ist heutzutage wichtig“, sagt Schröer, der bei EC Europa Campus unterrichtet. Nebenher arbeitet der ehemalige Marketing-Manager des DSC Arminia Bielefeld auch als lizenzierter Spielervermittler. „Der Beruf des Spielervermittlers ist ein vielseitiger und anspruchsvoller Job, der viele wichtige Aufgaben beinhaltet. Unter anderem muss ich ein Vertrauter und Freund sein, die außersportliche Karriere im Kopf haben, mich um die Gesundheitsabsicherung kümmern und vieles mehr“, so der Diplom-Kaufmann. Dabei hält er die Pufferfunktion für eine seiner wichtigsten Aufgaben. „Ein Spieler muss sich jederzeit komplett auf den Sport konzentrieren können. Deshalb sind wir bei Verhandlungen mit dem Verein der Puffer. Das bedeutet, wenn es mal Schwierigkeiten gibt, können wir das aushandeln“. Studenten rät er für einen erfolgreichen Einstieg in das Berufsleben, ein Netzwerk aufzubauen, das sie sich durch viele Praktika erarbeiten können.

Philip Epple

Exkursion zum Hotel Intercontinental Frankfurt

Bei einer Exkursion zum Hotel Intercontinental Frankfurt erklärte Human Resources Managerin Maria Kietzmann den EC-Studenten: „Wir legen Wert darauf, dass es unseren Kunden gut geht und betreuen unsere Gäste individuell und versuchen, ihnen alle Wünsche zu erfüllen." Politiker wie Bundeskanzlerin Angela Merkel und Sigmar Gabriel waren bereits Gast im zweitgrößten Hotel Frankfurts. Die Daxx Mainhattan's Bar ist die größte Whiskey Bar in Frankfurt, das Fitness Center hat 24 Stunden geöffnet. Das Signatures Veranda Restaurant bietet zehn verschiedene Küchen an, darunter arabische, asiatische, vegetarische und koschere Gerichte. Im Vergleich zu anderen Hotels hat das Intercontinental mehr Personal, vor allem an der Rezeption und im Concierge-Bereich. Das Hotel bietet knapp 500 Zimmer an und verfügt über 19 Veranstaltungsräume. Es bietet Praktika für Studenten an.

Laxsiga Ketheeswaran

Exkursion zur Frankfurter Werbeagentur Publicis

„Wer Veränderungen nicht frühzeitig erkennt, hat ein Problem", teilte Michael Giatas, Head of Stategy der Werbeagentur Publicis, den Studenten des EC Europa Campus bei einer Exkursion mit. Publicis zählt heute zu den größten Werbeagenturen der Welt und wurde 1926 in Paris von Marcel Bleustein-Blanchet mit dem Leitsatz „If you wait for things before you act, they change without you" gegründet. 1950 gab es das erste Büro in Frankfurt und mittlerweile sind 850 Experten an sieben Standorten in ganz Deutschland verteilt, davon arbeiten 84 von ihnen in Frankfurt. Neben dem wichtigsten Kunden Nestlé arbeitet die Agentur auch mit Unternehmen wie der Commerzbank, Ratiopharm, Siemens und L'Oréal zusammen. Giatas erklärte den Studenten, dass der Schwerpunkt der Arbeit bei Publicis die ganzheitliche Markenkommunikation entlang des Customer Journey sei, das heißt, dass der Kunde von der Suche nach einem Produkt in allen Phasen bis zum Point of Sale begleitet wird. Die Philosophie der Agentur lautet „Lead the change". Publicis bietet Studenten Praktika an.

Lisa Esau

Exkursion zum Textilunternehmen Felina

Jürgen Wollenschläger, Geschäftsführer des Textilunternehmens Felina in Mannheim, begrüßte die Studenten des EC Europa Campus zu einer Exkursion, bei der er die Positionierung und Präsenz der Felina-Marken auf dem internationalen Markt thematisierte. So erläuterten Kristina Seibel, Leiterin des Internationalen Marketings, und Patrick Barth aus dem Produktmanagement anhand einer Präsentation mit anschließender Führung durch den Hauptsitz die Marketingstrategien und Analysen des Unternehmens sowie das Vorgehen im Produkt- und Trendmanagement. Der Schwerpunkt der Kommunikation liegt auf Print, POS und den Handelspartnern. Ein Rundgang durch Design- und Schnittabteilung, Schneiderei und Näherei ließ den Produktionsprozess lebendig werden. Felina bietet Studenten Praktikumsplätze an.

Udon Vongkhamchanh

Praxisdialog Rolls-Royce

„Blauer Himmel, riesige Verantwortung, tolle Technik und Zuverlässigkeit, das bedeutet für mich Rolls-Royce", sagt Dr. Holger Cartsburg, Geschäftsführer von Rolls-Royce Deutschland bei einem Praxisdialog des EC Europa Campus. Rolls-Royce habe derzeit einen Markenwert von 26 Milliarden Pfund und sei Marktführer in dem Bereich der großen Triebwerke, wie die des Airbus A380, so Cartsburg. Weltweit arbeiten 55 000 Menschen für die Marke, 13 000 davon in Deutschland. Die Arbeit bei Rolls-Royce sei ein Spagat aus Wissen und Innovation. Heutzutage müssen laut Cartsburg Systeme gebaut werden, die leisere Geräusche generieren und weniger die Umwelt verschmutzen. „Wir sind nicht diejenigen, die den Trend am Markt setzen. Wir sind ein internationaler Konzern und das, was nachgefragt wird, bieten wir an", erklärt Cartsburg.

Beatrice Schreier

Exkursion zum Dorint Hotel Mannheim

Bei einer Exkursion zum Dorint Hotel in Mannheim lernten die Studenten des EC Europa Campus bei einer Führung durch das Business Hotel die Veranstaltungsräume, das Restaurant und die Zimmer kennen. Sabrina Bertolini, Leiterin des Banketts, informierte die Studenten über die Arbeit im Hotel und beantwortete alle Fragen. „Im Hotelbusiness zu arbeiten, ist zwar anstrengend, aber es ist auch ein spannender Beruf", sagt Bertolini.

Tiffanie Schreiber

Hans Bahlsen studierte in Mittweida

„Wer Keks sagt, meint Bahlsen!“ – Mit diesem Anspruch arbeitet das Unternehmen bei der Herstellung von Süßgebäck. Mitverantwortlich für dieses Denken ist Hans Bahlsen. Der älteste Sohn des Firmengründers Hermann Bahlsen übernahm neun Jahre nach dessen Tod 1928 die technische Leitung des Unternehmens. Seine Fachkompetenz für diesen Bereich erlernte er an der Hochschule Mittweida. Dort studierte er von 1920 bis 1922 Maschinenbau. Seine 1919 abgeschlossene, einjährige Ausbildung zum Bäcker und Schlosser war zusätzlich ein erster Schritt zum späteren Einstieg in das Unternehmen seines Vaters. Unmittelbar, bevor er Teil der Firma wurde, reiste Bahlsen drei Jahre um die Welt. So kam er nach England, Finnland und in die USA. In den ersten Jahren als technischer Leiter erhielt er Unterstützung von seinen jüngeren Brüdern Werner und Klaus Bahlsen, wodurch sich ein Geschwister-Trio als Geschäftsführung etablierte. Hans Bahlsen fokussierte sich jedoch einzig auf den technischen Aufgabenbereich, da er seine Kompetenzen dort am besten zur Entfaltung bringen konnte. In der Wirtschaftskrise während der 30er Jahre war Innovation gefragt, und so entwickelte Bahlsen die Expressdose, die ein Pfund Kekse beinhaltete. Dadurch erlebte das Unternehmen wieder einen Aufschwung. Bahlsen stieg 1959 aus dem Geschäft aus. Noch im selben Jahr starb er im Alter von 58 Jahren in seinem Geburtsort Hannover.

Steffen Frey

Auch bei den EC-Studenten Tom Kratzmeier (v. l.), Daniel Becker und Steffen Frey sind Bahlsen-Kekse beliebt.

Foto: Bahlsen

AS-Production – Newcomer der Filmbranche aus dem Rhein-Main-Gebiet

EC Student Admir Suljanovic (re.) bei seiner Arbeit für AS-Production.

Mit der Gründung von AS Production 2008 möchte EC-Student Admir Suljanovic nicht nur national, sondern auch international bekannt und erfolgreich werden. Schon als Jugendlicher besaß er sein eigenes Tonstudio in Frankfurt, mittlerweile mit Sitz in Köln. Von Wiesbaden aus vermarktet sich AS Production nicht nur mit Musikvideos, sondern ist auch in den Bereichen Fotografie und Film tätig. „Ganz besonders freue ich mich auf meinen eigenen Film, der Ende 2015 in die deutschen Kinos kommen wird“, sagt der 23-Jährige.

Neben den Videoprojekten übernimmt AS Production Foto- und Filmprojekte für bekannte Unternehmen, wie Nestlé, Nissan, Red Bull, Nike und Audi.

„Das größte Highlight für mich war ein Videoprojekt über den japanischen Botschafter während meines Aufenthalts in Tokio. Für mich war das der Startschuss ins internationale Geschäft“, sagt Suljanovic. „In den kommenden Jahren werden wir zusätzliche Großprojekte im Ausland angehen. Neben der Eröffnung einer Werbeagentur in China wird auch ein Film über den flächenmäßig viertgrößten Staat der Erde gedreht.“ AS Production bietet Praktikumsplätze für EC-Studenten an.

Manuel Erbe

Praxisdialog mit Dr. Stefan Wachtel von Expertexecutive

„Reden ohne Plan und im falschen Film sein, das sind die häufigsten Gründe dafür, dass eine Karriere oft schiefläuft. Jeder muss wissen, welche Rolle er spielen will und wer er ist", erklärt Dr. Stefan Wachtel von Expertexecutive bei einem Praxisdialog des EC Europa Campus. Der Sprechwissenschaftler und Medienrhetoriker ist einer der gefragtesten Executive Coaches in Deutschland. Wachtel erläuterte den Studenten, wie eine Rede aufgebaut sein sollte. Neben dem klassischen Pyramidenmodell betont Wachtel die Wichtigkeit des Trichtermodells. Selbst wenn ein längerer Vortrag pyramidenförmig aufgebaut sei, so sollen die einzelnen Segmente dennoch trichterförmig sein. In der anschließenden Diskussion wurde das Trichtermodell zu einem Rautenmodell erweitert.

Gérard Aguilar

Exkursion zum Universitätsklinikum Frankfurt

„Das Universitätsklinikum Frankfurt ist größer als die Altstadt Frankfurts und hat die größte und teuerste Hochbaustelle Hessens", sagt Ricarda Wessinghage, Rechtsanwältin und Pressesprecherin des Universitätsklinikums Frankfurt. Bei einer Exkursion des EC Europa Campus erfuhren die Studenten, dass die 1914 gegründete Universitätsklinik heute zu einer der besten Universitätskliniken Deutschlands zählt und dieses Jahr ihr 100-jähriges Bestehen feiert. Als besonderen Auftrag versucht die Uniklinik exzellente Krankenversorgung, Lehre und Forschung zu betreiben, um Fortschritte zu erreichen und die Ärzte von morgen auszubilden. Bei der Besichtigung mit dem stellvertretenden Direktor der Anästhesie, Dr. Bertram Scheller, besichtigten die EC-Studenten einen Schockraum und die Intensivstation und bekamen einen Einblick in die Arbeitswelt der zentralen Notaufnahme. Das Frankfurter Universitätsklinikum bietet Praktika für Studenten an.

Annika Franzen

Praxisdialog mit der Deutschen Sport-Marketing

„Wir vermarkten Werte", sagt Robert Bruck, Head of Business Development bei der Deutschen Sport-Marketing. Bruck arbeitet seit 2006 bei der Agentur, die die deutsche Olympiamannschaft, die deutsche Paralympische Mannschaft und auch den Breitensport in Deutschland vermarktet. Sie tritt seit 1986 als der Vermarkter des Sports auf mit Hauptsitz in Frankfurt am Main. Zurzeit besteht das Unternehmen aus 28 festen Mitarbeitern. Ein besonderes Erlebnis sind die Projekte zu den Olympischen und Paralympischen Spielen, wo vor allem im von der Deutschen Sport-Marketing organisierten Deutschen Haus schon viele Medaillen gefeiert wurden „Das Deutsche Haus ist die Begegnungsstätte von Sportlern, Sponsoren, Medien und Politik", erklärt Bruck, der schon bei mehreren Olympischen Spielen für das Deutsche Haus verantwortlich war. Die Deutsche Sport-Marketing bietet Praktika für Studenten an.

Marvin Conradi

Exkursion zum Hotel Innside by Meliá

„Das Leben ist eine Theaterbühne. Solange man den roten Teppich betritt, befindet man sich immer in einer neuen Ära", sagt Friederike Wider, Sales Assistant des Innside Hotels Frankfurt bei einer Exkursion der Studenten des EC Europa Campus. Das Hotel liegt im Fünf-Sterne-Segment, gehört zur spanischen Hotelkette Meliá und hat 76 Appartments in drei Zimmerkategorien. Bei einer Hausführung lernten die EC-Studenten das Haus kennen, vor allem die Bars, bekannt für Live-Musik mit wechselnden Bands und den Sauna- und Fitnessbereich, der 24 Stunden geöffnet hat. Hauptzielgruppe des Innside Hotels sind Business-Gäste, die die direkte Lage in der City und den Blick über die Frankfurter Skyline schätzen.

Illaria Amprino

Exkursion zur Eventlocation The Aircraft at Burghof

Bei einer Exkursion lernten die Studenten des EC Europa Campus die Event-Location „The Aircraft at Burghof" in Dreieich kennen, die aus einer alten Gaststätte entstand und mit Teilen einer Boeing 737 umgebaut wurde. Wie die Verantwortliche für Events, Juliane Quaaßdorff, erklärte, lassen sich hier Tagungen, Partys, Empfänge, Konzerte, Ausstellungen und Theateraufführungen veranstalten. Echte Flugzeugteile, wie Turbinen, Flugzeugfenster und First-Class-Sitze erzeugen ein besonderes Ambiente. Von der Dachterrasse hat der Besucher einen herrlichen Blick auf die historische Burg. Auf Wunsch erleben die Gäste auf 50 in Flugzeugfenster eingebauten Monitoren einen simulierten Nachtflug über Los Angeles.

Lucas Röhrig

Hitradio Ohr Offenburg

Nah dran an den Hörern

„Das Faszinierende am Radio ist, dass man nur das Wort hat und die Bilder dazu im Kopf entstehen", sagt Markus Knoll, Programmleiter von Hitradio Ohr in Offenburg.
Wichtig ist ihm, ein Programm zu gestalten, das er auch selbst gerne hören würde. Wie schon der Claim „Einfach näher dran" ausdrückt, möchte der Sender sowohl nah an den Geschehnissen in der Region als auch am Hörer sein. Um die Bindung zu den Hörern zu verstärken, veranstaltet Hitradio Ohr Events und Reisen, wie zum Beispiel die „Pistengaudi" in Galtür. Bei den Reisen sind immer Teammitglieder dabei, Praktikanten, Volontäre und der Chef. „Seine Freizeit mit uns verbringen zu wollen, ist das größte Geschenk, das uns ein Hörer machen kann", sagt Knoll.
Meldet ein Hörer einen Blitzer oder bringt Themenvorschläge, bekommt er so genannte Ohrbits und kann die Bonuspunkte bei Partnerunternehmen einlösen.

Wer beim Radio arbeiten will, sollte viel Enthusiasmus und Energie mitbringen. Knoll weiß aus eigener Erfahrung: „Wer verrückt aufs Radio ist, dem bringt der Job eine Menge Spaß". Hitradio Ohr bietet Praktika für Studenten an.

Linda Ehrhardt

Programmleiter Markus Knoll mit EC-Studentin Linda Ehrhardt im Sendestudio von Hitradio Ohr in Offenburg.

Deutsche Presse-Agentur

Dem Online-Zeitalter standhalten

dpa-Landesbüroleiter Martin Oversohl erklärt EC-Studentin Jaimie Henze die Arbeitsweise der Nachrichtenagentur.

„Ein gesundes Selbstbewusstsein, Motivation und eigene Ideen sollte ein zukünftiger Journalist mit sich bringen", erklärt Martin Oversohl, Landesbüroleiter der Deutschen Presse Agentur (dpa) Frankfurt. „Das Schreiben kann man lernen, aber die notwendigen Soft Skills, wie Teamfähigkeit, Neugierde und die unbedingte Lust am Fragen, müssen angeboren sein", sagt Oversohl. Er hatte schon während der Schulzeit ein klares Ziel vor Augen. „Ich liebe es zu schreiben. Das hat damals mit der Schülerzeitung angefangen und mich bis zu meinem Beruf als Journalist bei der dpa begleitet."

Die dpa ist Deutschlands größte Presseagentur und sie muss schnell und korrekt arbeiten. „Wir haben viele Medien zu füttern", sagt der Landesbüroleiter. Die aktuellsten News erhält die dpa zum Beispiel auf Pressekonferenzen oder auch in Interviews oder bei Rechercheterminen, diese News verkauft sie dann an Zeitungen, die sie drucken können. „Wir nutzen die Online Medien nicht, sie sind für uns eher ein Innovationsgeber", sagt Oversohl.
Um sich im Online-Zeitalter weiterhin behaupten zu können, setze die dpa andere Schwerpunkte: „Wir müssen beginnen, Nachrichten zu erklären und zu analysieren anstatt sie nur aktuell zu produzieren. So können wir für die Leser interessant bleiben", sagt Oversohl.

Jaimie Henze

Mannheimer Morgen

Journalismus als spannendes Geschäft

EC-Studentin Stefanie Hirschmann beim Tischfußball mit Sportredakteur Stefan Skolik

Seit fast 20 Jahren arbeitet Stefan Skolik als Redakteur in der Sportredaktion des Mannheimer Morgen. „Hier herrscht ein guter Teamgeist, was wichtig für mich ist." Außerdem ist er in Mannheim groß geworden und hat schon als Kind regelmäßig den Mannheimer Morgen gelesen. „Radio oder Fernsehen ist nichts für mich. Schreiben liegt mir mehr als moderieren oder kommentieren", sagt er.

Dass die Verkaufszahlen von Tageszeitungen immer kleiner werden, bestreitet Skolik nicht. „Die Arbeit der Redaktionen jedoch wird nicht weniger werden." Er ist davon überzeugt, dass die Zeitung bestehen bleibt, in digitaler und analoger Form.

Skolik liebt seinen Job. „Es ist ein spannendes Geschäft, wobei jeden Tag etwas Neues passiert." Er habe noch keinen Tag in seinem Beruf erlebt, an dem er um zehn angefangen habe und nach einem langweiligen Tag im Büro um 18 Uhr nach Hause gegangen sei.

Angehenden Sportjournalisten rät er, sich als freie Mitarbeiter bei einer Zeitung zu engagieren. Auch er war freier Mitarbeiter der Schwetzinger Zeitung. Praktika und schließlich ein Volontariat seien die nächsten Schritte in Richtung Redakteur. Der Mannheimer Morgen bietet Praktika für Studenten an.

Stefanie Hirschmann

Hit Radio FFH

Moderator Tobias Radloff begeistert am Mikro

„Das Mikro und Ich haben uns angeschaut und wir waren direkt Freunde", sagt Radio-Moderator Tobias Radloff über seine erste Moderationserfahrung. Schon früh entdeckte er seine rednerische Begabung und entschied sich, sein Hobby zum Beruf zu machen. Mit 17 Jahren fing er als Reporter beim SWR an, war dann unter anderem Hallensprecher beim 1. VC Wiesbaden und Moderator des Leonardos, ein Event, bei dem kreative Jugendliche gefördert werden. Er ist Stadionsprecher beim SV Wehen Wiesbaden und war von 2012 bis 2014 Moderator, Reporter und Redakteur bei Rockland Radio. Außerdem moderiert er seit 2006 während der Fußball-Europa- und Weltmeiserschaften das Public-Viewing in Wiesbaden.

In seiner Laufbahn habe er gelernt Verantwortung zu übernehmen, im Vollgas-Modus journalistisch zu arbeiten und durch seine unterhaltsame Art weiß er nicht nur am Mikro, sondern auch auf der Bühne zu überzeugen. „Das Beste an meinem Job ist, Leute zu begeistern und zu Emotionen anzuregen", erklärt er.

Seit Juli 2014 moderiert der 28-Jährige bei Hit Radio FFH, was eine neue und spannende Herausforderung für ihn ist. „Wichtig in meinem Job ist, dass man lernt, Verantwortung zu übernehmen und Schlag auf Schlag abzuliefern", sagt Radloff. Neue Ziele hat er sich trotzdem schon gesetzt, denn außer im Radio will er sich in Zukunft auch gerne im Fernsehen austoben und sowohl hinter als auch vor der Kamera mitmischen.

Johanna Eggers

Tobias Radloff hat sein Hobby zum Beruf gemacht. Foto: Rouven Faust

Top Magazin Karlsruhe

Aus der Region für die Region

„Man muss zu 100 Prozent hinter einer Sache stehen“, sagt Hans-Dieter Kreis, Verlagsleiter des Top Magazins Karlsruhe. Das Lifestyle Magazin hat über 40000 Leser und berichtet vierteljährlich über sportliche, wirtschaftliche und exklusive Themen rund um die Region Karlsruhe, Baden-Baden und Pforzheim. Mit einem selektiven Vertriebssystem richtet sich das Top Magazin gezielt an Firmenkunden und private Leser. So ist es im Zeitschriftenhandel, in Unternehmen, Hotels und in der gehobenen Gastronomie erhältlich. Der Lesezirkel trägt dazu bei, dass das Magazin insbesondere bei Ärzten, Kliniken und Frisören ausliegt und damit immer für potentielle Kunden verfügbar ist.
Durch regelmäßige Veranstaltungen wie die Karlsruher Top Lounge, ein Event, bei dem sich Kunden und Geschäftspartner austauschen und Kontakte knüpfen können, oder Leserumfragen weiß das Top Magazin Karlsruhe über die Interessen seiner Leser Bescheid.

Catherine Schliebs

Die EC-Studenten Jill Bohn, Olivia Bischoff, Daniel Becker und Steffen Frey sind begeisterte Leser des Top Magazins Karlsruhe.

Radio-Moderatorin Astrid Jacoby

Astrid Jacoby on air im Studio von Radio Regenbogen.

Spontane Kreativität am Mikrofon

„Kein Moderator ist sicher vor Versprechern, so etwas gehört zu einer Livesendung dazu, das macht das Radio als schnellstes Medium eben aus“, sagt Astrid Jacoby, Moderatorin bei Radio Regenbogen und Harmony.fm. Während beim Fernsehen Fauxpas herausgeschnitten werden, müssen Radiomoderatoren mit Witz und Charme mit ihren Fehler umgehen. Das verlangt ein hohes Maß an spontaner Kreativität, die laut Jacoby jeder Moderator mitbringen sollte. Dazu gehört ebenfalls das Einfühlungsvermögen, sich in jede Stimmungslage hineinzuversetzen. „Eine Livesendung während der Fußball-WM wird stimmungstechnisch selbstverständlich anders moderiert als eine Livesendung während einer Geiselnahme“, sagt sie.
Eine weitere Herausforderung der Radiomoderation ist die breit gefächerte Hörerschaft. Jacoby achtet darauf, dass sich jeder angesprochen fühlt, sei es der Projektleiter in seinem klimatisierten Büro oder der Bauarbeiter in der prallen Mittagshitze. „Man muss eine Sendung führen, in der sich jeder wiederfinden kann“, sagt Jacoby.
Parallel zum Radio moderiert sie regelmäßig Events, wie das „Wilsons Seniors Tennis Grade 1“ in der Türkei oder das regionale Sommerfest „Stadtmarketing Mannheim“. Radio Regenbogen bietet Praktika für Studenten an.

Sandra Grünberg

Klaus Staeck in seiner Galerie in Heidelberg

Künstler Klaus Staeck aus Heidelberg

Menschen zum Nachdenken bringen

Uli Hoeneß und Angela Merkel schütteln sich die Hand. Darüber prangt der Schriftzug „Glückwunsch Uli! Wir steuern das schon." Ein Werk von Klaus Staeck. Hierzu macht er deutlich, dass er kein Karikaturist ist. Seine Kunst ist Satire. Das heißt, er benutzt das Stilmittel der Fotomontage, um zentrale Konflikte real darzustellen. „Auf jeden Fall nichts Harmloses", sagt er. Mit seinen Bildern möchte er nicht einfach flüchtige Lacher erzeugen. „Ich möchte die Menschen auf satirisch-humorvolle Weise zum Nachdenken bringen über Themen, die auch mich beschäftigen", sagt Staeck. Außerdem ist es sein Ziel, aufzuklären und gegen die Gedankenlosigkeit der Menschen anzukämpfen.

Staeck ist Präsident der Berliner Akademie der Künste. Dort werden zum Beispiel Schriftsteller und Politiker zu Akademiegesprächen eingeladen, um über aktuelle Themen zu diskutieren und zu informieren. „Die Verteidigung der Meinungsfreiheit habe ich zu meinem Beruf gemacht", sagt der 76-Jährige hierzu. Politik sei schließlich überall zu finden, auch vor Fußballstadien. „Es ist natürlich ein Witz zu sagen, der Sport sei unpolitisch und das Stadion soll politikfrei bleiben", sagt er.

Jungen Erwachsenen rät er, sich gemeinsam am öffentlichen Leben zu beteiligen, denn Staeck steht für Demokratie und diese erfordert Mitarbeit. Es sei eine Verpflichtung, wählen zu gehen und gehöre zu der Verantwortung, die alle Menschen trügen. Staeck ist in der DDR groß geworden, in einer Zeit, in der die Bürger noch weit entfernt waren von einer Demokratie. Man solle nicht darauf warten, dass andere etwas für einen tun, sondern selbst aktiv werden. „Wenn man sich nicht in der Jugend einmischt", sagt Staeck", wann denn dann?"

Stefanie Hirschmann

EC Europa Campus verabschiedet seinen ersten Jahrgang des Studienzentrums Frankfurt ins Praktikum.

TV-Starkoch Steffen Henssler

In sieben Gerichten um die Welt

Steffen Henssler, TV-Spitzenkoch, machte mit seiner Live-Kochshow „Hamburg Tokio New York - Meine kulinarische Weltreise“ Station in der Frankfurter Jahrhunderthalle. Henssler, der als erster Deutscher eine Ausbildung zum Professional Sushi Chef bei Sushimeistern in Los Angeles machte, führte das Publikum auf eine kulinarische Weltreise. Eine solche hatte er wenige Jahre zuvor selbst gemacht. Ob Lachs-Sashimi mit Pfefferkruste und Apfel-Ingwer-Dip aus Asien oder Surf-and-Turf-Burger aus Amerika, der Star des Abends bot ein großes Angebot an Leckereien. „Das ist ein marinierter Hühnerfuß, für dich sogar mit Maniküre“, scherzte er, als er einen Zuschauer aus dem Publikum die Delikatesse aus Asien probieren ließ. Probieren war jedoch nicht alles, was das Publikum erwartete, einen Großteil der Show war er nicht allein auf der Bühne, sondern holte sich Unterstützung aus dem Zuschauerpool. Henssler, der zwei Restaurants betreibt, tischte den Zuschauern keine luxuriösen Gerichte auf, sondern solche, die sie ohne großen Aufwand nachkochen können. Sieben Gerichte zauberte er, die er auf seiner Weltreise aus Tokio, Los Angeles, Peking und New York mitgebracht hatte. Fast zweieinhalb Stunden unterhielt Henssler so die Zuschauer und lieferte eine Liveshow mit gutem Essen, viel Gelächter und Unterhaltung.

Kim Schmidt

Steffen Henssler, unterhält mit vielen kulinarischen Besonderheiten seine Gäste. Foto: Heiko Neumann Public Relations

Claus Hipp – Vorreiter des Bio-Trends

Beim Thema Babynahrung denken die meisten Menschen in Deutschland an die Marke Hipp und den Unternehmer in vierter Generation, Claus Hipp. Der Geschäftsführer des Babykostherstellers Hipp zieht sich auch mit 76 Jahren nicht aus dem Geschäft zurück. „Solange meine Kinder das Gefühl haben, ich kann ihnen noch etwas helfen, mache ich das“, sagt er. Hipp hat alle wichtigen Werte und unternehmerischen Eigenschaften an seine Kinder weitergegeben. Aber auch als Dozent versucht er, Studenten unternehmerisches Handeln zu vermitteln. „Sie sollen Mut bekommen, auch selbst unternehmerisch tätig zu sein, aber sie sollen auch Verständnis dafür entwickeln, dass alles nur in Verantwortung für die Menschen möglich ist“, erklärt Hipp. Bei dem Babykosthersteller steht daher die Nachhaltigkeit an oberster Stelle: „Nachhaltigkeit heißt, bei allem Tun daran zu denken, welche Auswirkungen sie auf die kommende Generation hat.“ Das Unternehmen hat laut Hipp schon vor allen anderen den Trend von ökologisch angebautem Essen und die grüne Richtung für sich genutzt und ist somit Vorreiter des Bio-Trends.

Im Rahmen ihrer Bachelorarbeit führte EC-Studentin Laura Böttcher mit Unternehmer Claus Hipp ein Experteninterview.

Laura Böttcher

Monika Römer-Emich

Deutschlands schönste Frau über 50

Monika Römer-Emrich hat Spaß an der Mode.

„Das Alter spielt beim Modeln im Prinzip keine Rolle", weiß die Miss 50plus 2014, Monika Römer-Emich. Sie überzeugte bei der Misswahl in Tracht, Business-Outfit und Abendkleid die Jury, darunter auch Let's-Dance-Juror Joachim Llambi. Heutzutage müsse man sich auch im besten Alter nicht mehr dezent und zurückhaltend kleiden, solange man Stil bewahrt. Die Leidenschaft für Mode wurde Römer-Emich in die Wiege gelegt, ihre Mutter war Schneiderin und so spielten Mode und Schönheit schon in ihrer Kindheit eine wichtige Rolle. Bis vor zwei Jahren führte sie ihre eigene Modeboutique, organisierte und moderierte Modenschauen und lief auch selbst über den Laufsteg.

Mit einem Urlaubsfoto aus der Türkei hatte Römer-Emich sich bei der Zeitschrift rtv für die Wahl beworben. Trotz zahlreichen Terminen und Auftritten, vor allem kurz nach der Misswahl, blieb ihr Leben normal. „Mein Freundeskreis hat sich jedoch gespalten, denn manche können mit dem Erfolg nicht umgehen", sagt sie.

Castingshows wie „Germany's next Topmodel" sieht sie positiv, denn sie würden einen hohen Unterhaltungswert bieten. Auch wenn dadurch natürlich der Schlankheits- und Schönheitswahn angekurbelt werde, sei die Show ein gutes Sprungbrett für junge Models. Den Mode-, Trend- und Markenmanagement Studenten bei EC Europa Campus rät sie, den eigenen Stil zu bewahren und die eigenen Ideen zu verfolgen.

Linda Ehrhardt

Monika Römer-Emich ist Miss 50plus. Foto: rtv

Komiker Maddin Schneider

Von Dick und Doof inspiriert

Viele Menschen kennen ihn. Mit seiner hessischen Schnauze bringt er das Publikum nicht nur auf der Bühne, sondern auch vor dem Fernseher und der Kinoleinwand zum Lachen. Schon in jungen Jahren hatte Martin Schneider, genannt Maddin, Spaß am Blödsinn machen. „Das sieht man schon auf alten Schwarz-Weiß-Fotos", sagt Schneider. „Am meisten inspiriert haben mich wohl Stan Laurel und Oliver Hardy alias Dick und Doof". „Die sind Schuld daran, dass ich Komiker geworden bin." Der Zuschauer sieht ihn immer gut gelaunt, wie es sich für einen Kabarettisten gehört.

Als Kabarettist ist er gerne auf Tour, um Leute zum Lachen zu bringen. „Als Otto mich damals gefragt hat, ob ich einen Zwerg in dem Film 7 Zwerge spielen möchte, hat sich das schon ein wenig wie ein Ritterschlag angefühlt", erklärt er. Jedoch ist es ihm wichtiger, dankbar und froh zu sein, statt stolz auf Leistungen, die erbracht wurden. Einen Karriereplan hat er nicht, sein persönlicher Wunsch ist aber: „Ich möchte gerne noch mal einen Film drehen, der in Hessen spielt, eine hessische Heimatkomödie sozusagen", sagt Schneider.

Suren Khameneh

Markenzeichen des Komikers Maddin Schneider ist sein hessischer Dialekt. Foto: S-Promotion Event

Baden-Badens Oberbürgermeisterin Margret Mergen setzt sich für die Stadt ein. Foto: Margret Mergen

Interview mit Baden-Badens Oberbürgermeisterin Margret Mergen

Baden-Baden soll Stadt für junge Menschen werden

Margret Mergen ist seit Juni Oberbürgermeisterin von Baden-Baden. Davor war sie erste Bürgermeisterin in Heilbronn und Karlsruhe. EC-Studentin Olivia Bischoff sprach mit ihr.

Wie wollen Sie die Stadt für junge Menschen attraktiv gestalten?
Die grundlegenden Dinge sind bezahlbarer Wohnraum, Sicherung der Schulstandorte und Kinderfreundlichkeit in den Stadtteilen. Sicherlich auch die Überlegung, Weiterbildungsangebote anzubieten, damit die Schüler nach ihrem Abschluss nicht in andere Städte abwandern, sondern in Baden-Baden bleiben.

Wie wollen Sie die Stadt lebendiger machen?
Mit ausgebauten Radwegen, außerdem mit Möglichkeiten sich zu treffen, ohne gleich in die Gastronomie gehen zu müssen, weil die teuer ist. Oft sitzt die Jugend auf irgendwelchen Treppen, das ist im Winter bestimmt nicht angenehm und für manche ältere Herrschaften störend. Hier Begegnungsmöglichkeiten anzubieten, ist sicherlich sinnvoll.

Wird die Jugend solche Angebote nutzen?
Ja! Das hat sich sowohl in Karlsruhe als auch in Heilbronn gezeigt. Das habe ich vor allem an banalen Dingen wie Einkaufsmöglichkeiten gemerkt, die auch für junge Leute interessant sind. Wenn es dann noch einen Ort gibt, an dem sie sich zum Beispiel nach der Schule treffen können, fördert das die Attraktivität der Innenstadt. Gleichzeitig ist es ein Signal an die jungen Leute, dass sie willkommen sind. Sie sind keine Störenfriede, sondern Bestandteil der Stadt.

Welche Bedeutung haben für Sie die Social Media in der Stadtkommunikation?
Social Media haben eine große Bedeutung für eine Stadt, weil sie inzwischen ein wichtiger Bestandteil unserer Kommunikation sind. Vor allem die Jüngeren, die sich mit diesen Medien verständigen und verabreden, lesen in der Regel keine Zeitung mehr. Deswegen muss eine Stadt diese Kanäle mitbedienen, wenn sie die ganze Breite der Bevölkerung informieren und einladen möchte sich zu beteiligen.

Welches sind Ihre Ziele für Baden-Baden in der Zukunft?
Ich würde gerne die Internationalität von Baden-Baden fördern. Mein Ziel ist es, das Interesse an der Stadt in anderen Ländern zu wecken, sodass auch internationale Kongresse mit Baden-Baden zu Stande kommen. Den besonderen Charme und die Stellung als Kultur- und Kurstadt gilt es dabei, nach außen zu tragen. Dies wäre durch beste geografische Voraussetzungen und das Engagement der Bürger möglich.

Olivia Bischoff

Interview mit „Germany's next Topmodel"-Gewinnerin Stefanie Giesinger

Aus der Kleinstadt in die große Modelwelt

Mit 17 Jahren gewinnt die Schülerin Stefanie Giesinger aus Kaiserslautern die 9. Staffel der Castingshow von „Germanys next Topmodel". EC-Student Christopher Kauff sprach mit ihr.

Wie bist du zu „Germany's next Topmodel" gekommen?
Ich persönlich hatte nie das Selbstbewusstsein, um mich dort anzumelden. Ich dachte, ich kann es sowieso nicht weit schaffen. Allerdings hat mein bester Freund mich dann einfach für die Castings angemeldet und somit fuhr ich zunächst nach Köln und dann nach Berlin.

Hast du deine Familie vermisst?
Während unserer Reise hatte ich eigentlich gar keine Zeit, um Heimweh zu haben, da wir ständig etwas zu tun hatten. Lediglich in Singapur ganz zu Beginn der Show gab es eine kurze Heimwehattacke, die ich aber schnell hinter mir gelassen habe.

Was war dein Lieblingsshooting?
Besonders erinnere ich mich an das Cosmopolitan Shooting, denn dort habe ich so wirklich gemerkt, was alles in mir steckt und was ich dazugelernt hatte. Zu Beginn hätte ich niemals das Selbstbewusstsein gehabt, mich vor eine weiße Wand zu stellen und für solch ein großes Magazin zu modeln.

Foto: Prissilya Junewin | Photography

Germany`s next Topmodel-Gewinnerin Stefanie Giesinger hat es auf die Titelseite der deutschen Cosmopolitan geschafft. Foto: obs/Bauer Media Group, Cosmopolitan

Musst du viel für deinen Körper arbeiten?
Glücklicherweise bin ich eine Person, die so ziemlich alles essen kann, was sie möchte. Ich bin aber auch noch jung, was mir zu Gute kommt. Mittlerweile mache ich viel Sport – das gehört zum Modelleben ebenso dazu.

Hast du deine Teilnahme in irgendeiner Form jemals bereut?
Nie! Ich sehe das alles als ein Riesengeschenk und ich bin so dankbar, das alles erleben zu dürfen. Ich habe mich selbst besser kennen gelernt, bin viel selbstbewusster geworden und habe wirklich tolle Menschen getroffen. Von Anfang an musste ich kämpfen, da ich zu Beginn stets Wackelkandidatin war. Nun habe ich gewonnen. Das hat mir gezeigt, dass es sich immer lohnt zu kämpfen. Ich werde immer versuchen, ich selbst zu bleiben.

Christopher Kauff

Eishersteller Dario Fontanella

Anderen zehn Schritte voraus sein

„Eis machen ist mein Leben“, sagt Dario Fontanella. Der Mannheimer Eishersteller liebt seinen Beruf. Doch es war kein leichter Weg zum besten Eismacher in Deutschland. Früh brach Fontanella seine schulische Laufbahn ab, um in das Eisunternehmen der Familie einzusteigen. Musste er sich anfangs noch gegen die Skepsis seines Vaters durchsetzen, erfand er 1969 bei einem Skiurlaub das heute weltweit bekannte Spaghettieis. „Damals gab es Eis nur in Kugelform oder gespachtelt, das Geniale war, Eis erstmals durch eine gefrorene Spätzlepresse zu jagen.“

Heute betreibt Fontanella vier Eisdielen in Mannheim, arbeitet mit Sterneköchen zusammen und verschickt sein Eis sogar bis nach Australien. Für sein Eis nutzt er nur die feinsten Zutaten, um so ein perfektes Produkt zu kreieren. Von Zusatzstoffen und Emulgatoren hält der Mannheimer Meister-Gelatiere nichts. „Das Ehrliche, das Authentische und das Transparente muss bei meinen Produkten erhalten bleiben.“

2014 bekam der gebürtige Mannheimer den Bloomaulorden verliehen, der als höchste bürgerschaftliche Auszeichnung Mannheims gilt. Es sei für ihn eine große Ehre und eine Anerkennung für seine ganze Familie. Da er auch eine große Verbundenheit zu Mannheim hat, sei er besonders stolz auf diesen Orden. Den EC-Studenten gibt der erfolgreiche Unternehmer den Rat: „Mit dem Erfolg ist es wie mit einem guten Eisrezept, die Kunst ist, kein großes Geheimnis daraus zu machen, sondern allen anderen immer zehn Schritte voraus zu sein.“

Dario Fontanella – Erfinder des Spaghettieises. Foto: Fontanella

Abél Zere

Sängerin Caro Trischler

Durchgestartet bei „The Voice of Germany“

Caro Trischler mit Sascha Vollmer (l.) und Alec Völkel (r.) von „The BossHoss“. Foto: Trischler

„The Voice of Germany“ hat mich persönlich und musikalisch weitergebracht, ich würde es auf jeden Fall noch einmal machen“, sagt Caro Trischler aus Bretten bei Karlsruhe, die im vergangenen Jahr im Halbfinale gegen den späteren Gewinner Andreas Kümmert antreten musste. Dabei hatte sie von Alec Völkel und Sascha Vollmer, zwei Mitglieder der Band „The BossHoss“, die mit ihr arbeiteten, einiges gelernt. „Besonders Alec ist ein richtig cooler Typ, ich konnte mich immer an ihn wenden“, freut sich Trischler. „The Voice of Germany ist die einzige Casting-Show, bei der die Musik im Mittelpunkt steht.“ Trischler singt schon seit ihrer Kindheit. „Papa hat mich, als ich zwölf war, zum ersten Mal zum Gesangsunterricht geschleppt“. Neben dem Singen komponiert sie auch einige Lieder für ihre neue CD. Außerdem spielt sie noch Klavier und Gitarre.

Ihre über 10 000 Facebook-Fans vergisst die 18-Jährige trotz vieler Auftritte bei Events oder privaten Veranstaltungen, wie Hochzeiten, nicht.

„Ich versuche, meine Fans stets auf dem Laufendem zu halten“, so Trischler. „Ich bin zurzeit ziemlich im Stress, ich muss alle Anfragen selbst bearbeiten, denn ich habe noch kein eigenes Management“. „Um erfolgreich zu sein, sollte man sich nicht verbiegen lassen und einfach weiterüben. Gute Musik findet früher oder später immer Gehör“, sagt Trischler.

Tom Kratzmeier

Hélène Grimaud zu Gast beim „Heidelberger Frühling“

Musikfestival „Heidelberger Frühling“

Klassik hautnah

Klappstühle, jede Menge Studenten und Getränke aus Pappbechern – nicht gerade das, was einem als erstes einfällt, wenn es um ein klassisches Musikfestival geht. Doch genau das macht das Klassik-Festival „Heidelberger Frühling“ auch für junge Leute attraktiv.

Der „Heidelberger Frühling“ ist ein internationales Musikfestival, das in Locations wie in der Print Media Lounge oder der Universität in Heidelberg stattfindet. Von März bis April begeistert er jedes Jahr rund 30 000 Besucher für die Welt der Klassik. Mit weit über 100 Veranstaltungen ist der „Heidelberger Frühling“ das größte Musikfestival der Region Rhein-Neckar. „Aus klassischer Sicht war der Auftritt von Hélène Grimaud mit dem ‚City of Birmingham symphony orchestra' ein Highlight des diesjährigen Festivals“, sagt Karsten Füllhaase, Marketingleiter des Heidelberger Frühlings.

Es gibt aber auch Konzertformate wie die Mischung aus Klassik und akustischem Techno - „Offspring“ nennen es die Veranstalter. Die Band „Elektroguzzi“ trat dieses Jahr im alten Hallenbad auf. Das Publikum saß nur ein paar Meter von den Künstlern entfernt - auf Klappstühlen und Papphockern. „Unsere ungewöhnlichen Konzertformate und genreübergreifenden Konzerte machen den Heidelberger Frühling so besonders. So sprechen wir nicht nur Klassik-Liebhaber an, sondern eben auch junge Leute“, so Füllhaase.

Karina Reinart

Theaterball Karlsruhe

Wichtigstes Gebot: Sich schön machen

„Tanzen bis tief in die Nacht“ - Mit seinem vielseitigen Programm zieht der Theaterball jedes Jahr alle Altersgruppen in das Karlsruher Staatstheater. Neben klassischen Gesangsdarbietungen sorgen das Karlsruher Staatsballett und Kabarettisten mit ihren Auftritten für Spaß und Unterhaltung. Sternekoch Bernd Werner verwöhnt das Publikum mit zahlreichen Gerichten kulinarisch.

Das besondere Konzept des Balls vereint klassische Oper und modernes Theater und beinhaltet mit Auftritten von Sänger Max Giesinger und lateinamerikanischen Rhythmen zahlreiche Highlights für die jungen Generationen. „Das Staatstheater muss für alle Menschen in der Stadt und in der Region da sein“, sagt Generalintendant Peter Spuhler zur Zielgruppenvielfalt.

Die Chill Out Lounge im Außenbereich bietet den Gästen während der Programmpausen eine Anlaufstelle in entspannter Atmosphäre. Zeitgleich laden die Foyers außer zu Speisen und Getränken auch zu Tanzkursen mit Tanzschule Gutmann ein. Außerdem verwöhnt das Team von Esprit et Corps im Beauty- und Wellness-Bereich mit Massagen und professionellen Stylings. Spuhler betont: „Keiner muss die Sorge haben, sich falsch zu benehmen. Das einzig Wichtige ist, dass die Gäste sich wirklich schön machen. Das ist unser wichtigstes Gebot.“

Generalintendant Peter Spuhler im Interview mit EC-Studentin Désirée Mayer

Désirée Mayer

Radio Regenbogen Award 2014

Schaulaufen der Stars

Radio Regenbogen lud zur 17. Verleihung des Radio Regenbogen Awards in das Europa Park Confertainment Center. Der wichtigste Radio-Preis im Südwesten war ein Schaulaufen der internationalen und nationalen Stars. 1500 geladene Gäste erlebten die Weltstars aus Comedy, Musik und Sport hautnah.

Lisa Ehleider

EC-Studentin Lisa Ehleider mit den Magiern Ehrlich Brothers

EC-Studentin Lisa Ehleider mit den Boxerinnen Regina Halmich und Alesia Graf

EC-Studentin Lisa Ehleider mit Sportkommentator, Fußballexperte und Sky-Chef-Kommentator Marcel Reif

EC-Studentin Lisa Ehleider mit Schauspieler Jan Sosniok

EC-Studentin Lisa Ehleider mit Comedian Atze Schröder

Crazy Palace

Dinner, Varieté, Musik und Artistik

Sänger Marvin Broadie und Sternekoch Sören Anders. Foto: ideeundform-ka.de

Seit dem vergangenen Jahr bietet ein nostalgisches Spiegelzelt auf dem Messplatz in Karlsruhe einen Ort für besondere Erlebnisse. Von Ende November bis Mitte Januar ließen sich rund 7500 Besucher in den Bann einer Show ziehen, die alle Sinne des Menschen bedient. „Eine Dinnershow à la Brot und Spiele, die sich durch ihre Modernität auszeichnet", so Harald Erny, Mitinitiator des Varietés Crazy Palace. Schon bei der Ausstattung ist die Modernität zu erkennen. Dunkles Holz an den Wänden, der Rest in weiß gehalten. „Wir wollten etwas Neues, Eigenständiges installieren. Es sollte verrückt und nicht vergleichbar mit schon bestehenden Spiegelzelten wie Palazzo sein, daher auch der Name", sagt Erny. Das Verrückte ist überall zu erkennen. In den Kostümen wie auch in den Künstlern. „In der vergangenen Saison hatten wir eine zwei Meter große Moderatorin, gepaart mit dem Magier und Performer Derek Scott aus Kanada", sagt Erny.

Neben Varieté, Musik, Artistik und vielen anderen Angeboten überzeugt Crazy Palace mit ausgezeichneter Sterneküche. Sören Anders ist als jüngster Sternekoch Deutschlands ein Teil der Crazy-Palace-Familie. Er und sein Team verzaubern die Besucher während des Abends mit einem extravaganten Vier-Gänge-Menü.

Crazy Palace bietet Praktika an. Die EC-Studentinnen Katharina Mientus und Sarah Perst haben bereits Praktika absolviert und ihre Bachelorarbeiten zum Thema Varieté geschrieben.

Jill Ellen Bohn

Schloss Neuhaus

Besondere Location für besondere Momente

„Das Besondere an unserem Schloss ist, dass unsere Gäste alleiniger Schlossherr sind", sagt Cecily Freifrau von Gemmingen, Geschäftsführerin von Schloss Neuhaus in Sinsheim-Ehrstädt. Seit 1993 können Interessenten das ganze Jahr über die Location für Feste wie Hochzeiten, Firmenfeiern, Geburtstage und Konferenzen mieten. Es liegt in ruhiger Gegend, anderthalb Kilometer außerhalb des Ortes. Die Anlage des Schlosses umfasst acht Tagungsräume, eine Kapelle mit Platz für 170 Menschen und 28 Schlafzimmer. Von Gemmingen sagt: „Wir haben zwischen 20 und 30 Veranstaltungen pro Jahr, überwiegend Hochzeiten". Das Schloss bietet Paaren die Möglichkeit, unter freiem Himmel zu heiraten. Der neuangelegte Garten fasst Platz für 100 Sitzplätze. Paare können ihre Hochzeit individuell gestalten, trotzdem stellt ihnen das Schloss rund um die Veranstaltung Personal zur Verfügung. Gäste können in 26 Doppelzimmer und zwei Familienzimmer untergebracht werden, jedes Zimmer ist mit einem Bad und vielen Extras ausgestattet. Die Location wird immer von Donnerstag bis Sonntag pro Veranstaltung vermietet, so ist es möglich, privat mit seinen Gästen die Zeit im Schloss zu verbringen. Das Schloss ist heute in Familienbesitz der Freiherren von Gemmingen-Neuhaus. Die EC-Studentin Gianna Busto hat ihre Bachelorarbeit über das Thema Hochzeiten als Event am Beispiel von Schloss Neuhaus geschrieben.

Henrik Daxhammer

Schloss Neuhaus stellt die ideale Hochzeitslocation dar. Foto: Daniel Mackert

Harte Arbeit: Enno-Ilka Uhde führt Regie vor dem Pokalfinale 2012 in Berlin.

Enno-Ilka Uhde

Organisator der großen Fußballbühne

Wenn 75 000 Menschen im Olympiastadion dem DFB-Pokalfinale entgegenfiebern, schlägt die große Stunde von Enno-Ilka Uhde. Was der Wiesbadener in seinem Atelier in Karlsruhe konzipiert, wird später in über 200 Ländern live übertragen. „Die 15 Minuten zwischen Aufwärmen und Anpfiff sind sekundengenau geplant. In der heutigen Fußballbranche kannst du nichts dem Zufall überlassen", sagt der Performance-Designer.

Neben Firmengalas organisiert er auch Messen und Opern. „Mein Onkel hatte eine Loge im Wiesbadener Staatstheater. Ich habe die Oper dreimal wöchentlich besucht", erklärt der 65-Jährige seine Affinität. Außerdem war Uhde 15 Jahre künstlerischer Leiter des Europaparks Rust.

In dieser Zeit eignete er sich das Eventhandwerk an und lernte dort den damaligen Bundestrainer Berti Vogts kennen, der augenscheinlich von seiner Arbeit angetan war. Seit 17 Jahren steht er in engem Kontakt zum DFB und organisiert sämtliche Veranstaltungen. Uhde sieht sich als Ereignisgestalter und fasst seine Arbeit humorvoll auf: „All die jubelnden Fans warten ja nicht auf meine inszenierte Eröffnung, sondern auf das Spiel." Ein fünfköpfiges Team bewerkstelligt durchschnittlich 40 Projekte synchron. Neben großen Events disponiert der Professor der Hochschule für Musik in Karlsruhe auch regionale Veranstaltungen. Freizeitaktivitäten wie Konzertbesuche verknüpft er oft mit seinen Terminen. Der Zeitaufwand seines Berufes ist für ihn irrelevant. Schließlich habe er ein hochinteressantes Leben, sagt Uhde. Für EC-Studenten hat Uhde einen Tipp für das Leben parat: „Spaß an der Arbeit ist die Basis für Fleiß und Akribie. Außerdem sollte man dem Zufall immer eine Chance geben."

Patrick Schmider

„The White Tiger“ Petkovic behält seinen Gegner Marino Goles fest im Blick.

Boxevent

Nacht der Champions

„Stark ohne Gewalt“ - unter diesem Motto fand die vierte Nacht der Champions – Battle of Gladiators in der Europahalle in Karlsruhe statt. Alle neun ausgetragenen Kämpfe waren von Engagement, Ausdauer und Schlagkraft geprägt. „Jeder hat hart trainiert, jeder will gewinnen“, sagte die Karlsruher Boxerin Caro Schröder auf der Pressekonferenz (PK), und das war den Sportlern sichtlich anzumerken. Für die Stimmung des Abends sorgten die Announcer Thomas Held und Andreas Eckerlin. „Seid ihr bereit für den Fight?“ hallte es einige Male durch die Halle. Die Zuschauer waren bereit. Nach den ersten drei Duellen zwischen Neulingen des Boxens folgten die Titelkämpfe. Bei den Titelkämpfen der Frauen brachte Schröder mit ihrem Titelgewinn die Halle zum Beben. Nach weiteren Kämpfen kam es zum großen Main-Event des Abends. Alexander Petkovic „The White Tiger“ trat zur Verteidigung seines Weltmeisterschaftsgürtels im Schwergewicht an. Mit dem live gesungenen Titel „White Tiger –Time to win“ von Marco Koch ging es zum Ring, um sich dem Herausforderer Marino Goles zu stellen. Jedoch wurde der Hauptkampf nach zwei viel versprechenden Runden zu Gunsten von Petkovic beendet, da Goles sich einen Bluterguss und einen Muskelfaserriss in der Schulter zugezogen hatte.

Steffen Frey

Fechtlehrer Ingo Litschka

Schule für historisches Fechten in Pforzheim

Fechtlehrer Ingo Litschka (r.) beim Schaukampf mit EC-Student Tom Kratzmeier

Die Bewegungsfreude, immer etwas Neues zu entdecken und die verschiedenen Techniken machen für den Pforzheimer Ingo Litschka den Reiz des historischen Fechtens aus. „Nicht mehr zu denken, sondern zu fühlen, es zu durchleben", so Litschka. In seiner seit fünf Jahren existierenden Fechtschule vermittelt er seinen Schülern den spielerischen Umgang mit den Waffen nach dem Motto: „Lernst du´s im Spiel, dann hast du´s im Ernst". Der Unterschied zum modernen Sportfechten besteht in der Technik und in der Art der Waffen. Mit historisch korrekt nachgebauten Waffen geht es dabei nicht nur um die körperliche, sondern insbesondere um die geistige Herausforderung. So gibt es Parallelen zum Tanzen. „Rapier- oder Degenfechten haben Ähnlichkeiten mit den Bewegungsabläufen beim Tango", betont Litschka.

Männer, Frauen und Kinder ab zwölf Jahren lernen in seiner Fechtschule „Fecht-Hut" in Pforzheim und Karlsruhe, schnell zu reagieren und Lösungswege zu finden. Regelmäßiges Training ist eine Grundvoraussetzung. „Ein super Trick und eine super Technik nützen nichts ohne Übung. Dann kommt alles von alleine", sagt Litschka.

Tom Kratzmeier

HSG Wetzlar

Durch Marketing Sport lebendig machen

„Ich wurde damals ins eiskalte Wasser geworfen und habe mich durch die gefrorene Eisschicht gekämpft", sagt der Marketingleiter der Handballspielgemeinschaft (HSG) Wetzlar Alexander Finkler. Als junger Handballtrainer machte er sein Hobby zum Beruf. „Learning by doing" heißt das Erfolgsgeheimnis des 27-jährigen Sportmanagers. „Es reicht nicht, alles über Marketing zu wissen. Man muss auch den Mut haben, seine Ideen umzusetzen", motiviert Finkler. Durch Vertrauen und gute Arbeit schaffte er es in das Management.

Alexander Finkler, Marketingleiter der HSG Wetzlar, erläutert EC-Studentin Jaimie Henze das Marketingkonzept des Vereins.

„Ich wollte nicht durch einen tollen Titel zum Erfolg kommen. Mein Ziel war es, durch meine geleistete Arbeit aufzufallen." Genau das gelang ihm.

Mithilfe Finklers Ideen brachten er und sein Team die HSG Wetzlar noch ein Stück näher zum Erfolg. „Jeder der Jungs würde für den anderen durchs Feuer gehen. Unsere Charaktere fungieren miteinander. Der Mix macht es", sagt Finkler stolz. Die Spieler sind zugänglich für ihre Fans. Durch Marketing den Sport lebendig machen, das ist, was heute zählt. „Jeder Verein braucht eine Marke, mit der er sich präsentiert", so Finkler. „Der Job muss einem Spaß machen. Hier gibt es keine geregelten Arbeitszeiten, und teilweise komme ich an meine Grenzen, aber das macht mir nichts aus", lacht Finkler.

Jaimie Henze

Verband für Sportökonomie und Sportmanagement

Plattform für Sport schaffen

Rebecca Kassel, Vorstandsassistentin des Verbands für Sportökonomie und Sportmanagement, erläutert EC-Student Timon Gräber die Arbeit des VSD.

Der Verband für Sportökonomie und Sportmanagement (VSD) ist für die Förderung des Faches Sportökonomie in Wissenschaft und akademischer Lehre zuständig und bietet hierbei Hilfe. Im Fokus des 1996 gegründeten Verbands mit heute 600 Mitgliedern stehen Weiterbildungen wie Praktika, Stipendien und Unterstützung in Fragen der Ausbildung sowie der beruflichen Praxis. Hauptziel der Gründung war es, eine Plattform für Sport zu schaffen und die Zusammenführung von verschiedenen Sportbereichen und Unternehmen.

„Wichtig ist es, sich einen Namen zu machen und im Gedächtnis zu bleiben", sagt VSD-Vorstandsassistentin Rebecca Kassel, denn, um einen Job im Sportbereich zu erhalten, kommt es meist auf Kontakte und ein gutes Netzwerk an. Der VSD arbeitet mit Unternehmen wie Adidas, Nike, Sport 1, Dunlop, Deutsche Volleyball Liga, Deutscher Fußball Verband und Fifa zusammen. Da viele der Berufe noch wenig bekannt sind, werden regelmäßig auf der Internetseite des VSD Jobs, Praktika im In- und Ausland angeboten, die häufig durch Mitglieder zustande kommen. „Am Ende eines Studiums ist es wichtig, viele praxisbezogene Erfahrungen gesammelt zu haben, um später gute Chancen auf dem Arbeitsmarkt zu haben", erklärt Kassel. Die Öffentlichkeitsarbeit des Verbands findet über die Website, soziale Netzwerke, Fachmessen, Artikel in Tageszeitungen und über den Partner der Zeitung Sponsors News statt.

Timon Gräber

Marco Terrazzino

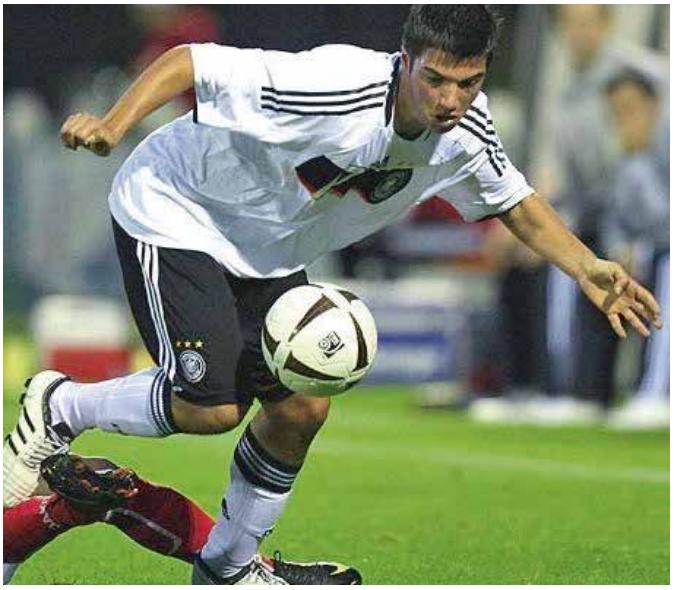
Profifußball mit Höhen und Tiefen

Aufgewachsen in Mannheim, lernt der 23-jährige Deutsch-Italiener Marco Terrazzino das Fußballspielen beim VfL Neckarau. „Mannheim spielt für mich nach wie vor eine große Rolle. Meine Familie und Freunde sind hier. Mannheim ist meine Heimat", sagt der Jugendnationalspieler.

Mit 16 Jahren wechselt er in die Jugendabteilung des Bundesligisten TSG Hoffenheim. Direkt im ersten Jahr gelingt seiner Mannschaft der Gewinn der U17 Bundesliga-Meisterschaft. Zwei Jahre später unterschreibt er seinen ersten Profivertrag in Hoffenheim. Im gleichen Jahr erhält Terrazzino die vom DFB verliehene Fritz-Walter-Medaille als bester Jugendspieler seines Jahrgangs. Daraufhin folgen erste U18-Länderspiele für Deutschland. Doch nicht alles läuft nach Plan. Nach einem Jahr Bundesliga mit wenigen Einsätzen muss Terrazzino aufgrund von mehreren Verletzungen mit Beginn der Saison 2010/11 in die Reservemannschaft der TSG. 2011 wechselt er zum Zweitligisten Karlsruher SC. Dort zeigt der Mannheimer gute Leistungen und schafft den Sprung zurück in die Bundesliga zum SC Freiburg.

Zu seiner langen Abstinenz sagt er: „Man muss immer daran glauben und an sich arbeiten." Für die Zukunft ist ihm wichtig, verletzungsfrei zu bleiben, um so viele Spiele wie möglich zu machen.

Boris Erhardt



Marco Terrazzino spielt beim SC Freiburg, Mannheim ist aber seine Heimat.

Tae Bo

Über die eigenen Grenzen hinaus

„Man kämpft für sich selbst“, sagt Stephanie Schwarz, Tae Bo Advanced Trainer. Tae Bo, eine Mischung aus asiatischen Kampfsportarten, wie Karate und Kickboxen, gibt es seit zwölf Jahren in Deutschland.
Der Amerikaner Billy Blanks, Gründer des Tae Bo, wuchs als Analphabet unter vielen Geschwistern auf. Ihm wurde wenig zugetraut, und so fing er mit Kampfsport an und konnte nach hartem Training erste Erfolge, wie den schwarzen Gürtel in Taekwon-Do, vorweisen. Tae Bo ist ein umfassendes Ganzkörpertraining, bei dem vor allem an der Grundausdauer gearbeitet wird. Somit gehört es zu den anstrengendsten Fitnesssportarten überhaupt. „Es ist ein guter Ausgleich zum Studium und macht viel Spaß“, sagt EC-Studentin Gesine Gerhardt.
Den Level der Teilnehmer kann man an farbigen Bandagen an den Händen erkennen. Die Haupttechniken des Tae Bo bestehen aus vier Faustschlägen, genannt Punches (Jab, Cross Punch, Hook und Upper Cut) und vier Kicks (Frontkick, Roundhousekick, Sidekick und Backkick). „Um den Sport auszuüben, braucht man nur sich selbst und die eigene Überzeugung, immer sein Bestes zu geben“, so Schwarz.

Gesine Gerhardt

EC-Studentin Gesine Gerhardt mit Tae Bo-Trainerin Stephanie Schwarz

Löwen Frankfurt

Hier schlägt Hessens Eishockeyherz

Matthias Scholze, Pressesprecher der Löwen Frankfurt, präsentiert EC-Student Manuel Erbe die Aufstiegsmannschaft der Saison 2013/14.

„(R)auf gehts!“ heißt das Motto der Frankfurter Löwen in diesem Jahr. Tatsächlich schafften die Löwen den ersehnten Aufstieg in die zweite Eishockeyliga (DEL2). Für den momentanen Erfolg sind sowohl Trainer Tim Kehler als auch die Spieler verantwortlich. „Unsere Spieler zeigen Treue und Leidenschaft. Die meisten haben noch nie vor einem so großen Publikum gespielt und das motiviert“, sagt Pressesprecher Matthias Scholze. Die Löwen haben in der vergangenen Saison eine erstaunlich hohe Zuschauerquote von durchschnittlich 4.000 Zuschauern pro Spiel.
„Um einen erfolgreichen und gut organisierten Verein führen zu können, braucht man vor allem eine funktionierende Geschäftsführung, ein erfolgsorientiertes Team, eine gesunde Fanbasis und natürlich Sponsoren, die den Verein finanziell unterstützen.
All das haben wir momentan!“, strahlt Scholze. Zu seiner Arbeit als Pressesprecher kam er nur durch harte Arbeit: „Learning by doing‘ heißt das Zauberwort. Die Löwen Frankfurt bieten Praktikumsplätze für EC-Studenten an.

Manuel Erbe

KSC-Jugendleistungszentrum erfüllt Kinderträume

Taktiktheorie: U13-Trainer Aaron Jäckle erklärt seinen Schützlingen Spielzüge an der Tafel.

Den Sprung zum Profifußballer zu schaffen und in den größten Stadien Europas vor atemberaubenden Kulissen zu spielen, ist ein Traum vieler Jungen. Das Jugendleistungszentrum des Karlsruher Sport Club (KSC) fördert talentierte Jugendspieler nicht nur im Fußball, sondern auch die Faktoren Bildung, Disziplin und Persönlichkeitsentwicklung spielen eine zentrale Rolle.
Die Ausbildung beginnt mit der U10 und wird im Optimalfall mit der Übernahme in den Lizenzkader nach der U23 abgeschlossen. Mit dieser Philosophie sind sowohl ehemalige, als auch aktuelle Bundesligalegionäre wie Oliver Kahn oder Haken Calhanoglu aufgewachsen. Die Sichtung neuer Spieler beschränkt sich fast ausschließlich auf den Großraum Karlsruhe. „Ein besseres Internat als das Elternhaus gibt es nicht", begründet Jugendkoordinator Edmund Becker die Marschroute, wonach nur zehn der 200 Jugendspieler nicht zu Hause wohnen.
Zu den Partnerschulen steht der KSC in engem Kontakt und versucht, Probleme vorzeitig zu beheben. Schule und Fußball unter einen Hut zu bringen, ist für Kinder nicht einfach.
„Während Profis nach dem Training die Beine hochlegen, müssen unsere Jungs auch abseits des Platzes in der Schule Gas geben", erklärt Becker die zusätzliche Belastung.
Die Spieler sollen Sozialkompetenz entwickeln und sich in einem Gefüge einordnen, um als Mannschaft zu funktionieren. „Wir wollen unsere Jugendarbeit professionalisieren und mit allen Jugendmannschaften in der höchsten Spielklasse bleiben", beschreibt Becker die Zukunftsplanungen.

Patrick Schmider

Galopprennbahn Iffezheim: Immer ein Erlebnis

Die Galopprennbahn in Iffezheim zieht jedes Jahr unzählige Pferdesportfans an. Das Hauptrennen ist der Große Preis der badischen Unternehmen. Daneben gibt es als sportliche Highlights noch die vier Listen-Rennen mit den Iffezheimer Derby- und Diana-Trials, dem zur „Goldenen Peitsche" qualifizierenden Bénazet Rennen für die Sprinter und den Preis der Baden-Badener Hotellerie und Gastronomie. „Einer der besonderen Höhepunkte für die Kleinen ist das Maskottchen-Rennen oder für Fußballfans der KSC-Tag", sagt die Event-Managerin der Rennbahn Patricia Rotering. Beim Badener Jugend-Preis treten zum ersten Mal die zweijährigen Nachwuchs-Rennpferde gegeneinander an.
An den13 Renntagen hat der Organisator Baden Racing 107 Rennen ausgeschrieben. Das Frühjahrs-Meeting besteht aus vier Tagen, die Großen Woche aus sieben Tagen und noch einmal zwei Tage für das Sales und Racing Festival.

Action: Pferdesport an der Rennbahn in Iffezheim. Foto: Baden Racing

Sportlicher Höhepunkt der Saison ist der „Longines Großer Preis von Baden". Über zwei Millionen Euro inklusive Züchter- und Besitzerprämien an Rennpreisen gibt es zu gewinnen.
Es besteht auch die Möglichkeit, die Rennbahn als Location für Events zu buchen. „Über 20 000 Zuschauer besuchen im Schnitt die Rennstrecke, während der einzelnen Renntage", sagt Rotering.
Die Rennbahn in Iffezheim, auf dem die Galopprennen stattfinden, gibt es seit 1858, die Idee zur Rennbahn kam von Edouart Bénazet.

Diandra Widera

Trendsportart Padeltennis

EC-Student Justus Herbert ist deutscher Meister

„Auf der Paddeltennis-Weltrangliste Platz 143 zu sein, macht mich stolz", sagt EC-Student Justus Herbert, 21 Jahre alt, „da es auf der ganzen Welt mehrere Millionen Spieler gibt." Padeltennis ist ein Mix aus Tennis und Squash, den man im Doppel auf einem 10 mal 20 Meter großen Platz spielt, der mit Glaswänden und einem Zaun umgeben ist. Beim Spiel muss der Ball zunächst auf der gegnerischen Seite aufspringen, danach darf er gegen die Wand oder über das Netz gespielt werden.

„Früher war ich viel unterwegs, da ich Tennis gespielt habe. Dann wurde ich in Spanien auf die Sportart aufmerksam und sie hat mir gefallen, da sie noch nicht so bekannt ist und viel Spaß macht", sagt Herbert, erster deutscher Meister mit Trainerlizenz. „Es war nicht leicht, deutscher Meister zu werden. Viele Ex-Tennisprofis spielen nun Padeltennis. Unter den Top Ten ist ein hohes Niveau, danach wird es immer schwächer. Aber in welcher Sportart ist es schon leicht, Landesmeister zu werden?"

Die EC-Studenten Justus Herbert (l.) und sein Bruder Julian sind leidenschaftliche Padeltennis-Spieler.

Andere Hobbys, die nichts mit Sport zu tun haben, hat er nicht. Zurzeit trainiert Herbert oft mit seinem Bruder Julian, der auch bei EC Europa Campus studiert und ein ebenso begeisterter Padeltennis-Spieler ist. „Trainerstunden biete ich natürlich gerne an", sagt Herbert.

Benedikt Preusche

Fitnessclub Jonny M. Karlsruhe

Trainieren und sich wohlfühlen

Train hard - feel good! Dieses Motto nehmen sich viele Sportler zum Vorsatz. Im Fitnessclub Jonny M. in Karlsruhe trainieren zurzeit 3000 Mitglieder. Neben dem normalen Trainingsbereich bietet der Club Ernährungsberatung und verschiedene Massagen wie Bandmassage an. „Hier steht der Wohlfühlfaktor im Vordergrund", sagt Studioleiterin Kerstin Böser. Bei Sofas im Trainingsbereich, kostenlosen Wasser- und Kaffeespendern, einem Tischkicker und einer Tischtennisplatte ist das klar zu erkennen. „Manchmal kommen die Kunden, holen sich einen Kaffee, setzen sich auf die Sofas, quatschen ein bisschen und gehen dann einfach wieder, ohne trainiert zu haben", sagt Böser und schmunzelt dabei. Weitere Standorte des Clubs gibt es in Bietigheim, Ludwigshafen und Stuttgart. Jonny M. bietet Praktika für Studenten an.

Kerstin Böser, Studioleiterin von Jonny M. in Karlsruhe, gibt EC-Student Philip Epple Trainingstipps.

Philip Epple

Taekwon-Do

Der Weg des Fußes und der Hand

EC-Student Quang Hung Mai betreibt seit 15 Jahren die Kampfkunst Taekwon-Do.

Was haben Barack Obama, Kylie Minogue, Zlatan Ibrahimovic, Elvis Presley und EC-Student Quang Hung Mai gemeinsam? Alle praktizieren Taekwon-Do, übersetzt „Weg des Fußes und der Hand". Taekwon-Do ist eine aus Korea stammende Kampfkunst der Selbstverteidigung. Mai übt seit 15 Jahren traditionelles Taekwon-Do aus. Bei diesem Kampfstil kommen die Kämpfer meistens ohne Körperkontakt, beziehungsweise Leichtkontakt, und ohne Schutzkleidung aus.

„Treffen kann jeder, aber versuche mal mit einem Tritt kurz vor dem Körper zu stoppen oder mit der Präzision ein Brett genau in der Mitte zu zertrümmern", argumentiert der seit 2012 anerkannte Schwarzgurtträger, der auch selbst Taekwon-Do-Unterricht gibt.

Taekwon-Do lehrt verschiedene Bewegungsformen mit Tritten, Schlägen und Griffen, bei denen eine Auseinandersetzung mit einem oder mehreren Gegnern dargestellt wird. Es wird dadurch Treffgenauigkeit und Schnelligkeit für den späteren freien Kampf aufgebaut. Mai ist sich sicher, dass jeder Taekwon-Do lernen kann, wenn er lernwillig ist.

Neben Selbstkontrolle werden schon früh Disziplin und Respekt gefördert, damit das menschliche Zusammenleben in und außerhalb der Taekwon-Do-Schule möglichst angenehm ist. Deshalb macht die Kampfkunst alles andere als aggressiv und gewalttätig. Durch die Schulung mentaler und charakterlicher Eigenschaften erreicht der Kämpfer eine gewaltfreie Lösung, indem er die Kraft und das Selbstbewusstsein besitzt, wegzugehen und sich nicht provozieren zu lassen.

Quang Hung Mai

KSC-Mannschaftsarzt Dr. Marcus Schweizer

Für Gesundheit der Spieler verantwortlich

Dr. Marcus Schweizer ist der Mannschaftsarzt des Karlsruher Sport Club (KSC) und führt in Karlsruhe eine orthopädische Praxis. Schweizer studierte in Heidelberg Medizin und spezialisierte sich später auf die Orthopädie. Er arbeitete nach seinem Studium zehn Jahre in einer Heidelberger Klinik, bis er 2001 als Vertretung seines Vorgängers Dr. Löhr zum KSC kam. 2003 folgte dann die feste Anstellung.

Danach entschied sich Schweizer, zusätzlich eine eigene Praxis zu eröffnen. „Eine gewisse Sportaffinität ist Grundvoraussetzung, um mit dem anstehenden Stress durch die Doppelbelastung gut zurechtzukommen", sagt Schweizer über seine Bereitschaft, beide Tätigkeiten auszuüben.

Allerdings hätte seine Beschäftigung beim KSC 2004 ein jähes Ende gefunden, als die Mannschaft erst am letzten Spieltag den Abstieg und somit den Niedergang des gesamtem Clubs verhinderte. „Ich war richtig erlöst nach dem Heimsieg", schildert Schweizer seine Gemütslage nach der Rettung in letzter Sekunde.

Daniel Becker

Nach seinem Achillessehnenriss im Trainingslager hat KSC-Mannschaftsarzt Dr. Marcus Schweizer Cheftrainer Kauczinski umgehend behandelt. Foto: GES-Sportfoto/Dettenheim

Procter and Gamble

Qualität und Leistung müssen stimmen

Procter and Gamble ist weltweit einer der führenden Konsumgüter-Hersteller. Das Unternehmen selbst hält sich eher im Hintergrund. Es lebt für und von seinen Marken. Das Vertrauen in die Produkte ist hoch, das Wissen über Procter and Gamble oftmals gering.
In seiner aktuellen Kampagne befasst sich das Unternehmen mit den Merkmalen einer starken Marke. „Qualität und Leistung müssen stimmen – und zwar über einen langen Zeitraum hinweg", so Aline Boike, Mitarbeiterin in der Unternehmenskommunikation.
Das 1937 in Ohio gegründete Unternehmen ist in über 70 Ländern mit 126000 Mitarbeitern vertreten. Weltweit kommen jeden Tag 4,8 Milliarden Verbraucher mit einem Produkt von Procter and Gamble in Berührung. Doch viele wissen es nicht.
Dazu zählen Marken wie Ariel, Pampers, Lenor und Wella. „Mit unserem Markenportfolio haben wir einen großen Einfluss auf das Leben der Konsumenten", so Boike. Außerdem stehen starke Marken für ein starkes Unternehmen. „Wir legen großen Wert auf ein Arbeitsumfeld, in dem sich Talente, Kreativität und Einfallsreichtum entwickeln können. Das ist die Basis für Innovation, denn Innovation entsteht immer durch Menschen", erklärt Boike.

Die EC-Studenten Julian Herbert, Jaimie Henze und Gina Fedior kennen sich mit den Marken von Procter and Gamble aus.

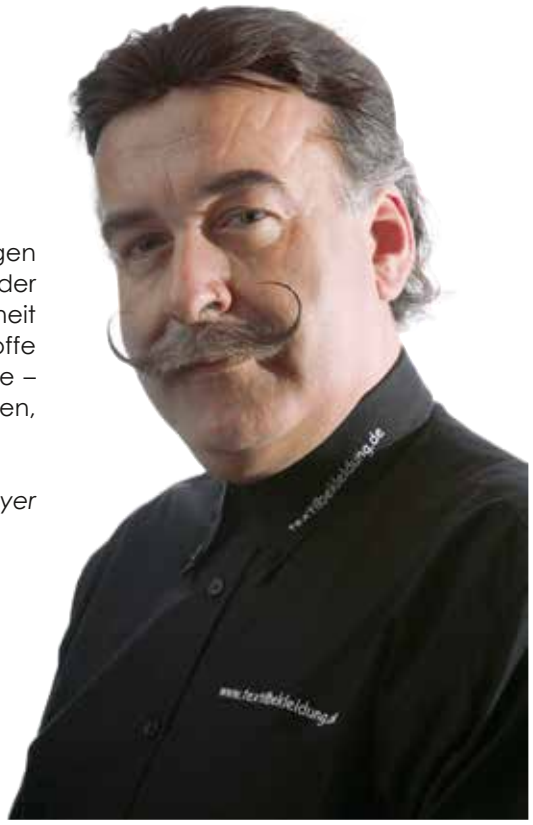
Julian Herbert

Werthwein Collection

Exklusiv und individuell

Viele Modeunternehmen verlagerten ihre Produktion bereits vor Jahren in Länder außerhalb der EU. Frank Werthwein, EC-Dozent, Inhaber und Geschäftsführer des Modelabels Werthwein Collection, vertritt zu diesem Thema eine klare Meinung. „Fernostfertigung? Nicht bei uns!" – dieses Statement verdeutlicht die Wertvorstellungen des Modeunternehmens, das seit fast 30 Jahren kundenspezifisch Qualitätsware für Unternehmen, Vereine und Privatpersonen produziert: „Jeder Artikel, den der Kunde bei uns erwerben kann, ist eine EU-Fertigung oder eine erweiterte EU-Fertigung, zum Beispiel aus der Türkei, da die Türkei mit ihren Produkten die so genannten Hohlstein Normen für Qualität erfüllt."
Konsumenten in Deutschland legen wieder mehr Wert auf die Qualität der Ware. Außerdem spielt Gesundheit eine wichtige Rolle. Giftige Farbstoffe in Kleidung – speziell in Unterwäsche – können leicht zu Unterleibskrebs führen, sagt der Geschäftsführer.

Désirée Mayer


Frank Werthwein entwirft seine Kleider in Zusammenarbeit mit Modedesignern kundenspezifisch.

City Initiative Karlsruhe

Karlsruhe attraktiv machen

EC-Studentin Catherine Schliebs im Gespräch mit Citymanager Sascha M. Binoth.

Die City Initiative Karlsruhe (CIK) hat es sich zur Aufgabe gemacht, Karlsruhe als Einkaufs- und Erlebnisstadt attraktiv zu machen. Unter der Federführung von Citymanager Sascha M. Binoth entwickelte sich so innerhalb von zehn Jahren ein erfolgreiches Profil als Dachorganisation von Handel, Gastronomie, Hotellerie, Handwerk, Dienstleistung, Medien sowie Kultur- und Freizeiteinrichtungen.
Seit 2002 bündelt die CIK mit über 3500 Mitgliedern ihre Stärken und koordiniert die Marketingaktivitäten für Karlsruhe als Einkaufsstadt, Veranstaltungs- und Erlebniszentrum. „Vor allem die unterschiedlichen Mitglieder sind einmalig", sagt Binoth. Die aktiven Akteure reichen von bekannten Nachtclubs der Stadt bis hin zu den evangelischen Kirchen der Region.
Die Idee „Sicheres Nightlife" führte die CIK 2004 ein. „Das Projekt ist so erfolgreich, dass es andere Städte übernommen haben", erklärt Binoth.
Auch das optische Erscheinungsbild während der Umgestaltung der Karlsruher Innenstadt zur Fußgängerzone hat die CIK im Blick. 2010 brachte sie die Kultur Karlsruhes in Form von Bildern an die Bauzäune und ließ ein neues Stadtbild entstehen. Mit Online-Service-Plattformen, Flyern und Veranstaltungskalendern informiert die CIK Besucher und Bewohner. Die CIK bietet für Studenten Praktika an.

Catherine Schliebs

Rhein-Neckar Air:

Mannheim – Berlin in 75 Minuten

Nach zwei Jahren ohne Linienverbindungen zwischen Mannheim und Berlin hat die neu gegründete Rhein Neckar Air (RNA) Anfang 2014 wieder den Flugverkehr zwischen dem Mannheimer City Airport und dem Flughafen Berlin Tegel aufgenommen.
Zweimal täglich fliegt die RNA von Montag bis Freitag in die Hauptstadt, am frühen Morgen und am späten Nachmittag, nach kurzem Aufenthalt starten die Maschinen wieder Richtung Mannheim.
Für die Verbindung kommt eine vom Partnerunternehmen MHS Aviation geleaste Dornier Do-328 zum Einsatz. „Die Strecke mit einem eigenen Flugzeug zu fliegen, ist durch die gesetzlichen Vorschriften für Wartung und Ersatzteile nicht wirtschaftlich sinnvoll zu realisieren", erklärt Dirk Eggert, Geschäftsführer der RNA und des City Airport Mannheim. Um den großen Liquiditätsbedarf zur Gründung der Airline zu decken, bekam die RNA Unterstützung prominenter Unternehmen aus dem Raum Mannheim, die sich im Verein Zukunft Flugverkehr Metropolregion Rhein Neckar organisieren.
„Mit einer Flugzeit von 75 Minuten vom City Airport Mannheim nach Berlin wird damit der Bevölkerung und der Wirtschaft der Metropolregion eine schnelle und komfortable Flugverbindung angeboten", so Eggert. Die RNA plant aufgrund der zufriedenstellenden Auslastung eine Erweiterung auf drei Flüge täglich Richtung Berlin sowie Hamburg und Dresden im kommenden Jahr in den Flugplan aufzunehmen. Der City Airport Mannheim bietet Praktika für Studenten an.

Dirk Eggert, Geschäftsführer der RNA und des City Airport Mannheim, mit EC-Student Adrian Scholz im Hangar.

Adrian Scholz

Modelabel von Jungfeld

Herrensocken bunt und duftend

Das Modelabel von Jungfeld aus Mannheim steht für hochwertige und bunte Herrensocken mit einem Parfümspritzer. Vor ihrer Unternehmensgründung organisierten Lucas Pulkert und seine Kollegin Maria Pentschev Musikevents und pushten Start-Ups. Wiedererkennungsmerkmale der Socken sind die versetzte Spitze und Ferse, die Kettelnaht in Komplementärfarbe und das Innenbund, das zum Umschlagen da ist.
Hauptzielgruppe sind Männer zwischen 15 und 65 Jahren. „Trotzdem kaufen sie 40 bis 50 Prozent der Frauen", sagt Pentschev mit einem Augenzwinkern. Ihre Marke ist ein Pendant zwischen klassisch und rebellisch. Wichtig ist ein Story zu kreieren, über die die Leute reden. Ihr Ziel für die Zukunft ist ihre Marke ins Ausland zu tragen. „Läden in ganz Europa zu eröffnen, wäre ein Traum und die Produktion soll möglichst in Deutschland bleiben", meint Pentschev. Zurzeit versenden sie nur per Online-Shop nach Europa, aber dies wird sich ändern. Außerdem wollen sie ihr Sortiment mit einer Vater-Sohn Kollektion erweitern. Sie ziehen gerade den ersten großen Händler in Russland an Land und freuen sich darauf, bald dort verkaufen zu können. Ein Highlight soll die Einführung der Kniestrümpfe für Bänker sein. Der Trend stammt aus Italien und der Grund dafür ist der Stilknigge. Dieser besagt, dass beim Überschlagen der Beine keine Haut zu sehen sein darf.

Antoni Ojvan

Die EC-Studentinnen Kelly Fischer (li.) und Mona Wagner mit Lucas Pulkert, Geschäftsführer des Modelabels von Jungfeld

PR-Agentur Fleishman Hillard

Experte für Öffentlichkeitsarbeit

Fleishman Hillard ist eine der weltweit führenden Public Relations Agenturen mit 2600 Mitarbeitern und 80 Büros auf der ganzen Welt. In Deutschland gibt es drei Büros in Berlin, München, Frankfurt und Düsseldorf. Ziel ist es, jemandem ein Produkt oder eine Marke so nahe zu bringen, dass er sie von sich aus gerne benutzt, kauft und weiterempfiehlt. Bettina Schröder, Director Strategic and Business Development, ist für Markenkommunikation zuständig. Sie arbeitet seit 18 Jahren in der PR-Branche und seit acht Jahren bei Fleishman Hillard.

Bettina Schröder (l) und EC-Studentin Laura Krüger unterwegs in der Bürostadt Frankfurt.

Anna Planz, Account Executive, fasziniert vor allem die Themenvielfalt, die einem geboten wird. Einen geregelten Arbeitsalltag gibt es in der Agentur nicht. „Jeder Tag bringt neue Herausforderungen und Überraschungen mit sich, sodass Flexibilität geboten ist", sagt Planz. Durch den internationalen Kontext ist Fleishman Hillard bei potenziellen Arbeitnehmern begehrt. Mitarbeiter haben nicht nur die Möglichkeit, innerhalb Deutschlands praxisübergreifend zu arbeiten, sondern auch über die Ländergrenzen hinaus. „Um in der Branche Erfolg zu haben, sollte jeder Bewerber das Talent besitzen, sich auch für Themenbereiche begeistern zu können, mit denen er nicht vertraut ist. Dann macht die Arbeit Spaß, aber nur dann", so Planz. Fleishman-Hillard bietet Studenten Praktika an.

Laura Krüger

Kleide dich zum Einzelstück

Mitarbeiterin Misaela Vukovic hat ein Händchen für Mode. Sie steht jedem Kunden mit Rat und Tat zur Seite. Foto: Sahin Akcicek

Vor acht Jahren öffnete Sahin Akcicek die Türen zum Mode Konzept-Store Einzelstück in Wiesbaden und machte so sein Hobby zum Beruf. Ein Store, der schon beim Betreten mit einem stilvollen Ambiente und einer schlichten Eleganz überzeugt. „Das Besondere an Einzelstück sind das minimalistische Konzept, die gebotene Qualität, Exklusivität und natürlich meine Kunden", sagt Akcicek. Es ist für jeden etwas dabei. Herren- und Damenmode von verschiedenen Designern aus aller Welt warten darauf, von einem „Einzelstück" getragen zu werden. So bezeichnet Akcicek seine Kunden. „Jeder meiner Kunden hat einen individuellen Kleidungsstil und macht sich so zu einem Einzelstück, zu etwas Besonderem." Auch seine Mitarbeiter sind Einzelstücke, unter anderem Misaela Vukovic, die jeden Kunden individuell berät. Das Angebot reicht von Patrizia Pepe, Acne und Diesel über Iro bis hin zu Neil Barrett und vielen mehr. Immer dem Trend angepasst, bietet Akcicek so seinen Kunden die Möglichkeit, sich durch Mode ständig neu inspirieren zu lassen.

Geplant ist, einen weiteren Store in Frankfurt zu eröffnen und den Kundenkreis zu erweitern. Vermarktung durch Social Media und Mundpropaganda ist hier der richtige Weg. „Mundpropaganda hat meinen Store bekannt gemacht. Es ist alles eine Frage der Zeit. Natürlich werbe ich auch über Social Media. So erreicht man die Menschen heutzutage", erklärt Akcicek. Außerdem sollen in Zukunft Events für Stammkunden in den Räumen des Konzept-Stores Einzelstück stattfinden.

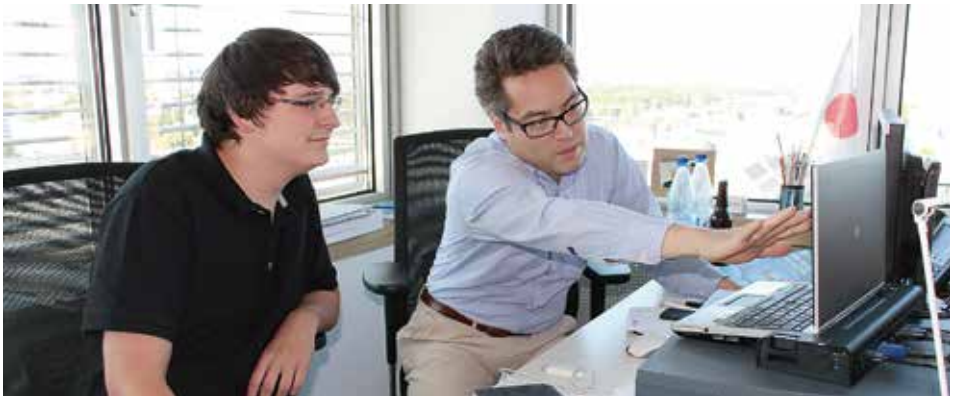
Jill Ellen Bohn

PR-Agentur Burson Marsteller

Mehrwert für den Kunden liefern

„Was mich am meisten bei Burson-Marsteller reizt, ist, dass wir international aufgestellt sind", sagt Jo Klein, Direktor für den Bereich Corporate Communications bei der PR-Agentur Burson-Marsteller in Frankfurt. Seit 2006 arbeitet Klein bei Burson-Marsteller und hat eine Menge Spaß und Herausforderungen bei seiner Arbeit. „Ich kümmere mich eher um die Kommunikation auf Unternehmensebene, also um die gesamte Außendarstellung", erläutert Klein. Die Aufträge von Unternehmen führen ihn ab und an auch einmal ins Ausland zu Kunden. Dies ist die von Klein angesprochene Stärke von Burson-Marsteller.

Burson-Marsteller ist eine der größten PR-Agenturen der Welt und steht besonders für ihre internationalen Kunden. Die Hauptaufgabe von Burson-Marsteller liegt beim Krisen-Support. „Krisen können jederzeit eintreffen, und wir versuchen, Szenarien zu entwickeln, damit wir schnell für unsere Kunden handeln können", erklärt Klein. Am wichtigsten ist für Jo Klein die Zufriedenheit seiner Kunden. „Der Kunde zahlt für eine Leistung und daher will ich ihm auch einen Mehrwert liefern", so Klein.



Jo Klein erklärt EC-Student Fabio Schmidt seine Aufgaben bei Burson-Marsteller

Laut Klein gibt es mehrere Wege, in die PR-Branche zu gelangen. Klein kam aus dem Journalismus und eignete sich viele Fähigkeiten durch learning-by-doing an. Den klassischen PR-Studiengang, aber auch das Sammeln von Erfahrungen durch Praktika mit anschließendem Einstieg in eine PR-Agentur kann Klein ebenfalls empfehlen. Burson-Marsteller bietet Praktika für Studenten an.

Fabio Schmidt

Yavuz Sultan Selim Moschee

Toleranz durch Kommunikation

Ismail Hakki Cakir, 2. Vorsitzender und Seelsorger der Yavuz Sultan Selim Moschee in Mannheim, betont die Einzigartigkeit dieser Moschee.

Ich lebe seit 21 Jahren hier und hatte nie ein Problem mit verschiedenen Kulturen. Mannheim ist eine besondere Stadt", freut sich Ismail Hakki Cakir, 2. Vorsitzender und Seelsorger der von der Türkisch Islamischen Gemeinde geführten Yavuz Sultan Selim Moschee in Mannheim. Mit einer Kapazität von etwa 2500 Personen gehört sie zu den größten Moscheen Deutschlands und ist ein Gemeindezentrum, in der gläubige Muslime ihre Religion praktizieren können.

Zum Thema Toleranz hat Cakir nur Positives zu erwähnen: „Wir arbeiten eng mit der Stadt zusammen. Andere Städte haben da noch viel nachzuholen." Der Verein engagiert sich außerdem im sozialen Bereich. Ob Kindergarten, Hausaufgaben oder Integrationsarbeit, alle Angebote sollen als Vorbild für ein tolerantes und angenehmes Zusammenleben dienen. „Wir haben 170 unterschiedliche Nationalitäten in Mannheim, davon 40 Prozent Migranten. Jeder darf hier seine Meinung äußern und sie wird akzeptiert". Gegründet wurde die Gemeinde 1988. Schon nach zwei Tagen hatte sie 2000 Mitglieder. 1993 begann man den Bau der Moschee, heute kommen jährlich mehr als 25 000 Besucher.

Michael Wingendorf

Studienreise nach Shanghai

Die Metropole Shanghai, die Universitätsstadt Hangzhou und die ehemalige deutsche Kolonie Qingdao waren die Destinationen der zweiten Studienreise des EC Europa Campus nach China. Die Studenten konnten neue Erfahrungen sammeln und den interkulturellen Austausch pflegen. Außerdem hielt EC-Dozent Prof. h.c. (P.R. of China) Dietmar Pfaff einen Gastvortrag zur internationalen Kommunikationskonzeption in der Tongji-Universität in Shanghai.

Strandfeeling im Kamehameha Beach Club

Im King Kamehameha Beach Club erleben die Besucher Strandfeeling.

In der Sonne tanzen, auf dem Sand laufen, einen Cocktail trinken und Beachvolleyball spielen. Dies ist normalerweise nur am Strand möglich. Doch im King Kamehameha Beach Club in Offenbach bei Frankfurt gibt es seit 2003 dieses Strandfeeling. Mit 11 000 Quadratmeter Fläche und einer Kapazität von bis zu 2000 Personen steigt die Party. „Dass die Gäste hier einfach chillen können, ein gutes Gastroangebot und das Beachfeeling bekommen, ist uns am wichtigsten", fasst Marketingleiterin Christina Mäntele zusammen. Durch Social Media Plattformen, wie Facebook und YouTube, einer eigenen Website und E-Mail Kampagnen an Kunden bauen sie sich ihren Bekanntheitsgrad weiter auf. „Im Marketing setzen wir vor allem Facebook als das Medium der Zielgruppe am Beach ein. Zusätzlich wird es noch einen Newsletter geben, der immer über regelmäßige Programmpunkte, Partys und Food Specials berichtet", sagt Mäntele. Doch auch außerhalb des Internets macht der Beach Club durch Printmedien, wie Stadtmagazine und Flyer auf sich aufmerksam.

„Das Team vor Ort wird das Beachfeeling live erlebbar machen. Gute Laune, das Du und herzlicher Service sorgen für Urlaubsgefühle", so Mäntele. Außer der Tanzfläche bietet der Beach Club einen Gastronomiebereich und sportliche Aktivitäten wie Beachvolleyball, Pool und Rudern an. Wochentags spielt eine Live-Band mit Loungemusik, am Wochenende legt auch ein DJ passende Tunes auf, um den Sommer perfekt zu machen.

Der King Kamehameha Beach Club bietet Praktika im Management und Food und Beverage Bereich an.

Quang Hung Mai

Luxushotel Nassauer Hof Wiesbaden

In historischem Ambiente zu Hause sein

„Das Hotel Nassauer Hof ist eines der wenigen Luxushotels in Deutschland, das nicht zu einem Konzern gehört. Es wird wie ein Privathotel geführt", sagt Peer Zollner-Mackscheidt, stellvertretender Direktor Rooms, Sales und Marketing.

Es gehört zu den Fünf-Sterne-Superior-Hotels in Deutschland und ist richtungsweisend für die Luxushotellerie. Weiterhin zählt es zu „The Leading Hotels of the World", die sich durch einzigartigen Service in besonderem Ambiente auszeichnen.

Das Hotel wurde 1813 von Gastwirt Johann Freinsheim gegründet und 1819 zu einem eleganten klassizistischen Bau umgestaltet. Im Zweiten Weltkrieg brannte das Hotel vollständig aus und wurde 1950 wieder aufgebaut. Zurzeit hat das Hotel 135 Zimmer, 23 Suiten und eine Präsidentensuite sowie drei Restaurants inklusive der Ente, einer kulinarischen Institution, die mit einem Guide Michelin Stern gekrönt ist. Ankommen und Wohlfühlen ist das Motto des Nassauer Hofs. Die Hauptzielgruppe des Hotels sind Geschäftsleute und Kurgäste. „Angehenden Hotelmanagern rate ich, sich zusätzlich zu ihrer theoretischen Ausbildung viel Praxisbezug zum Beispiel im Bereich der Speisen und Getränke anzueignen, denn dies ist ein wichtiger Bestandteil der Luxushotellerie", so Zollner-Mackscheidt. Der Nassauer Hof bietet Praktika für Studenten an.

Gesine Gerhardt

Peer Zollner-Mackscheidt, stellvertretender Direktor Rooms, Sales und Marketing des Nassauer Hofs, heißt EC-Studentin Gesine Gerhardt willkommen.

Die EC-Studenten Shadey Saleh (l.) und Besart Artemi lieben Poetry Slam.

Poetry Slam

Von den Straßen Chicagos in die Hörsäle

Worte fliegen durch die Luft, reihen sich zu Sätzen, mal fiktiv, mal real, mal gut, mal schlecht. Was vorerst von Nerds und Germanistikstudenten veranstaltet wurde, ist heute ein bunter Mix aus Studenten und Hobbyschreibern. Poetry Slam bedeutet sinngemäß Dichterschlacht und ist ein literarischer Vortragswettbewerb, bei dem selbst geschriebene Texte innerhalb einer bestimmten Zeit vorgetragen werden.
Es gibt verschiedene literarische Formen wie Lyrik, Kurzprosa, Rap oder Comedy.

Vom Hassobjekt zur Talentschmiede: Das literarische Format Poetry Slam hat sich in Deutschland langsam, aber sicher etabliert. Das Slamen entstand 1986 in Chicago und verbreitete sich in den 1990er Jahren weltweit. Die deutschsprachige Slam-Szene gilt als zweitgrößte der Welt.
Ausschlaggebend ist, dass der Textvortrag nicht nur vorgelesen, sondern auch durch Performance und einer bewussten Selbstinszenierung schauspielerisch vorgetragen wird. Nur selbst geschriebene Texte sind beim Poetry Slam zugelassen, es dürfen keine Requisiten, Kostüme oder Musikinstrumente verwendet werden, wie beispielsweise beim „Deutsch Amerikanischen Institut Heidelberg Word Up“. Sieben Kontrahenten liefern sich über eine gegebene Zeit eine Schlacht der Worte.
Das Publikum kürt anschließend den Sieger, dieser Aspekt dient vor allem dazu, sie zum Mitfiebern und genauen Hören zu bewegen.

Shadey Saleh

Schuldirektor Dr. Paul Fochtman sucht den Kontakt zu seinen Schülern. Foto: Frankfurt International School

Frankfurt International School

Freude am lebenslangen Lernen

Die „Frankfurt International School“ (FIS) in Oberursel trägt ihren Namen zu Recht. Bei den Schülern sind über 50 verschiedene Nationalitäten vertreten, so viele, wie an keiner anderen Schule in Deutschland. „ Englisch ist an unserer Schule die wichtigste Sprache“, sagt Schuldirektor Dr. Paul Fochtman. Unsere Schule hat den Ansatz, dass die Kinder lernen, global zu denken. Ihr zukünftiger Arbeitsplatz ist die Welt, egal, ob es letztlich Dallas oder Shanghai sein wird.“

Das Wichtigste, das Lehrer Schülern mit auf den Weg in ihr zukünftiges Leben geben möchten, ist die Freude am Lernen. „Denn jeder“, so Fochtman, „muss lernen und immer wieder neu lernen, das ganze Leben lang. Nach einer Karriere kommt immer wieder eine neue Karriere.“ Daher gibt es auf der Gesamtschule auch keinen Frontalunterricht, sondern es wird nach dem „Inquiry Based Learning“ verfahren, einem pädagogischen Konzept, das darauf beruht, dass Wissen durch Eigeninteresse angesammelt wird. Die Ergebnisse sprechen für sich, denn die FIS hat beim „International Baccalaureate“, einer Art internationalem Abitur, die besten Werte in der Region.

Schwerpunkte legt die FIS außerdem im Sport und in den darstellenden Künsten. „Wir legen großen Wert darauf, jeden Schüler entsprechend seinen Interessen und Talenten zu fördern“, so Fochtman.

Gérard Aguilar

Zeitraumexit Mannheim

Mannheims Ort für ungewöhnliche Kunst

Was ist darstellende Kunst? Mit dieser Frage beschäftigt sich der Kunst- und Kulturverein Zeitraumexit in Mannheim seit seiner Gründung 2000. „Ziel ist es, neuen Formen von Kunst einen Platz zu geben“, so Tilo Schwarz, Mitgründer und Teil der künstlerischen Leitung.

Hier soll neue, zeitgenössische Kunst den Raum haben, sich frei zu entwickeln. Dies geschieht auf vielen verschiedenen Wegen. Ob Performance, Tanz, Video oder Installation, jede Veranstaltung des Zeitraumexit hat den Anspruch, neue Wege zu gehen. Mit diesem Konzept hat sich Zeitraumexit auch international einen Namen gemacht. Durch seine Individualität bestehen bereits Kooperationen mit anderen Institutionen und Künstlern aus europäischen Metropolen wie Amsterdam, Berlin und Paris.

Zeitraumexit ist ein Raum, in dem fachliche Fragen gestellt und künstlerisches Wissen weitergegeben werden kann.

Performance Künstler Tian Rottenveel mit seinem Programm „Soulsqueezing“ 2014 und Tilo Schwarz von der künstlerischen Leitung (kleines Foto) Fotos: Peter Empl

Dies geschieht insbesondere durch Workshops und öffentliche Runden, die innerhalb und abseits der Zeitraumexit-Räumlichkeiten stattfinden. Dass dies fast ohne öffentliche finanzielle Mittel machbar ist, scheint fast unmöglich. „Wir sind ständig auf der Suche nach freiwilligen Helfern“, sagt Schwarz. Bei einem Praktikum im Bereich PR und Sponsoring oder in der Betreuung der Künstler besteht für Studenten die Möglichkeit, erste Erfahrungen im Kulturbereich zu sammeln und in direkten Kontakt mit Künstlern zu kommen.

Michael Wingendorf

Deutsches Schuhmuseum Hauenstein

Sonderausstellung zur Fußball-WM

350 Exponate hat das Deutsche Schuhmuseum in Hauenstein in seiner Sonderausstellung „Wir werden Weltmeister“ ausgestellt. Möglich wurde diese durch die Zusammenarbeit mit dem Historischen Museum der Pfalz in Speyer und dem Fundus des Deutschen Fußballbundes in Frankfurt. Peter Habermeyer vergrößerte mit 70 Leihgaben aus seinem Privatbesitz zusätzlich die Sammlung.
Neben Trikots, Fußballschuhen, Alben, Autogrammkarten und Wimpeln sind es vor allem seine Bälle, die den größten Bereich seiner Leihgaben abdecken. Beginnend von 1954 findet sich jeder Ball der jeweiligen Weltmeisterschaft in Hauenstein wieder. „Die hat er sich peu a peu selbst gekauft“, so Gerhard Winter aus der Museumsleitung über Habermeyer, die privat befreundet sind.
Es ist eine Reise durch die WM-Geschichte. Von den noch per Hand genähten braunen Lederbällen bis hin zu den geklebten Synthetikbällen von heute war alles zu sehen. „Zwei bis drei Bälle pro Tag konnte ein Arbeiter früher nähen“, sagt Winter weiter. Die heutigen Bälle werden von Roboterhand zusammengesetzt und verklebt. Zusätzlich werden sie mit dem in Hauenstein hergestellten Ballprüfgerät vermessen. Diese Maschine prüft für die Fifa bei internationalen Turnieren die Rundheit der Bälle. Neben den Bällen hatte das Museum knöchelhohe Fußballstiefel aus der Nachkriegszeit über die ersten Schraubstollen der WM 1954 bis hin zu den hochmodernen und speziell modifizierten Fußballschuhen von Bastian Schweinsteiger und Miroslav Klose im Sortiment.

Die EC-Studenten Christopher Kauff und Anne Hohmann mit dem offiziellen WM-Spielball 2014 und dem Nationaltrikot.

Christopher Kauff

Rosenparkklinik Darmstadt

Wunsch nach Ästhetik und Vollkommenheit

EC-Student Julian Herbert läst sich von Dr. med. Gerhard Sattler beraten.

Schönheit ist oft Geschmackssache. Diesen Geschmack zu treffen, ist Aufgabe von Dr. med. Gerhard Sattler, Gründer und Chefarzt der Rosenparkklinik in Darmstadt. Heutzutage wächst der Anspruch an den eigenen Körper stetig und mit ihm die Verantwortung und die Aufgaben der ästhetischen Medizin.
Manch einer arbeitet hart an sich und seinem Traumkörper. Andere wiederum lassen lieber an sich arbeiten. „Ich bin in erster Linie Hautarzt und Dermatologe. Meine Kompetenz liegt im Erforschen und Behandeln von Alterungsprozessen“, so Sattler. In stilvollem Ambiente und in diskreter Atmosphäre umsorgt ein Expertenteam die Patienten mit moderner Technik und jahrelanger Erfahrung im Bereich der plastischen Chirurgie und ästhetischen Medizin.
Das Ziel ist immer, die Persönlichkeit zu unterstreichen. Doch die Zielgruppe hat sich mit den Jahren verschoben. „Ältere Patienten, die Alterungsprozessen entgegenwirken wollen, sind häufiger meine Kunden“, erklärt Sattler.
Vielen Menschen verhilft bereits eine kleine Veränderung zu einem neuen Lebensgefühl und stärkt das Selbstbewusstsein. „Gerade auch Unfälle und Krankheiten führen zu ästhetischen Defiziten, die eine Behandlung notwendig machen.“

Julian Herbert

Am Cruz de Luz in Oberdischingen legte die Pilgergruppe Steine nieder - ein typisches Ritual von Pilgern, um symbolisch Lasten und Sorgen abzulegen.

EC-Dozenten auf dem oberschwäbischen Jakobsweg

Von Ulm nach Konstanz

„Buen Camino“ lautet der typische Gruß der Pilger auf dem Jakobsweg nach Santiago de Compostela. Auch die vier EC-Dozenten Prof. Dietmar Pfaff, Michael Maag und Natalie Dechant sowie die stellvertretende Akademische Leiterin des EC Europa Campus, Katrin Fronczek, wünschten sich einen guten Weg, als sie zum viertägigen Schnupperpilgern auf dem oberschwäbischen Jakobsweg von Ulm nach Konstanz unterwegs waren. „Für mich ist das Wandern auf dem Jakobsweg eine sinnvolle Bereicherung, um mir etwas Gutes zu tun und die Lebensqualität zu steigern“, sagt Pfaff, der die Kurzreise für EC-Dozenten organisiert hatte.

Seiner Meinung nach sollten sich Manager häufiger eine Auszeit nehmen, um Energie zu tanken. Der oberschwäbische Jakobsweg führte die Pilgergruppe vom Ulmer Münster über Erbach, Oberdischingen, Aulendorf, Reute-Bad Waldsee, Ravensburg bis zum Bodensee nach Friedrichshafen, Meersburg und Konstanz, wo es im Konstanzer Münster den letzten Stempel für den Pilgerpass gab.

Die Reise sollte den Teilnehmern einen kleinen Eindruck vom Pilgern geben, um danach den spanischen Jakobsweg nach Santiago in Angriff zu nehmen. „Die vier Tage haben unsere Erwartungen in jeder Hinsicht weit übertroffen“, waren sich die Teilnehmer einig.

Bismarck Gymnasium Karlsruhe

Klein, aber oho!

Im Herzen von Karlsruhe liegt das Bismarck-Gymnasium, das mit rund 450 Schülern zu den kleineren Gymnasien zählt. Die traditionsreiche Schule hat bedeutende Persönlichkeiten wie Carl Benz, den Erfinder des Automobils, Peter Hebel, einen bedeutenden Physiker und Oliver Kahn, den ehemaligen Fußball-Welttorhüter, hervorgebracht. Durch die geringe Klassenstärke ist es einfacher, die Schüler gezielt zu fördern und die Bismarck'schen Werte wie Toleranz und Weltoffenheit zu vermitteln. Dadurch verdient sich die Bildungseinrichtung das Prädikat humanistische Elite. Ein wichtiger Faktor in der gezielten Förderung liegt im frühen Umgang mit Latein, das ab der fünften Klasse Pflicht ist. Dabei steht laut dem Rektor des Gymnasiums Peter Gilbert das Trainingsmodell Latein gegenüber der Sprache Latein im Vordergrund. „Das frühe Erlernen von Latein fördert das logische Denken und erleichtert das Erlernen anderer Sprachen in der Zukunft erheblich“, erklärt Gilbert. Zusätzlich wird Englisch ab der fünften, beziehungsweise siebten Klasse angeboten. In den höheren Klassenstufen haben die Schüler außerdem die Wahl, weitere Sprachen wie Altgriechisch und Französisch zu lernen. Japanisch, Spanisch und Neugriechisch sind in Form von Arbeitsgemeinschaften im Angebot.

Außerdem offeriert das Gymnasium nun seit etlichen Jahren eine spezielle Klasse für hochbegabte Schüler. „Unsere Schüler sollen das Gymnasium mit einer umfassenden Allgemeinbildung verlassen“, so Gilbert.

Daniel Becker

Direktor Peter Gilbert gibt dem ehemaligem Schüler und EC-Studenten Daniel Becker eine Latein-Nachhilfestunde.

Prof. Dr. Jochen Cornelius Bundschuh, Landesbischof der Evangelischen Kirche in Baden, will mehr Menschen für die Kirche begeistern.

Landesbischof Prof. Dr. Jochen Cornelius Bundschuh

Kirche den Menschen näher bringen

Seit Juni ist Prof. Dr. Jochen Cornelius Bundschuh Landesbischof der Evangelischen Kirche in Baden. Der Nachfolger von Dr. Ulrich Fischer hat eine zwölfjährige Amtszeit vor sich, in der er die evangelische Kirche nach außen repräsentieren und die theologische Lehre verbreiten wird. „Ich möchte die Kirche den Menschen näher bringen", sagt Bundschuh, der auch Vorsitzender des Landeskirchenrates ist. Angesichts der Weltlage will Bundschuh zum Frieden beitragen und in Schulen entsprechende friedensethische Projekte leiten.

Bevor ihn die Landessynode zum Landesbischof wählte, war er bis 2009 Direktor des Predigerseminars in Hofgeismar in Nordhessen, wechselte danach als Leiter der Abteilung Theologische Ausbildung und Prüfungsamt in die Evangelische Landeskirche nach Baden und wurde gleichzeitig außerplanmäßiger Professor in Heidelberg. Theologiestudium, Promotion, Habilitation sind wichtige Meilensteine im beruflichen Leben von Bundschuh. Jungen Studenten rät er, breit zu studieren und sich neben dem Studium zu engagieren, beispielsweise in der Kunst, Politik, Musik oder in sozialen Bereichen. „Man soll sich nicht zu sehr dem Prüfungsdruck unterwerfen und nur nach den Noten schauen. Viel bedeutender ist es, herauszufinden, was einem wichtig ist und Spaß macht", erklärt der Landesbischof.

Eines seiner persönlichen Ziele ist, junge Menschen wieder verstärkt für die Kirche zu begeistern, wobei er die Kirchenaustritte nicht so dramatisch beurteilt, wie sie oft dargestellt werden. „Den Menschen muss gezeigt werden, wie wichtig Kirche in vielen Lebenssituationen ist, egal, ob bei der Taufe, Konfirmation, Hochzeit oder Beerdigung", sagt Bundschuh.

Er ist sich aber auch sicher, dass in Zukunft die Events und gemeinsame Unternehmungen stärker berücksichtigt werden müssen, um Menschen wieder mehr von der Kirche zu überzeugen. Dies sei vor allem durch Teamarbeit zu erreichen. Bundschuh vergleicht Teamarbeit mit dem Leib Christi und dessen Gliedern, denn keines dieser Glieder funktioniere allein. Alle müssen zusammenarbeiten. „Entscheidungen können besser getroffen werden, wenn sie aus verschiedenen Blickwinkeln betrachtet werden", erklärt Bundschuh.

Stefanie Hirschmann

Die neue Website: www.ec-europa-campus.com