



DIALOGGRUNDEN ZU AUTO, MODE UND SPORT

NEUE STUDIENGÄNGE BEI EC EUROPA CAMPUS: INTERNATIONALES AUTOMOBILBUSINESS, FUSSBALL- UND SPORTBUSINESS, WERBE- UND WIRTSCHAFTSPSYCHOLOGIE, MODE, MARKEN UND MEDIEN

Im Mittelpunkt der diesjährigen Sommer-Events von EC Europa Campus standen Talkrunden zum Thema „Sportbusiness“ und „Automobilbusiness & Mode“. Zum Sportbusiness äußerten sich Manager der Rhein-Neckar Löwen und des KSC, YouTube-Fitness-Star Goeerki und Profispieler der Adler Mannheim. An der Talkrunde „Automobilbusiness & Mode“ nahmen Matthias Braun, Generalsekretär des AvD, Fritz Cirener, Leiter der Bosch Automotive Tradition, und der Centermanager der Häuser der Mode Eschborn, Alexander Socher, teil. Die Events wurden von den EC-Studenten organisiert, die ihr im Bachelor-Studium erlerntes Können bewiesen. EC Europa Campus bietet im Rahmen eines dezentralen Hochschulstudiums akkreditierte Studiengänge mit dem Ziel des staatlichen Hochschulabschlusses des Bachelor of Arts und des Master of Science in Karlsruhe, Mannheim und Frankfurt. Die Schwerpunkte des Studienangebotes liegen in den Fächern Internationales Marketing, Kommunikations-, Medien- und Eventmanagement sowie Mode-, Tourismus-, Sport- und Gesundheitsmanagement.

An den Veranstaltungen nahmen auch wichtige Personen aus dem öffentlichen Leben, wie Hans-Joachim Adler, Ehrenpräsident des Marketing-Clubs Mannheim, und Gerhard Meier-Röhn, Ex-Medienleiter des DFB, teil. Bei der Talkrunde zum Thema Sportbusiness betonte Dr. Christian Vogt, dass im Sportbusiness das Marketing vor allem auf Emotionen und Fans ausgerichtet werden muss. Christopher Fischer, Profieishockey-Spieler der Adler Mannheim und EC-Student, bewertete die Professionalisierung, Kommerzialisierung und Medialisierung des Sports als positiv. „Eishockey ist ein Teamsport, weshalb es wichtig ist, im Social Media-Bereich das ganze Team zu vermarkten statt einer Personal-Brand“, hob Dominik Bittner, ebenfalls Eishockeyspieler der Adler Mannheim und EC-Student, hervor. YouTube-Star Christoph Gehrke, der als Goeerki bekannt ist, kam über sein Studium bei EC Europa Campus auf die Idee eines Fitnessblogs, für den sich aktuell 150.000 Follower begeistern. „Wichtig bei einer Personal-Brand ist, authentisch zu bleiben und den Menschen nichts verkaufen zu wollen“, beschreibt Goeerki die Gratwanderung zwischen Werbung und Produktplatzierung. Wie die Zielgruppen im Fitnessbereich heute angesprochen werden sollten, führte Stephan Pfitzenmeier, Leiter Marketing der Unternehmensgruppe Pfitzenmeier, aus. Lars Lamadé, Geschäftsführer der Rhein-Neckar Löwen, wies auf das Spannungsfeld von Tradition und Marketing im Sport





hin. In der Talkrunde „Automobilbusiness & Mode“ betonten Matthias Braun vom AvD und Roy Simon, Anteilseigner von Prada, dass im Luxussegment eher Qualität statt Quantität zählt. Beide Bereiche, Automobil und Mode, haben große Zielgruppenüberschneidungen, hob Alexander Socher von den „Häusern der Mode“ hervor. „Wenn man diese für Markenkooperationen nutzt, „muss auf das Fitting geachtet werden“, betonte Braun vom AvD.

Die beiden Talkrunden wurden begleitet von Modenschauen sowie Gesangs- und Tanzperformances der Bachelor-Studenten des EC Europa Campus.

EC Europa Campus bietet im Wintersemester neue Bachelor- und Masterstudiengänge an den Standorten Karlsruhe, Mannheim und Frankfurt an, für die man sich aktuell noch bewerben kann.

Das Bachelorstudium „Internationales Marketing und Management“ vermittelt praxisorientierte Kompetenzen, Managementprozesse in der internationalen Wirtschaft zu organisieren. Die Studenten werden speziell für Managementaufgaben in interkulturellen Märkten qualifiziert.

Im Bachelorstudium „Fußball- und Sportbusiness“ beschäftigen sich die Studenten mit dem Management und Marketing im internationalen Sportbusiness. Sportpsychologie und Trainingsmanagement, Licensing, Consulting und Contracting sind spannende Aufgaben des künftigen Sportmanagers. Der Fußball als Zukunftsmarkt bietet den Absolventen vielfältige berufliche Chancen und Potentiale.

Im Bachelorstudium „Internationales Automobilbusiness“ werden Fähigkeiten zur Analyse, Planung, Organisation und Kontrolle von marktorientierten Aktivitäten in der Automobilwirtschaft vermittelt. Das Studium qualifiziert für Führungspositionen im Management und Marketing von internationalen Automobilunternehmen und im Automobilhandel.

Das Bachelorstudium „Wirtschaftspsychologie und Werbepsychologie“ vermittelt einerseits organisations- und managementbezogene Aufgaben der Wirtschafts-, Organisations- und Arbeitspsychologie. Andererseits werden Fähigkeiten der Werbe- und Konsumentenpsychologie, der Medien- und Kommunikationspsychologie und der praxiswirksamen Anwendung im Werbemanagement aufgebaut. Die künftigen beruflichen Einsatzfelder liegen in Unternehmen und Organisationen, die sich der Optimierung von Managementprozessen widmen und sich Innovations- und Veränderungsprozessen öffnen. Die



Absolventen sind außerdem kompetent, managementbezogene Aufgaben in den Kommunikationsabteilungen von Unternehmen sowie in Marketing-, Kommunikations- und Werbeagenturen zu übernehmen.

Eine Weiterqualifikation für Studienbewerber mit einem ersten Hochschulabschluss bietet das Masterstudium „Mode, Marken und Medien“. Das Studium beschäftigt sich mit Managementaufgaben im aktuellen Spannungsfeld von Mode, Marken und Medien, das den Lebensstil moderner Menschen bestimmt. Im

Studium werden aktuelle Entwicklungen im internationalen Modebusiness analysiert und Strategien für das Management von innovativen Marken vermittelt. Das Studium liefert das nötige Know-how, Management-, Marketing- und Kommunikationsaufgaben in Unternehmen, Organisationen und Medien zu übernehmen und qualifiziert für Führungspositionen in der Mode-, Marken- und Medienwirtschaft.