LIVE ON STAGE

Europa Campus

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

Campus-Symposium Automotion

Facebook vs. Google Plus

Chartbreaker Laserkraft 3D

www.ec-europa-campus.com
bachelorstudium

Was macht eigentlich Manuel Eller?

Manuel Eller, der am EC Europa Campus Medien-, Sport- und Eventmanagement studiert hat, arbeitet bei Mercedes-AMG im Bereich Sales.

Manuel Eller während seiner Londonreise im Centre Court beim Grand Slam-Turnier in Wimbledon

Er wirkt bei der Organisation und der strategischen Weiterentwicklung der AMG Performance Tour mit. Diese Eventserie zieht durch alle Autohäuser, die ein Performance Center haben. Pro Jahr gibt es 200 solcher Veranstaltungen. Mercedes-AMG steuert diese Veranstaltungen von Affalterbach aus. Eller organisiert Markenbotschafter wie Ralf Schumacher und bereitet sie auf ihre Aufgabe vor. Er plant die Lieferung von Showcars, die Bestandteil der Performance Tour sind. Jede Tour ist individuell, allein schon durch die kulturellen Unterschiede und landestypischen Besonderheiten. Dies macht für Eller den Reiz der Aufgabe aus.

„Es ist wichtig, sich mit dem jeweiligen Projekt identifizieren zu können, und es wird nie langweilig. Deshalb macht mir das Eventmarketing Spaß“, sagt Eller.

Er absolviert ein berufsintegriertes Masterstudium „International Management“. Für die Seminare wird er vom Unternehmen freigestellt.

Nach seinem Bachelorabschluss im vergangenen Sommer reiste er für sechs Wochen nach London, um Auslandserfahrung zu sammeln. Freiwillige Praktika während des Studiums erachtet Eller als notwendig und hilfreich: „Man braucht die praktische Erfahrung, um herauszufinden, in welcher Branche und in welchem Fachbereich man dauerhaft arbeiten möchte“, betont der 25-Jährige.

Der ehemalige EC-Student hat bei EnBW Karlsruhe im Sportsponsoring ein sechsmonatiges Praktikum gemacht. Dort schrieb er auch seine konzernintegrierte Bachelorarbeit mit dem Thema „Erfolgskontrolle im Sponsoring – die Entwicklung einer Sponsoring Scorecard am Beispiel der EnBW Energie Baden-Württemberg“. Weitere Praktika hat Eller bei der Betriebsgesellschaft der SAP Arena, im Eventmanagement und bei B2Run in der Organisation der deutschen Firmenlaufmeisterschaften gemacht.

An die Zeit bei EC Europa Campus erinnert sich Eller gerne: „Durch die Gruppenarbeiten und Präsentationen entwickelt man sich sowohl in der Teamfähigkeit als auch im sicheren Auftreten vor Publikum weiter.“

Jennifer Volz

Offen für Trends und Innovationen

Dr. Volker Kreyher, Leiter des EC Europa Campus in Karlsruhe und Mannheim, wurde vom Rektor der Hochschule Mittweida, Prof. Dr.-Ing. Lothar Otto, zum Professor für Kommunikationsmanagement berufen.

Auf die Frage, was er macht, wenn er nicht arbeitet, antwortet Kreyher: „Ich diskutiere und plane gern neue Projekte und Innovationen. Wenn ich Zeit habe, gehe ich mit meinem Hund ans Rheinufer oder auf die Neckarwiese und lasse mir vom Wind den Kopf freipusten – um neue Ideen durchzuspielen und möglicherweise zu realisieren. Wenn man in meinem Fach erfolgreich sein will, muss man stets wach sein für Trends und heiße Themen, die aktuell in Medien und Öffentlichkeit diskutiert werden. Es ist aber auch wichtig, abzuschalten und sich mit schönen Dingen wie Kunst, Mode und Literatur zu beschäftigen – um dann spontan aus einem anderen Blickwinkel die Lösung für komplexe Aufgaben zu finden. Auch mache ich mir in meiner Freizeit Gedanken, wie ich Menschen motivieren kann, sich für gemeinsame Ziele einzusetzen.“

Einzug der Professoren in Karlsruhe

Verstärkung im Sommersemester

Campus Live

Traumjob Sportjournalist 5

Campus-Symposium Automotion 6

Tattoos – Körperkunst oder Selbstzerstörung 13

Media Live

Health and Beauty 17

Facebook vs. Google+ 18

Promis Live

Comedian Christian Habekost 24

Dietmar Hopp: Eigentum verpflichtet – Reichtum noch mehr 25

Events Live

1. Karlsruher Werbenacht 26

Sandkorntheater Karlsruhe 26

Laserkraft 3D – mit voller Kraft die Charts erobert 27

Sports Live

Manuel Gulde: Vorbild für Jugendfußballer 28

Harold Kreis: Ready to win 29

Sportschule Kwak: Körper und Seele fit halten 31

Trendsport in der Region 32

Business Live

PR-Urgestein Reineke 34

Elisabeth Schick: Leitfigur der BASF-Unternehmenskommunikation 35

Regio Live

Baden-Airpark: Einfach abheben 36

Iffezheim: Der Rennpferdverkauf boomt 38

Interview mit Landesbischof Dr. Ulrich Fischer 39

Impressum

LiVe on Stage

Studimagazin XI/2012
Ein Medienprojekt der Studenten des EC Europa Campus Karlsruhe und Mannheim

Redaktion Mannheim:
Marius Bradler, Annika Zschuppe

Redaktion Karlsruhe:
Vera Baach, Verena Hein

Redaktionsteam:
Sabine Lüpcke, Natalie Dechant, Karin Lange

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

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

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

www.ec-europa-campus.com

Ein Nachmittag beim Mannheimer Morgen

Beim Besuch des Mannheimer Morgen erhielten die EC-Studenten einen Einblick in die Zeitungsproduktion. Stefan Füß, Leiter der Produktionssteuerung, stellte das Unternehmen in einem täglich aktualisierten Trailer vor. Der Rundgang führte von der Poststelle vorbei an historischen Druckmaschinen hin zum Papierlager. Dort türmen sich riesige Papierrollen. Aus einer Rolle können bis zu 8000 Zeitungen entstehen. In der Produktionshalle ratterten die Zeitungen über den Köpfen der Studenten aus dem Druck zu den Walzen. 50 Tonnen Papier werden hier in der Nacht verarbeitet. An den Verladerampen finden die fertigen Printprodukte dann ihren Weg zu den Verteilern. „Hier geht's nachts zu wie in einem Bienenschwarm", beschreibt Guido Moch, Leiter der Druckverwaltung, die Abfertigung. Möglich gemacht

hatte die Führung Hans-Joachim Adler, Präsident des Marketing-Clubs Rhein-Neckar.

Janina Mantay

Modernes Vereins-management

Beim ESG Frankonia Karlsruhe sind EC-Studenten willkommen. Beim Praxisdialog am Studienzentrum Karlsruhe bot Geschäftsführer Gerhard Loeschke sechsmonatige Praktika beim Karlsruher Sportverein an. Er erläuterte die Aufgaben eines Vereinsmanagers im modernen Breitensport und die Karrieremöglichkeiten.

Clemens Buhl

Brand Management bei der BASF

„Eine Markenidentität ist wichtig", sagt Susanne Marell, Vice President Corporate Brand Management bei der BASF, beim Praxisdialog in Mannheim. Anhand des internen Leitsatzes „we create chemistry" demonstrierte sie die Kommunikationsaktivitäten des Chemieunternehmens und den Markenkern. Die vielfältigen Produktionsbereiche und Aufgabengebiete innerhalb der BASF, die Bedeutung des Stammsitzes Ludwigshafen sowie Entwicklungen im Kommunikationsmanagement waren weitere Themen des Vortrags. Im Anschluss konnten die Studenten Fragen zu Einstiegsmöglichkeiten stellen, die sich im Marketing- und Kommunikationsbereich, vor allem im zweijährigen Einstiegsprogramm und über Praktika bieten.

Praxisdialog zum Markenmanagement

Roland Albrecht, Geschäftsführer der Markenagentur „GoYa!" aus Heidelberg, gewährte den Studenten des EC Europa Campus Mannheim Einblick in die Welt der modernen Markenagentur. Kernbereich der Agentur sind Markenbildungsaktivitäten sowie Kommunikations- und Eventleistungen. Für das Klinikum Ludwigshafen entwickelte „GoYa!" den Claim „Klilu" und alle damit verbundenen Kommunikationsmaßnahmen, um die Marke zu stärken. Ein Großprojekt wirft indes seine Schatten voraus: Aktuell laufen die Vorbereitungen für die Kommunikation zum Deutschen Turnfest 2013. Albrecht bot den EC-Studenten an, ihr Know-how bei einem Praktikum in der Agentur einzubringen.

Sportmanagement bei 1899 Hoffenheim

Hans-Joachim Adler, Präsident des Marketing-Clubs Rhein-Neckar, besuchte mit den EC-Studenten die

„Pressesitzung" der TSG Hoffenheim. Adham Srouji und Oliver König stellten den Aufstieg des Vereins von der Regionalliga bis in die 1. Bundesliga dar. Sie zeigten Prozesse und Strukturen auf, die nötig sind, um einen Fußball-Verein zu managen. Bei der Besichtigung des Stadions konnten die Studenten den heiligen Rasen und die Tribünen betreten und einen Blick in den Business-Club werfen. Die Message der Veranstaltung, wie sie mehrfach durch Adler vertreten wurde, ist: „Du musst deinen Job leben und lieben und das mit Herzblut".

David Eck

Erfolgreiche Bachelors bei EC Europa Campus: Anastasia Ivanova, Sarah Kraft und Franziska Hauber (v. l.)

EC Student Marcel Hildmann im Bernabéu-Stadion von Madrid.

Traumjob Sportjournalist

Marcel Hildmann macht sein Hobby zum Beruf

Das Hobby zum Beruf machen – das ist das Ziel von Marcel Hildmann, Sportjournalismus-Student am EC Europa Campus. Seit 2008 arbeitet er als Redakteur bei realmadrid.de, der deutschen Fanseite des spanischen Fußballclubs Real Madrid.

Seine Aufgabe ist die Recherche in den spanischen Sportzeitungen, damit die Homepage aktuell bleibt. „Das Schreiben selbst geht mit der Zeit ziemlich schnell“, sagt Hildmann, der mit seiner Tätigkeit einen lukrativen Nebenjob gefunden hat. Die Arbeit ist allerdings zeitintensiv: Er verbringt pro Tag ein bis zwei Stunden auf der Seite, an Spieltagen auch mal länger.

„Unser Team besteht aus fünf festen Redakteuren und variierend zwei bis drei Praktikanten und dem Grafiker“, so Hildmann. Ein Besuch während seiner Kindheit im Bernabéu-Stadion in Madrid entfachte seine Leidenschaft für die Madrilenen. Die Ära um Zidane und Ronaldo prägte auch ihn. „Bis heute war ich bei etwa zehn Spielen im Bernabéu, inklusive zweier Begegnungen gegen den Erzfeind aus Barcelona“, erklärt Hildmann stolz und kann die Atmosphäre im Stadion kaum in Worte fassen.

Seine Tätigkeit bei realmadrid.de hat letztlich auch den Ausschlag gegeben, dass er jetzt Sportjournalismus studiert.

Dennis Fettig

Joshua Hildebrand startet durch

Mit Konzentration und Können zum nordbadischen Meister

EC-Student Joshua Hildebrand qualifizierte sich als nordbadischer Meister für die deutschen Meisterschaften im Automobilslalom. „Das Wichtigste beim Slalomfahren sind Konzentration und Können“, sagt Hildebrand. Das fehlerfreie Fahren ist notwendig, denn schon eine umgeworfene Pylone kostet den Fahrer drei Strafsekunden.

Laura Sold

Innovationen gestalten – Marketinglösungen entwickeln

Bachelorstudium bei EC Europa Campus

Deutschland ist Land der Ideen und Innovationen: Doch Neuerungen müssen auch den Zugang zum Markt finden und am Markt etabliert werden. Dies gelingt nur mit innovativen Marketinglösungen, die die Kunden- und Zielgruppen erreichen. Hierfür braucht es Fachkräfte, die produktbezogene Trends und Marken im Markt durchsetzen können. Die Wirtschaft braucht junge Menschen, die es verstehen, Trends zu ermitteln, Innovationen zu gestalten und trendgerechte Marken zu entwickeln. Diese bildet EC Europa Campus beim Studium in Karlsruhe und Mannheim gezielt aus.

Die Studenten, die mit dem Ziel des staatlichen Hochschulabschlusses des Bachelor of Arts studieren, erarbeiten mit Dozenten aus der Praxis marktorientierte Lösungen. Alle Studiengänge des EC Europa Campus sind akkreditiert und laufen nach den europäischen Bologna-Regelungen. Neben anderen Studiengängen vermittelt das Bachelorstudium „Marketing, Marken und Medien“ das Know-how, Innovationen zu erfolgreichen Marken zu machen. Marken müssen mit dem Ziel geführt werden, die Identität der Marke zu prägen und diese im Bewusstsein der Zielgruppen zu positionieren.

Moderatoren unter sich: Holger Wienpahl von der ARD und Wolfgang Grünwald vom Rhein-Neckar-Fernsehen diskutieren auch nach der Talkrunde über Trends und Innovationen.

Beim Symposium des EC Europa Campus moderierte Holger Wienpahl (r.) von der ARD die Talkrunde zum Thema „Markenkommunikation" (v.l.n.r. Dieter Leismann vom Marketing-Club, Michel Maugé vom Mannheimer Rosengarten, Ralf Schepull von Mini, Axel Kahn von Pixx und Prof. Dr. Volker Kreyher vom EC Europa Campus).

Den Zugang zum Markt finden

Innovative Produkte können nur mit innovativen Marketinglösungen beim Kunden eingeführt werden. Die Studenten wenden hierfür moderne Kommunikationstechniken, wie Social Media, Community Marketing und Event-Marketing, an. Instrumente und Medien müssen in einer Markenkampagne crossmedial verknüpft werden und aufeinander verweisen.

Im Bachelorstudium „Kommunikations- und Medienmanagement" planen die Studenten Kampagnen, die zur Herstellung öffentlicher Aufmerksamkeit, zum Aufbau von Marken und zur Präferenz auf dem Markt beitragen. Nur wenn die Zielgruppe durch die Kommunikation erreicht wird, lässt sich eine Innovation auf dem Markt durchsetzen.

In der modernen Mediengesellschaft sind inszenierte Ereignisse, emotionale Erlebnisse und professionelle Events wirkungsvolle Instrumente der Markenkommunikation. Die Bachelorstudiengänge „Sport-, Medien- und Eventmanagement" und „Tourismus-, Hotel- und Eventmanagement" beschäftigen sich unter anderem mit der Inszenierung von Ereignissen. Hier analysieren die Studenten bestehende Angebote unter dem Gesichtspunkt der Erlebnis- und Eventorientierung und entwickeln geeignete Angebote für innovative Marken.

Studenten organisieren Events: Automotion

Bei EC Europa Campus entwickeln die Studenten selbst Events für Marken, wie BMW, Mini und Breuninger. Bei der letzten Veranstaltung in Karlsruhe, „Automotion – Marken in Bewegung", setzten die Studenten die Marke Breuninger mit einer Fashion-Show in Szene und präsentierten, wie sich Manager von heute kleiden – mal sportlich, mal klassisch, aber immer businesslike.

„Unsere Studiengänge sind praxisnah, interaktiv und interdisziplinär, damit sie den Forderungen des Marktes gerecht werden", so Prof. Dr. Volker Kreyher, Akademischer Leiter des EC Europa Campus. „In Kürze werden wir einen weiteren marktorientierten Studiengang einführen."

Bei dem Karlsruher Event moderierten Holger Wienpahl, ARD-Moderator, und Gerhard Meier-Röhn, SWR-Studioleiter, zwei Talkrunden zum Thema „Innovation und Markenkommunikation". „Heute dreht sich alles um Brands und Communities", leitete Wienpahl die Talkrunde ein. Und Meier-Röhn ergänzte: „Ziel ist es, aus Kunden Fans zu machen."

An den beiden Talkrunden in Karlsruhe nahmen Experten wie Ralf Schepull, Brand Manager bei Mini, Alexander Hildebrandt, Produktmarketingleiter bei BMW, Stephan Wunnerlich, Senior Manager Innovationen bei EnBW und Dr. Klaus Neb, Aufsichtsratsvorsitzender von Michelin, teil. Schepull von Mini hob hervor: „Living the Brand – Mini ist ein Lebensgefühl". Und Hildebrandt von BMW ergänzte: „Durch gezielte Kommunikation müssen wir erreichen, dass dieses Lebensgefühl in den Köpfen präsent ist."

SWR-Studioleiter Gerhard Meier-Röhn moderierte die Talkrunde zum Thema „Innovationen".

Ralf Schepull von Mini beleuchtete das Lebensgefühl Mini.

Mit Elan und Ehrgeiz ans Ziel

EC-Student Moritz Schnell produziert für FCK TV

Nervosität liegt im Raum. Mit geschickten Händen wird ein Stativ hochgezogen, hektisch nochmal die Fragen durchgegangen, dann plötzliche Gelassenheit. Ein Fußballspieler vom 1. FCK betritt den Raum und wird von einer Welle guter Laune aufgenommen. Wahrscheinlich ist dies das Geheimrezept von Moritz Schnell.

Der EC-Student produziert verschiedene Formate für die Onlineplattform FCK TV. Um an den Job zu kommen, spielten drei wichtige Komponenten zusammen: Glück, Kreativität und Ehrgeiz.
Den Kanal kannte der junge Filmer bereits. „Ich habe die Videos gesehen und fand sie schlecht“, sagt Schnell. Er ergriff die Chance und bewarb sich. Seine kreativen Videos waren ausschlaggebend, dass Schnell den Job bekam. Sein Ideenreichtum zeigt sich an dem Format „Teufelshocker“. Dies ist eine Kreation von ihm und seinem Bruder Alexander, der ihn als Redakteur und Moderator unterstützt. Ursprünglich sollte das Format ein einfaches Interview mit FCK-Spielern sein, doch Schnell war dies zu langweilig. „Ich wollte etwas mit Wiedererkennungswert schaffen. Eine Corporate Identity ist meiner Meinung nach wichtig“, sagt er. So entwickelten die beiden Brüder ein Konzept und gaben diesem Format eine eigene Note. Die Kameraeinstellungen sind bei jedem Interview gleich und die Spieler sitzen immer auf einem Hocker.
Auch in seiner Freizeit widmet sich Schnell dem Filmen. So produziert er Musikvideos für eine befreundete Band oder Sketche mit seinem Bruder.
Früher galt für Schnell das Motto „learning by doing“, doch heute gehört zu seinen Hobbys das Lesen von Fachliteratur im Bereich Musik und Filmproduktion. Mit seinem Studium am EC Europa Campus möchte er eine solide Basis für den Einstieg in die Medienbranche schaffen. Schnells Traum ist es, Filmregisseur zu werden und ein eigenes Drehbuch zu verfilmen, an dem er gerade schreibt.

Annika Zschuppe

EC-Student Moritz Schnell beim Dreh für FCK TV

14 neue Hörsäle im neuen Studienzentrum Mannheim

Das Studienzentrum wurde um neue Räumlichkeiten in der Janderstraße 1 erweitert

EC-Studenten als VIPs in der SAP Arena

Organisiert von Hans-Joachim Adler, Präsident des Marketing-Clubs Rhein-Neckar, konnten die Studenten des EC Europa Campus einen Blick hinter die Kulissen der SAP Arena in Mannheim werfen. Am VIP-Eingang begrüßte Matthias Binder, Geschäftsführer der Mannheimer Adler, die Erstsemester. Auf dem Logenrang mussten sich die Studenten erst einmal setzen, um die enorme Größe der Halle aufnehmen zu können. Für die gute Stimmung bei Spielen sorgt der Fanblock der Adler: Er befindet sich direkt hinter dem Tor, auf das traditionell im ersten Drittel gespielt wird. „Wir haben die Fans auf das Niveau von Logenkunden gebracht", erklärt Binder die Einzigartigkeit der Halle. Sie bietet nicht nur Platz für Eishockeyspiele, auch Seminare, Konzerte und andere Sportveranstaltungen finden dort statt. In der SAP-Arena sind Praktika für EC-Studenten möglich.

Janina Mantay

Eisstockschießen beim Kommunikationsverband

Bei der Jahresabschlussveranstaltung des Kommunikationsverbands Club Kurpfalz war EC Europa Campus mit zwei Teams vertreten.

Praktika bei der Kassenärztlichen Vereinigung Baden-Württemberg (KVBW): Vielschichtig

Norbert Bonauer, Direktor der KVBW, und Betriebsleiter Dr. Michael Viapiano gewährten den Studenten des EC Europa Campus beim Praxisdialog am Studienzentrum Karlsruhe einen Einblick in das deutsche Gesundheitssystem und die Entwicklung, die die Sozialwirtschaft durchlaufen hat. Sie erläuterten, wie vielschichtig Gesundheitspolitik und Gesundheitsökonomie sind und beleuchteten die Aufgaben und Verantwortung der Kassenärztlichen Vereinigung. Bonauer bot den Gesundheitsmanagement-Studenten Praktikumsplätze und Einstiegsmöglichkeiten an.

Marcel Volm

Jessica Pieper: „Sportpolitik im Zeitalter der globalisierten Massenmedien"

Eine kritische Betrachtung von Gerhard Meier-Röhn, SWR-Studioleiter und Dozent am EC Europa Campus

Jessica Pieper, die bei EC Europa Campus Sportjournalismus und Sportmanagement studiert und gerade mit dem Bachelor an der Hochschule Mittweida abgeschlossen hat, zeigt in ihrer Bachelorarbeit am Beispiel der Olympischen Spiele, wie Sport und Politik miteinander verknüpft sind.

Sie schildert realitätsbezogen und nüchtern die Inszenierung von Politik beim Sport. Ihr Bogen reicht von den Olympischen Spielen 1936, als es das Naziregime verstand, die Weltöffentlichkeit als friedliebende Nation zu täuschen, bis heute. Auch Olympia in Peking 2008 war geeignet, den Chinesischen Drachen im Reich der Mitte als Zeichen des globalen Fortschritts in einer explodierenden Wirtschaftsmacht darzustellen. Doch in der Welt des Internets, der globalen kommunikativen Vernetzung, konnte Olympia auch aufklären. Die missliche Lage Tibets oder die mit Füßen getretenen Menschenrechte waren nicht geeignet, das Reich der Mitte als fortschrittlich erscheinen zu lassen. Hier transportiert der Sport Missstände nach außen.

Die Autorin fährt kritisch fort und beschreibt, wie die Athleten der DDR, als „Diplomaten in Trainingsanzügen" bezeichnet, eine staatspolitische Aufgabe hatten. Durch Siege sollte bewiesen werden, dass der sozialistische Arbeiter- und Bauernstaat dem kapitalistischen Westen der BRD überlegen war.

Im Fazit gerät Jessica Pieper zu weit ins Idealistische, plädiert für eine puristische Trennung von Politik und Sport. In der Beurteilung aber scheint Realismus ehrlicher. Die Trennung von Sport, Politik, Wirtschaft und Medien ist passé. Heute bedingen sie einander. Alle sind Profiteure. Wir haben eine neue Zeit.

Valentina Juschina

Expertin für deutsch-russische Beziehungen

Als die Sowjetunion zusammenbricht, entscheidet sich Valentina Juschina, Dozentin für Russisch am EC Europa Campus, Russland zu verlassen.
Nach ihrem Germanistikstudium ist sie eine gefragte Person. Als Übersetzerin und Ratgeber für deutsch-russische Wirtschaftsbeziehungen fasst sie schnell Fuß und bleibt. Juschina gründet die deutsch-russische Kulturgesellschaft in Baden-Baden. „Wir recherchieren, informieren und halten Vorträge über die deutsch-russische Beziehung“, berichtet sie. Und unterstreicht die Bedeutung der russischen Sprache: „Der Weltmarkt verlagert sich immer mehr nach Osten.“ Diese Position vertrat auch der russische Botschafter, seine Exzellenz Wladimir Grinin, bei einem Besuch in Karlsruhe.
Trotz ihres Engagements für Deutschland bezeichnet sie sich als „Russe durch und durch“ – wenn sie auch die Deutschen inzwischen besser versteht als die Russen.

Tilon Fahrner

Kick it.

Tischkickerturnier am EC Europa Campus Mannheim

Allianz-Arena: 7:1 in der Bundesliga

Kampagnenmanagement live:

Innovationen der EC-Studenten

Die EC-Studenten präsentierten in Mannheim Kampagnen für einzigartige Produkte, deren zielgruppengerechte Verkaufsvorteile sie selbst entwickelten. Die Innovationen reichten vom Hotel für Extremsportler über ein beruhigendes Getränk für Manager zum individuell kombinierbaren Duft „Mood“ für jeden Gemütszustand. Mit dem Slogan „Spice up your life“ wird „Tasty Diet“, das Bio-Diätgewürz mit Fett reduzierender Wirkung, im Adipositas-Markt positioniert. Der kalorienarme Yoghurt, der mit dem Gewürz nach Schnitzel schmeckt, ist ein willkommenes Produkt, um die eigene Esslust zu überlisten. Das „House of Simulations“, ein 4D-Museum, lässt den Besucher erleben, was es heißt, in Shanghai auf einer Einkaufsstraße zu stehen. Die Situation wird mit Hilfe modernster technischer Entwicklungen lebensecht simuliert - Klima, Umgebungsgeräusche und Gerüche. Besucher schlüpfen in die Rolle ihrer Lieblingshelden wie Batman oder unternehmen im Alterssimulator eine Zeitreise. Mit dem In-Getränk „Kiabarina“, das bei Kühlung seine Farbe wechselt und im Schwarzlicht leuchtet, wollen die EC-Studenten die Nummer Eins in Clubs, Diskotheken und auf Parties werden. „Viele dieser Entwicklungen haben eine echte Chance am realen Markt“, so Dozentin Birgit Lampert über die Projektarbeiten.

Die EC-Studentinnen Beatrice Erdei und Victoria Schneider können die Einführung des neuen Drinks kaum erwarten.

Vorbilder statt Probleme

EC-Studenten entwerfen TV-Format für großstädtische Jugendliche

Vorbilder schaffen statt zu problematisieren – das ist der Ansatzpunkt der Reality-Show zum Thema Integration, die die Mannheimer EC-Studenten Cyra Philippi, Mirco Lopuszansky und Joshua Hildebrand in der Lehrveranstaltung Kommunikationspolitik entwickelt haben.

Ein TV-Format für großstädtische, also zumeist multikulturelle Jugendliche entwerfen, lautete die Aufgabenstellung von Prof. Dr. Volker-Jeske Kreyher. Das Besondere am Format der Studenten: Während sich Sendungen zum Thema Integration in der Regel mit sozialen Problemen befassen und damit Vorurteile über Jugendliche mit Migrationshintergrund bestärken, stellt die Show der Studenten Jugendliche vor, die im Beruf erfolgreich sind. Die Message: Wer in der Ausbildung oder im Studium hart arbeitet und fließend deutsch spricht, kann es weit bringen. Junge Menschen verschiedener kultureller Herkunft leben in der Reality-Show in einer WG zusammen. In jeder neuen Folge werden weitere junge Menschen mit Migrationshintergrund eingeladen und vorgestellt, die gerne in Deutschland leben und hier erfolgreich sind. Freundschaft, Liebe und das Erwachsenwerden sind Themenfelder der Sendung. Der Integrationsgedanke wird als Unterhaltungsformat an die zuschauenden Jugendlichen vermittelt, indem über die erfolgreichen Jugendlichen Nachahmungs- und Identifikationspotentiale geschaffen werden.

„Großstädtische Jugendliche wollen nicht immer nur negative Schicksale sehen, sondern auch Erfolgsbeispiele“, so Philippi. „Wir sprechen Winners statt Losers an.“ Durch Key Visuals wie Musik, einheitliche Farben und Logo wollen die Studenten einen Wiedererkennungswert schaffen und Interesse wecken. Durch TV- und Internetwerbung mit Gewinnspielen, Events und Testimonials soll die junge Zielgruppe erreicht werden. „Eigentlich können wir gleich auf Sendung gehen“, so Kreyher zur Präsentation.

Simon Heinrich

Tattoos –
Körperkunst oder Selbstzerstörung

Früher galten sie als Jugendsünden und Modeerscheinungen, heute sind sie in die Gesellschaft integriert – Tattoos.

Es waren die Seefahrer, die einst von ihren Weltreisen Tattoos auf Arm, Brust oder Rücken mit nach Europa brachten. Heute sind Tätowierungen Teil des Alltags. Das Tätowieren ist so alt wie die Menschheit. Der Körper war damals für den Menschen das erste, was er verschönern konnte. Archäologen fanden Tätowiervorlagen aus dem Jahre 12 000 vor Christus, die ältesten, die der Wissenschaft bis heute bekannt wurden.

Auch Studenten tragen Tattoos. Student Stephan hat ein japanisches Bild über den kompletten Rücken bis zu den Kniekehlen. Die Sitzungen dauerten über 100 Stunden. „Das Tattoo war sehr teuer, doch das war es mir wert“, sagt er. Tätowierer Matze vom Studio Art and Soul in Mannheim erklärt, nach welchen Kriterien man sein Tattoo auswählen sollte: „Natürlich erst einmal nach dem eigenen Geschmack, etwas, mit dem man sich identifiziert.“

„Wenn Hygienevorschriften beim Tätowieren eingehalten werden, sind Tattoos nicht schädlich“, sagt der angehende Tätowierer Martin von der Soulgallery in Horb am Neckar. Daher ist es wichtig, zum Tätowierer seines Vertrauens zu gehen.

Ein anderer Trend ist mittlerweile die Tattoo-Entfernung. Jährlich lassen sich tausende Menschen ihre Tattoos wieder entfernen. Doch viele wissen nicht, ob es bei ihrem Tattoo möglich ist, da es schon alt ist. Hautarzt Dr. Maximilian Richter aus Mannheim ist sich sicher, dass sich jedes Tattoo entfernen lässt. Es kommt auf die Farben an, beispielsweise lassen sich die Farben Schwarz und Blau leichter entfernen als Violett. „Die Schmerzen der Laserbehandlung lassen sich mit dem Stechen vergleichen, mit dem Unterschied, dass man die Schmerzen mehrere Male durchmacht“, sagt der Arzt. Leider gibt es auch hierbei Risiken und Nebenwirkungen, wie Narben. Auch kleine Pigmentstörungen, die dazu führen, dass die Haut ihre natürliche Farbe nicht wieder annimmt, sind keine Seltenheit. Bei der Entfernung eines Piercings im Gesicht, am Ohr oder am Bauchnabel bleiben Löcher. Die Entscheidung für ein Tattoo, Branding oder Piercing sollte gut überlegt sein.

Josef Glas

Im Alltag meist verdeckt.

Herman the German

Gerhard Neumann, Vizepräsident von General Electric, war Student an der Hochschule Mittweida

„Do it right first time“ – „Mach es von Anfang an richtig“ – mit dieser Devise beginnt die Erfolgsstory Gerhard Neumanns bei General Electric.

Während des Zweiten Weltkriegs bewirbt sich der Flugingenieur in China, um dem Wehrdienst zu entgehen, wird dort als feindlicher Ausländer von den Briten interniert und tritt nach seiner Entlassung den US-Heeresfliegern bei. Ohne Visum reist er in die USA, wo er sich durch sein Wissen über japanische Flugzeuge beim Militär verdient macht. 1945 wird er wegen seiner besonderen Verdienste eingebürgert und steigt drei Jahre später bei General Electric ein. Dort erzielt er als erster mit einem Triebwerk, dem J-79, doppelte Schallgeschwindigkeit. Zum Geschäftsführer der Abteilung Flugantriebe befördert, entwickelt Neumann das erste zivile Großtriebwerk CF6, eingesetzt in den Typen Airbus, DC-10 und Boeing. Seine Erfindung macht General Electric über Nacht zum Marktführer. Der deutsche Ingenieur Neumann steigt zum Vizepräsidenten des Weltkonzerns General Electric auf.
Die Basis für seinen Erfolg legt der gebürtige Brandenburger und gelernte Automechaniker während seines Studiums an der Hochschule Mittweida. In seinem Buch „China, Jeep und Jetmotoren“ blickt er auf seine Ausbildung zurück: „Mittweida brachte ausgekochte Ingenieure hervor, die gelernt hatten, theoretischen und übergenauen Berechnungen mit Skepsis zu begegnen. Die unablässig gestellte Frage war, ob die Konstruktion auch wirklich

Gerhard Neumann im Mai 1992 bei seinem Besuch der Hochschule Mittweida mit Prof. Dr. Dipl.-Ing. Lothar Otto, Rektor der Hochschule. Foto: Hochschularchiv Mittweida, Bildarchiv Nr. F49_5

Die Hochschule Mittweida ist bekannt für Praxisnähe. Foto: Hochschule Mittweida

Flugzeugtriebwerk auf der Basis der Entwicklung Gerhard Neumanns in der Hochschule Mittweida

funktionieren würde, wenn man sie baute.“ Neben fachlichen Kenntnissen verlangte die Studienzeit im Deutschland der 30er Jahre Neumann Disziplin ab: „Zum Abendessen kauften wir Brot, Marmelade und Gewürzgurken. Ich sparte kräftig, indem ich die Marmelade aufs Brot schmierte und dann das meiste wieder zurück in den Topf kratzte. So hielt die Marmelade doppelt lange vor, und ich hatte wieder Geld, um für mein Motorrad Benzin zu kaufen.“
Disziplin, Erfindungsreichtum und Mut bringen ihn an die Spitze. Als Vize-Präsident von General Electric war Neumann Inhaber von acht Patenten und erhielt für sein Lebenswerk zahlreiche Auszeichnungen, so die Collier Trophy durch Vizepräsident Nixon, die Goddard Gold Medal, den Guggenheim Award und die Ehrendoktorwürde. Seit 1986 gehört er zur National Aviation Hall of Fame. Neumann wird in den USA als „Herman the German“ wegen seiner Erfindungen und seines „Hands on“-Führungsstils zur Legende. Dennoch blieb er immer bescheiden: „So hat sich ein großer Teil meines aufregenden Lebens abgespielt. Eine Reihe zufälliger Begegnungen mit den richtigen Leuten zur richtigen Zeit am richtigen Platz.“

Das Mitarbeiterteam des EC Europa Campus besucht die Hochschule Mittweida.

Prof. Dr. Dipl.-Ing. Lothar Otto, Rektor der Hochschule Mittweida, in der Diskussion mit EC-Studentinnen

Geschäftsführer Walter Alexander Fuchs und EC-Student Manuel Seifried diskutieren über die „Freizeit Woche".

Vielseitig in die Zukunft

Pabel-Moewig-Verlag

Liebe zu Medien und zum Beruf sind die Erfolgsgrundlage des Pabel-Moewig-Verlags in Rastatt. Davon ist Geschäftsführer Walter Alexander Fuchs überzeugt und setzt auf Neugierde und Leidenschaft bei seinen Mitarbeitern. „Wir sind offen für neue Projekte, nehmen aber auch Rückschläge in Kauf", sagt er.
Bei der Gründung 1949 war die heutige Markenstärke nur ein Traum. Mittlerweile bringen 200 Mitarbeiter 47 Zeitschriften auf den Markt. „Hartnäckig recherchieren und immer am Ball bleiben, das hat uns stark gemacht", sagt Fuchs.
Durch Anzeigen, TV-Spots und Plakate versucht der Verlag, Leser zu gewinnen. „Freizeit Woche ist mit 550 000 Auflagen unser Aushängeschild, aber auch Perry Rhodan ist für alle Science-Fiction-Fans ein Leckerbissen", sagt Fuchs. Der Verlag ist breit aufgestellt: Kinderzeitschriften, Dokumentationen und Rätsel.
„Vielseitigkeit und immer die Zielgruppe befriedigen" lautet die Unternehmensphilosophie des Verlags. Er sucht Mitarbeiter, die kreativ sind und in das Team passen. Ein Bewerber sollte ein abgeschlossenes Studium haben und die englische Sprache beherrschen. „Wir arbeiten international, so endet der Tag nicht immer nach acht Stunden", erklärt Fuchs.
Die Journalisten-Schule des Verlags gibt Studenten seit dem vergangenem Jahr die Möglichkeit, ihr journalistisches Können zu vertiefen. Pabel-Moewig bietet EC-Studenten Praktika im Verlag an.

Manuel Seifried

Cyberfigur Perry Rhodan

25 Jahre Rhein-Neckar-Fernsehen

Unterhaltung, Informationen und Emotionen. Seit 25 Jahren ist das Rhein-Neckar-Fernsehen (RNF) im TV-Geschäft. Im Vergleich zur Firmengründung im Jahr 1986 hat sich Vieles getan. Das Sendeformat änderte sich von 4:3 auf 16:9, und der Umschwung von analoger auf digitale Technik erhöhte neben der größeren Anzahl von Empfängern auch die Qualität des Bildes.
Als ältester Privat-Regionalsender in Deutschland mit Sitz in Mannheim bringt das RNF die lebendige und vielseitige Metropolregion Rhein-Neckar wie kein anderes Medium zusammen.
„Aktive Menschen jeden Alters nutzen täglich das RNF als Informations- und Unterhaltungsmedium, aber auch, um sich regionale Werbesendungen anzuschauen", so Klaus-Dieter Brass, Technischer Leiter des RNF.
Auch im Web ist der TV-Sender aktiv. Neben der Website mit eigenem Videoportal ist RNF auch auf der Internet-Plattform Facebook präsent. „Für das Rhein-Neckar-Fernsehen ist Social Media von enormer Bedeutung, um mit den Zuschauern zu kommunizieren und zu interagieren", sagt Kristine Günther, Online-Redakteurin beim RNF. Wer Spaß am Umgang mit digitalen Medien hat und an der Produktion von Fernsehsendungen interessiert ist, dem bietet das Rhein-Neckar-Fernsehen sowohl im redaktionellen als auch im technischen Bereich ganzjährig Praktikumsplätze.

Maurice Brass

Kamera ab – in Studio B wird täglich die Sendung RNF Life abgedreht.
Foto: Rhein-Neckar-Fernsehen

Health and Beauty

Die Nase vorn bei Fitness und Gesundheit

Der Karlsruher Verlag „Health and Beauty“ publiziert über 30 Zeitschriften aus den Bereichen Fitness, Gesundheit und professionelle Kosmetik. „In 15 Ländern Europas sind wir aktiv“, sagt Chefredakteur Max Barth. Mit Tochtergesellschaften in Polen, der Schweiz, Spanien und Lizenzpartnern in der Türkei, der Ukraine und den Beneluxländern ist das Unternehmen international vertreten.

Health and Beauty-Chefredakteur Max Barth und EC-Studentin Steffi Münkle vor einem Layout des Magazins "Trainer".

„Mit unseren Zeitschriften, Portalen, Fachmessen und Workshops sprechen wir bestimmte Zielgruppen an“, erklärt Barth. Im Fitnessbereich zum Beispiel wendet sich das Unternehmen mit dem Produkt „Body Life“ an Betreiber von Fitnessstudios. Die Zeitschrift „Trainer“ liefert Fitnessprofis Informationen. Auch der Onlinemarkt wächst: Health and Beauty bietet Anwendungen für den Alltag und hilfreiche Videos.

Um den geschäftlichen Erfolg seiner Partner langfristig zu sichern, nutzt das Unternehmen sein Branchen-Know how auch bei der Erschließung neuer Märkte. Dabei setzt der Verlag auf hohe Qualität der Produkte, Internationalität und branchenübergreifende Konzepte. Er hält die Technologieführerschaft und die Marktführerschaft.

„Um unseren Erfolg weiter auszubauen, investieren wir viel Geld in die Marktforschung, die wir für die Entwicklung unserer Produkte nutzen und auch unseren Kunden zur Verfügung stellen“, betont der Chefredakteur. In Zukunft will das Unternehmen weiter international wachsen. Laut Barth finden sich immer mehr Interessenten und Partner auf dem Markt, die mitziehen wollen. Health and Beauty hat die Nase in dieser Branche weit vorne.

Steffi Münkle

www.messe-karlsruhe.de

Wir zählen in Deutschland zu den etablierten Messe- und Kongressstandorten und sind ein führender Veranstalter in einer der stärksten Wirtschaftsregionen Europas. Neben einer Vielzahl von Eigenveranstaltungen sind wir auch für die professionelle Durchführung von nationalen und internationalen Gastmessen und Gastkongressen bekannt.

Zur Unterstützung unserer Teams sind wir immer auf der Suche nach

Praktikanten / Praktikantinnen

Voraussetzungen:

- Student/Studentin
- Erste Erfahrungen im Bereich Veranstaltungsorganisation wünschenswert
- Sicheres und freundliches Auftreten
- Flexibel, belastbar und teamorientiert
- Sicherheit in der deutschen Rechtschreibung
- Gute EDV-Kenntnisse (MS-Office)
- Gute Fremdsprachenkenntnisse in Englisch von Vorteil

Aktuelle Stellenangebote finden Sie unter: www.messe-karlsruhe.de

Haben Sie Interesse in unserem Team mitzuarbeiten? Dann melden Sie sich bei uns!

Karlsruher Messe- und Kongress-GmbH
Personal & Verwaltung | Frau Claudia Hartmann
Festplatz 9 | 76137 Karlsruhe
T +49 721 3720-2111 | F +49 721 3720-2119
E-Mail: claudia.hartmann@kmkg.de
www.messe-karlsruhe.de

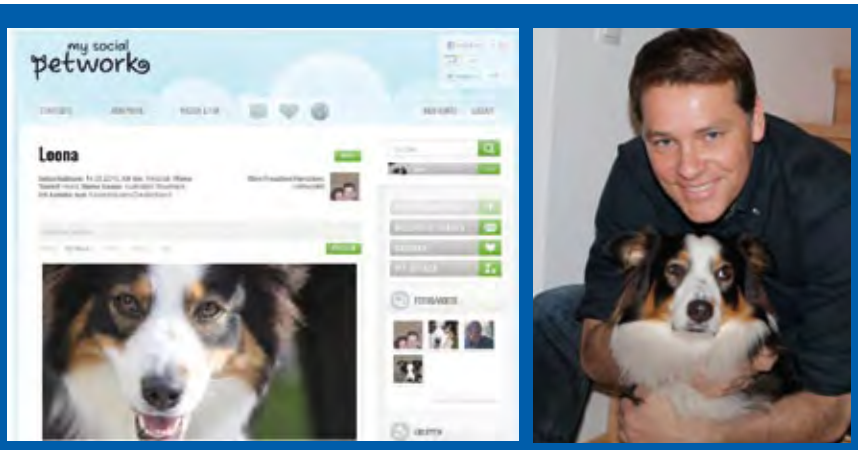
Karlsruhe | **Messe** Karlsruhe | **Kongress** Karlsruhe | **Event** Karlsruhe | **Tourismus**

Ein Plus für Google Plus

Zwei Social-Media-Riesen im Vergleich

Eine weiße Hand zu einer Faust geballt, den Daumen nach oben. In einigen Kulturkreisen sagt man damit „gut gemacht“ oder „ok“, im Internet heißt es schlicht „like“. Mit diesem Zeichen als Like-Button eroberte Facebook die digitale Welt und wird heute von 800 Millionen Nutzern weiter angetrieben.

Doch Konkurrent Google kontert. Mit dem ebenfalls kostenlosen Dienst Google+ will der Konzern-Riese die sozialen Netzwerke nicht nur aufmischen, sondern vielmehr neu erfinden.
Ob der Plan aufgeht, welcher Dienst mehr bietet und die Frage des Datenschutzes – damit hat sich EC-Student Marius Bradler beschäftigt.
Facebook ist bei den sozialen Netzwerken der klare Platzhirsch, allein in Deutschland sind mehr als 22 Millionen Nutzer Teil des größten Netzwerkes. Was als Projekt eines schlauen Studenten 2004 begann, gipfelt heute in einem Unternehmen mit einem Jahresumsatz von über zwei Milliarden Dollar und einem Marktwert von über 50 Milliarden Dollar, das alles bei nur 2000 Angestellten.
Google+ wurde Mitte 2011 vorgestellt und ist nach „Google Buzz“ der zweite Versuch Googles, zu Facebook aufzuschließen. Der seit kurzem für jeden Nutzer zugängliche Dienst befindet sich zwar noch in der Beta-Phase, doch 40 Millionen Menschen nutzen ihn bereits.
Vergleicht man den Aufbau beider Seiten, fallen gleich die zwei unterschiedlichen Konzepte auf. Mit den sogenannten Google Circles kann der Nutzer ein- und ausgehende Datenströme steuern. Diese Funktion hat sich Facebook jetzt zwar abgeschaut, doch man merkt, dass Facebook gezielte Kontrolle nur ungern zulässt. Google+ wirkt geradlinig, praktisch und aufgeräumt.
Das mag zum Teil an der noch fehlenden Werbung liegen, doch auch Seitenaufbau und Menüs sind intuitiver und weit weniger verschachtelt als bei Facebook.



„Tierseiten in Facebook sind der klassische Fall von Vermenschlichung, aber auch ein großer Spaß“, sagt Holger Wienpahl, EC-Dozent und Moderator bei SWR und ARD. Sein Hund Loona hat eine eigene Seite auf mysocialpetwork.com.

Inhaltlich nehmen sich die zwei Widersacher wenig, denn Nachrichtendienst, Kalender, Bilder-Galerie und Videochat erscheinen ähnlich gut aufgebaut. Neue Funktionen werden vom anderen umgehend übernommen, somit kann dieser Punkt an keinen der beiden vergeben werden.
Als Gegenleistung liefert der Nutzer den Netzwerken eine fein detaillierte Lebensgeschichte. Werbung kann so noch zielgerichteter platziert werden, denn vor Facebook und Google+ kann der Nutzer nichts verstecken. Soziale Netzwerke und Datenschutz, das schließt sich aus, das sieht auch Mark Zuckerberg, Facebook-Chef so: „Das Zeitalter der Privatsphäre ist vorbei."
Der ehemalige Google-Vorstandschef Eric Schmidt schließt sich dem an, denn „wer nicht will, dass bestimmte Dinge über ihn bekannt werden, soll diese besser gar nicht erst tun."
Während Facebook dies zelebriert, verhält sich Google+ (noch) vorbildlich. Beispielhaften Datenschutz kann man allerdings keinem der Social-Media-Anbieter attestieren. Unternehmen reagieren auf die Sicherheits-Thematik bei Sozialen Medien mit eigens gegründeten, unternehmensinternen Social-Media-Abteilungen (siehe Kasten). Zusammenfassend zeichnet sich ein klarer Sieg für Google+ ab.
Zwar hat Facebook die Alleinstellungsmerkmale Videochat und Circles inzwischen von Google+ übernommen, aber Google+ hat sich seinen Rivalen genau ausgeschaut und vermeidet die Fehler, die Facebook in die Kritik brachten, wie die vorgegebenen Privatsphäreeinstellungen. Allerdings: wenn Google+ weiter versucht, nur ein besseres Facebook zu sein, wird der große Erfolg wohl ausbleiben.

Marius Bradler

„Was einmal im Internet eingestellt ist, bleibt im Internet."

Patrick Schmidt-Kühnle, Leiter der social Media-Abteilung bei der BASF, rät jungen Nutzern zu einem sorgfältigen Umgang mit sozialen Medien. Ob BASF-Mitarbeiter per Facebook überwacht werden? „Nein, denn die Nutzung von Facebook und Co. ist für die Mitarbeiter der BASF durch den Arbeitsvertrag geregelt."

	Facebook	Google+
Start	4. Februar 2004	28. Juni 2011
Motto	„Facebook ermöglicht es dir, mit den Menschen in deinem Leben in Verbindung zu treten und Inhalte mit diesen zu teilen."	„Teilen wie im richtigen Leben, neu erfunden für das Web"
Mitarbeiter	2.000	30.000
Jährlicher Umsatz (2010)	2 Milliarden	30 Milliarden
Marktwert	50 Milliarden	171 Milliarden (+20 durch Google+)
CEO	Mark Zuckerberg	Larry Page
Kommerziell	Ja	Ja
Nutzer in Millionen	800	40
Spachversionen	74	43
Registrierung	Mit bestehender E-Mail Adresse	Google-Konto erforderlich
Funktionen (Chat, Kalender, Galerie...)	++	++
Tools (Bildbearbeitung etc.)	-	++
Übersichtlichkeit	-	++
Menüs-Struktur	-	+
Hilfeseiten	+	+
Privatsphäre-Einstellungen	-	+
Datenschutz	-	-
	Facebook Lists	Google+ Circles
	Facebook News Feed	Google+ Stream
	Facebook Video Calling	Google+ Hangout
	Facebook Chat	Google+ Huddles
	Facebook Places	Google+ Location

media control – Taktgeber im Hintergrund

Das 1976 von Karlheinz Kögel gegründete Unternehmen media control ist die entscheidende Kraft, die mit Hilfe von Messwerten die Charts in den Bereichen Buch, Musik, Film, Games, TV und Sport erstellt.
Aus der Grundidee, die Häufigkeit der gespielten Songs im Radio in einer Rangliste festzuhalten, entwickelten sich im Laufe der Zeit unzählige media control-Charts. Mit ein paar Helfern und 25 Bandgeräten wurde aus einer Baden-Badener Kellerwohnung ein Unternehmen mit über 100 Mitarbeitern, das in den Entertainmentbereichen von über 30 Ländern tätig ist.
„Es gibt nichts, das so spannend, vielfältig und schnelllebig ist wie die Entertainment-Welt. Wo sich auch immer die Branche hinbewegen wird, wir bleiben am Puls der Zeit“, so Pressereferent Hans Schmucker. Als weltweit führendes Unternehmen für Marktforschung im Entertainment-Bereich greifen Verbände, Filmverleiher, Radiosender und Fernsehsender auf Forschungsergebnisse zurück, um ihr Programm anzupassen. Neben der Entwicklung der Charts, wie der offiziellen deutschen Top 100 Single- und Album-Charts, verleiht media control jedes Jahr den deutschen Medienpreis. Bisherige Preisträger waren beispielsweise 2009 Bundeskanzlerin Angela Merkel oder 2008 Seine Heiligkeit, der Dalai Lama.
media control bietet Praktika für EC-Studenten an.

Richard Lais

Opernsängerin Anna Netrebko übergibt den Medienpreis an Bundeskanzlerin Angela Merkel. Foto: media control

ERB Medien Karlsruhe: Multimediale Prozesse beherrschen

ERB Medien Karlsruhe, die Tochterfirma des Evangelischen Rundfunk Dienstes Baden (ERB), realisiert seit 15 Jahren mediale Projekte. Darunter fallen regelmäßige Sendeformate, Magazine für das Fernsehen, aber auch Webvideoproduktionen oder Audio- und Hörfunkprojekte. ERB Medien Karlsruhe entwickelt für diese Sendeformen Konzepte und ist technischer Dienstleister für den Sender bw family.tv. Dort ist er für die Sendeabwicklung, das Intranet und alles verantwortlich, was diesen Sender technisch ausmacht, um in Baden-Württemberg verbreitet zu werden.
In den Aufgabenbereich des Unternehmens fällt auch das Content Management. Das sind Systeme, die es mehreren Redaktionsmitarbeitern ermöglichen, an einem Projekt gleichzeitig zu arbeiten und den Content zu aktualisieren und zu verändern.
Das Unternehmen zeichnet eine hohe Kompetenz in unterschiedlichen Medienbereichen aus. „Wir sind mit 25 fest angestellten Mitarbeitern zwar kein personalstarkes Unternehmen, haben aber das Know-how, die einzelnen Schritte, die mit multimedialen Prozessen zusammenhängen, zu beherrschen“, sagt Geschäftsführer Hanno Gerwin. Diese multimedialen Prozesse beginnen bei der Programmierung der Content-Management-Systeme und gehen weiter über das Hosting, also das Betreuen und Speichern.
Auch die Arbeitsschritte bei der Filmproduktion müssen die Mitarbeiter beherrschen: Projektdefinition und Konzeption, Dreh, Schnitt, Vertonung und Postproduktion. Automatisch hängen diese Vorgehensweisen mit Marketingkonzepten zusammen, die von den Angestellten umgesetzt werden.
ERB bietet EC-Studenten Praktika ab sechs Wochen Dauer an.

„Sich umfassend ausbilden lassen. Im Grunde müssen Menschen, die im multimedialen Projekt arbeiten, nicht alle Arbeitsschritte beherrschen, aber sie müssen alle Arbeitsschritte kennen und wissen, welche Kompetenz sie sich jeweils dazu holen.“

Katharina Mientus

ERB-Geschäftsführer Hanno Gerwin mit EC-Studentin Katharina Mientus

EC-Studentin Madeleine Jardot mit Marketingleiter Andreas Tews und Maskottchen Pedro im TV-Studio von Lokalmatador

Interview mit Andreas Tews – Marketingleiter von Nussbaum Medien

Print und Online verknüpfen

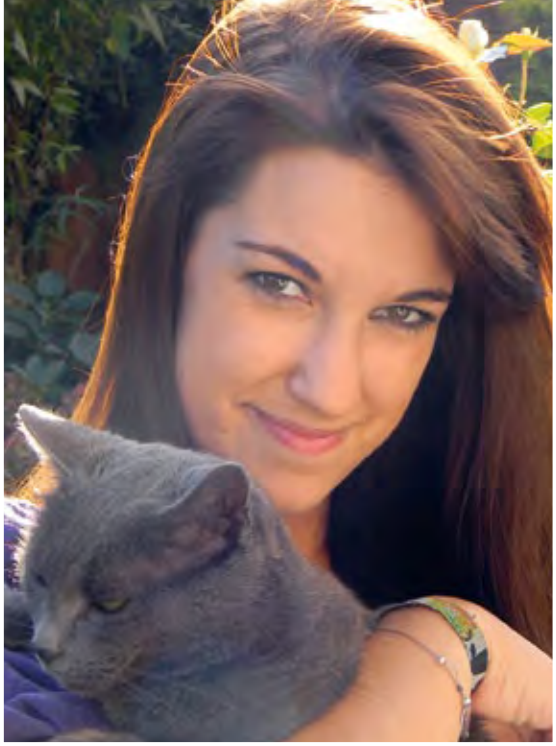
Nussbaum Medien in St. Leon-Rot bietet neben Amts- und privaten Mitteilungsblättern Berichte und Events aus der Region sowie Trailer und E-Paper. Auf der Online-Plattform Lokalmatador.de findet der User aktuelle Termine und Informationen aus der Rhein-Neckar-Region und der Technologieregion Karlsruhe. Ausgewählte Videoproduktionen der EC-Studenten werden hier präsentiert. EC-Studentin Madeleine Jardot sprach mit Marketingleiter Andreas Tews.

Nussbaum Medien ging den Weg von Print zu Online. Was hat Sie dazu bewegt, Ihr Unternehmen multimedial auszubauen?
Zu diesen Maßnahmen haben uns die Veränderungen der Märkte sowie die modifizierte Mediennutzung bewegt, außerdem die verminderte Printnutzung der Jugendlichen. Dies führt dazu, dass unsere Kunden ihre Zielgruppen auch online ansprechen möchten. Durch die Kombination aus Print und Online gelang es uns, unsere Zielgruppe zu erweitern.

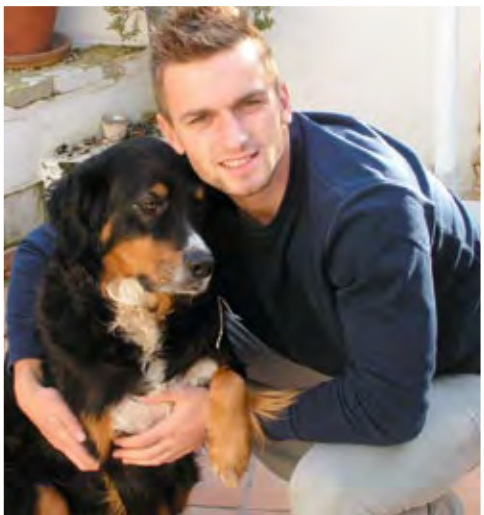
Wie betreibt Nussbaum Medien PR und Marketing?
Wir betreiben Werbung über unsere eigene Plattform und senden elektronische Newsletter an unsere Geschäftskunden. Einen weiteren wichtigen Bestandteil stellen Medienpartnerschaften dar. Hier lassen sich beide Unternehmen auf einen Tauschhandel von Medien-Leistungen ein. Einer unserer Medienpartner sind die Rhein-Neckar-Löwen. Diese lassen unseren Medienspot auf dem elektronischen Würfel in der SAP-Arena abspielen. Im Gegenzug drucken wir für unsere Partner Hinweise auf deren Heimspiele oder Top-Events in unseren Amtsblättern ab.

Wie sehen Sie die Zukunft der Printprodukte?
Print wird bei uns noch lange Basis-Kommunikationsmittel bleiben, gerade bei der Vereinskommunikation. Würde Nussbaum Medien seinen Markt nur auf Online-Mitteilungen und Medien spezialisieren, würde unserem Unternehmen sicher der Bekanntheitsgrad fehlen. Wir haben die Möglichkeit, unsere Online-Mitteilungen auch in den eigenen Printmedien bekannt zu machen.

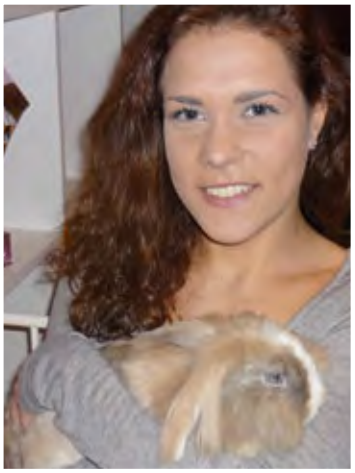
Können EC-Studenten ein Praktikum bei Nussbaum Medien absolvieren und eine Bachelorarbeit schreiben?
Ja, natürlich. Für uns ist es immer schön, den Studenten neue Praxiserfahrungen mit auf den Weg geben zu können und als Gegenleistung Impulse von jungen Menschen zu bekommen, die in der Ausbildung sind und sich gerne mit neuen Medien beschäftigen. Junge Leute helfen uns, nicht betriebsblind zu werden.



EC-Dozent Alexander Winkler mit Bonnie



PR-Dozentin Moni Liegmann mit Chico



ARD-Moderator und EC-Dozent
Holger Wienpahl mit Loona

EC-Student Kai Lachmann im Gespräch mit Comedian Chako

Authentisch zu sein, ist das Wichtigste

Interview mit Comedian Christian Habekost

Comedian Christian Habekost ist in Mannheim geboren, hat dort Germanistik, Anglistik und Politische Wissenschaften studiert und über karibische Performance und Musik-Dichtung promoviert. 1994 trat er als erster weißer Europäer beim Carneval in Trinidad und Tobago auf, was ihn auch in Deutschland bekannt machte. Es folgten TV-Auftritte als Kabarettist. 2004 tourte er mit Xavier Naidoo. EC-Student Kai Lachmann sprach mit Christian Habekost, genannt Chako.

Chako, du nennst dich selbst Brain-Comedian. War dir schon immer klar, dass du auf einer Bühne stehen wirst und Leute unterhältst?
Im Unterbewusstsein ja. Richtig klar war es mir aber nicht. Deswegen habe ich auch so viele akademische Vorstrafen angesammelt und sogar meinen Doktor gemacht. Aber ich war schon immer in der Familie und in der Schule de Kaschper.

Fallen dir die Witze einfach ein oder brütest du am Schreibtisch darüber?
Beides. Man hat immer eine starke Inspiration, wenn man Leute beobachtet. Beispielsweise bewege ich mich gerne auf Weinfesten, da entstehen die tollsten Sachen. Diese Situationskomik ist die eine Seite. Auf der anderen Seite arbeite ich oft wie im Steinbruch am Schreibtisch, wo ich mir die Gags aus dem Kopf ziehen muss.

Du bist in Mannheim aufgewachsen. Welche Bedeutung hat deine Heimatstadt für dich?
Monnem hat mich natürlich sehr geprägt. Die Stadt ist das Zentrum der Metropolregion Rhein-Neckar. Man findet dort alles, was eine Metropole ausmacht: Kultur, Konsum, Arbeitsplätze.

Du machst deine Sketche auf kurpfälzisch statt auf hochdeutsch. Warum?
Das hat sich langsam so entwickelt. Anfangs waren meine Programme nur auf hochdeutsch und das Pfälzische eine Färbung. Dann habe ich oft zwischen Mundartprogrammen und hochdeutschen Programmen abgewechselt, bis mir klar geworden ist: Nur mit Dialekt komme ich am authentischsten rüber und fühle mich am wohlsten. Des is äfach mei Herzblut. Do groovts am Beschde.

Du hast deinen Weg zum Erfolg geschafft. Hast du einen Tipp für Studenten, die einmal etwas erreichen möchten?
Das Wichtigste ist, immer authentisch zu sein. Das ist schon schwer genug in einer Gesellschaft, wo der Kommerz alles bestimmt und du sogar virtuell gemobbt werden kannst. Das beste Rezept lautet: Bleib du selbst.

Die Plakate des EC Europa Campus – präsent in Neckarau (li.) und Heidelberg.

EC-Studentin Julia Schwab mit Dietmar Hopp

Interview mit Dietmar Hopp

Eigentum verpflichtet – Reichtum noch mehr

Dietmar Hopp, Unternehmer, Sportmäzen und Gründer einer der größten deutschen gemeinnützigen Stiftungen, gibt Einblicke in sein Lebenswerk. EC-Studentin Julia Schwab sprach mit ihm.

Als Mitbegründer der SAP haben Sie Erfolgsgeschichte geschrieben. Sind Sie froh, dass Sie diesen Schritt gewagt haben oder gab es auch eine Kehrseite des Erfolgs?
Natürlich bin ich stolz, dass unser Mut, 1972 den Weg in die Selbständigkeit zu wählen, so reich belohnt wurde. Schließlich hatten wir kein Kapital, aber waren überzeugt von unserer Idee, die wir dann erfolgreich umgesetzt haben. Jedoch haben wir und auch unsere Familien einen hohen Preis dafür bezahlt, da wir lange Jahre so gut wie keine Zeit für die Familie hatten.

Sie haben bei einer Veranstaltung einmal gesagt: „Im Grundgesetz steht Eigentum verpflichtet, für mich Reichtum noch mehr." Was haben Sie damit gemeint?
Für mich persönlich habe ich diese Verpflichtung aus dem Grundgesetz freiwillig erweitert und damit gehofft, Nachahmer zu motivieren, ähnlich zu denken und zu handeln, um die Gesellschaft zu unterstützen.

Sie haben mit der Dietmar Hopp-Stiftung eine der größten Stiftungen Deutschlands gegründet und dreistellige Millionenbeträge gespendet. Was sind die Ziele dieser Stiftung?
Mit der Stiftung habe ich einen Großteil meines Vermögens, nämlich 2,9 Milliarden Euro, der Gesellschaft zur Verfügung gestellt. Heutzutage müssen immer mehr Menschen in Not leben und ich möchte helfen, diese Not zu lindern. Die Stiftung hat vier Hauptbereiche: Sport, Bildung, Medizin und Soziales. Das Spektrum reicht von Jugendsportförderung und Unterstützung von Kindergarten bis zur Universität, bis hin zur Förderung medizinischer Projekte, vor allem in der Krebsforschung und Kinderheilkunde, als auch der Fürsorge für ältere Mitbürgerinnen und Mitbürger. Insgesamt nähert sich die Stiftung einem Betrag von 300 Millionen Euro, die für gemeinnützige Zwecke aufgewendet wurden. Der Schwerpunkt meiner Förderaktivität liegt in der Metropolregion Rhein-Neckar, der ich mich besonders verbunden fühle.

Viele Menschen sind sehr stolz darauf, dass es dank Ihrer Hilfe mehrere Bundesligavereine in unserer Metropolregion gibt. Doch es gibt auch Neider. Wie gehen Sie damit um?
Ich versuche diese Anfeindungen zu ignorieren, bin aber enttäuscht, dass die meist weniger intelligenten 'Schreihälse' von durchaus intelligenten Leuten aufgestachelt werden, die ein völlig falsches Bild von mir verbreiten.

Sie investieren auch in Biotechnologie. Was sind Ihre Motive?
Mein Anreiz liegt in der Materie selbst und natürlich auch darin, Geld zu verdienen, um einen Investitionskreislauf in Gang zu halten, der jungen Firmen eine Chance einräumt, ihre tollen Ideen in die Praxis umzusetzen. Das schafft Arbeitsplätze und kann unserer Gesellschaft helfen weiterzukommen: Zum Beispiel mit der personalisierten Medizin, die es erlaubt, Prognosen über die Wirksamkeit von Arzneimitteln, insbesondere bei Krebs, zu stellen und damit Fehlbehandlungen mit all ihren negativen Begleiterscheinungen zu vermeiden.

Was ist Ihnen heute neben beruflichen Aktivitäten und Hobbys noch wichtig?
Natürlich die Familie und Freunde und die Hoffnung, dass es doch noch gelingen könnte, die Welt zu verbessern.

Was geben Sie jungen Menschen mit auf den künftigen Berufsweg?
Mit Ehrlichkeit, Fairness und Menschlichkeit seinen Mitmenschen und Kollegen begegnen. Konsequent an gesteckte Ziele glauben und diese erreichen, aber niemals auf Kosten anderer.

1. Karlsruher Werbenacht

Werbung ist die halbe Miete

Die Lichter gehen aus, langsam werden die Gespräche leiser, nur noch ein Flüstern ist zu hören, bis es schließlich ganz ruhig im Saal ist. Aufregung liegt in der Luft. Spannung. Vorfreude.

Im Rahmen der 1. Karlsruher Werbenacht zeigt der Kommunikationsverband Mittelbaden im Konzerthaus die besten internationalen Werbefilme der Cannes-Rolle sowie den vom Kommunikationsverband ausgeschriebenen Bewegtbildpreis „Die Klappe“. Astrid Wagner, Dozentin am EC Europa Campus und Vorstandssprecherin des Kommunikationsverbands Mittelbaden, gibt nach der Begrüßung das Wort an Bürgermeisterin Margret Mergen weiter. „Werbung ist inzwischen die halbe Miete, also nicht nur ein gutes Produkt herzustellen, sondern auch darüber zu reden. Die Werbebranche boomt und hier in der Technologieregion findet sie beste Voraussetzungen“, so Mergen.

Astrid Wagner, Vorstandssprecherin des Kommunikationsverbands Mittelbaden, bei einem TV-Interview während der 1. Karlsruher Werbenacht.

Bei der Präsentation der Werbefilme gab es für die Werbeschaffenden sicher einige Ideen und Anregungen für die eigene Arbeit. Nach dem offiziellen Teil hatten die Besucher Gelegenheit, sich auszutauschen und zu netzwerken.

„Es ist schön, über den Tellerrand zu schauen, es ist schön, in andere Länder zu schauen, wie dort Werbung gemacht wird“, sagt Wagner. Fest steht, dass diese Netzwerkveranstaltung im kommenden Jahr wieder stattfinden wird.

Gianna Busto

Sandkorntheater Karlsruhe

Menschen für das Theater begeistern

Prof. Dr. Siegfried Kreiner hat das Sandkorntheater vor über einem halben Jahrhundert gegründet. Mit seinem unverwechselbaren Temperament ist es zu einem erfolgreichen und vielseitigen Theater geworden. Das Sandkorntheater legt viel Wert auf Kinder und Jugendliche. „Die heutige Jugend für das Theater zu faszinieren, ist schwer, und deshalb bieten wir gesellschaftliche Themen, die auch Jugendliche beschäftigen“, erklärt Kreiner. Auf die Frage nach einer besonderen Marketingstrategie antwortet er: „Unsere Marketingstrategie ist die, dass ich mit meinem Charme viele Leute, auch in Bezug auf Sponsoren, an das Theater ziehe.“ Karlsruhe hat ein hohes Angebot an Veranstaltungen und deshalb muss man eine Nische finden, wofür man Menschen begeistern kann. Der Name Sandkorntheater beruht auf einer Kabarettrevue von Rudolf Otto Wiener, in der es heißt: „Fangt mit dem Sandkorn an, wenn ihr den Berg haben wollt, denn ohne das Sandkorn wächst auch kein Berg“.

Jennifer Volz

Prof. Dr. Siegfried Kreiner zeigt EC-Studentin Jennifer Volz die Requisiten des Sandkorntheaters.

Foto: Laserkraft

Laserkraft 3D – mit voller Kraft die Charts erobert

Laserkraft 3D, das sind zwei Jungs, die durch ihren Track „Nein Mann" einen Top-10-Hit in den deutschen Singlecharts erzielten und eine neue Clubhymne erfunden haben. Der Mannheimer Niels Reinhard fing mit 17 Jahren an, Musik zu machen und als DJ aufzulegen. Gleichzeitig produzierte er selbst Musik. Tim Hoffmann aus Kaiserslautern ist für den Gesang zuständig. Er war Frontsänger in einer Kaiserslauterner Rockband. EC-Student Tim Leuthner sprach mit Reinhard.

Auffällig sind bei euren Auftritten die neonfarbenen Outfits. Was hat euch dazu inspiriert?
Da ich ein kreativer und offener Mensch bin, experimentiere ich schon seit meiner Grundschulzeit am Computer. Dort habe ich schon immer gern Filme geschnitten, Fotos bearbeitet und verschiedene Effekte verändert. Ich bin dort einmal auf den Effekt gestoßen, alles etwas farbiger zu gestalten. Die Neonfarben! Seit diesem Zeitpunkt experimentiere ich mit diesen Farben.

Wie seid ihr auf den Namen Laserkraft 3D gekommen?
Der Name Laserkraft 3D ist auf kuriose Weise entstanden. Als Tim und ich vor ein paar Jahren in Finnland waren, begegneten wir auf einer Midsommernachtsfest-Party einem Typen, der sich nackt vor uns auszog. Er hatte ein beeindruckendes Tattoo: eine Schlange, die sich über seinen rechten Oberarm schlängelte und mit den Laserstrahlen, die sie aus ihren Augen schoss, ein Auto zum Explodieren brachte. Unglaublich. Pure Laserkraft. Als wir dann schon mal bei einem solchen Namen gelandet sind, war das 3D im Namen nur noch das i-Tüpfelchen des Trashs.

Wie inspiriert ihr euch neu oder fliegen euch die Ideen immer zu?
Auf keinen Fall fliegen uns die Ideen einfach zu. Man muss sein Köpfchen anschalten, sensibel für seine Umwelt und die Musik sein, um Ideen entwickeln zu können, die nicht in eine vorgefertigte Schablone passen. Das ist uns wichtig. Uns inspirieren im Allgemeinen zum Beispiel Autofahrten, Filme, Inditronic- und Rockmusik, Zoobesuche und aggressive Hunde, die mit Babykatzen spielen.

Was können eure Fans in nächster Zeit von euch erwarten?
Wir haben verschiedene Remixe für Künstler wie DaFresh, Tube&Berger sowie ATB fertiggestellt und werden uns erstmal für einen Monat ins Ausland absetzen, um dort an unserem Album zu schreiben. Wie das genau klingen und wann es erscheinen wird, wissen wir noch nicht. Wir werden wohl noch einige inspirierende Zoobesuche tätigen müssen, denn wir wollen ein Album veröffentlichen, das uns voll und ganz gefällt.

Badischer Rennverein

Galopprennsport mit Tradition

Eine Glocke ertönt. Menschen schreien, jubeln. „Los, All Good Cowboy! Du schaffst das!“ Hüpfend, den Hut fast verlierend und mit einem Wettzettel in der Hand, schreit sich eine Frau fast die Stimmbänder aus dem Hals. Ihr Gesicht ist verkrampft. Die Pferde preschen über die Grasbahn – Erdbrocken spritzen. Der Schrei-Pegel scheint seinen Höhepunkt erreicht zu haben, als das Pferd die Ziellinie überquert. „Jaaaaa! Gewonnen!“ Szenen eines Pferderennens auf der Waldrennbahn in Mannheim. Stefan Buchner, Fachanwalt und Präsident des Badischen Rennvereins, ist mit der Entwicklung zufrieden: „Die Atmosphäre hier in Mannheim ist wie immer atemberaubend. Pferderennen stellen eine ganz besondere Beziehung zwischen Mensch und Pferd her. Es macht den Leuten Spaß, ein Teil dieser ganz besonderen, eleganten Community zu sein.“ Auch heute noch veranstaltet der Badische Rennverein Pferderennen, sei es auf der Waldrennbahn in Seckenheim oder als Mai-Rennen im Rahmen des Mannheimer Maimarktes. Buchner lud die EC-Studenten auf die Rennbahn Mannheim-Seckenheim ein, um sich live von der Spannung eines Rennens zu überzeugen. Künftig wird er den Studenten als Dozent sein Wissen vermitteln.

EC-Student Joshua Hildebrand im Gespräch mit Stefan Buchner, Präsident des Badischen Rennvereins. Foto: Stefan Huber

Joshua Hildebrand

Manuel Gulde

Vorbild für Jugendfußballer

Manuel Gulde lebt den Traum vieler Jugendfußballer: Er will Profifußballer werden und steht bei der TSG 1899 Hoffenheim im Profikader unter Vertrag. Guldes Geheimnis: Einfach Fußballspielen.

Das Fußball-ABC lernte er im Alter von fünf Jahren bei der SC Pfingstberg-Hochstätt. Über die C-Jugend vom VfL Neckarau wechselte er in der B-Jugend zur TSG Hoffenheim. Gleich in seiner Premierensaison in der B-Jugend Bundesliga-Süd wurde er deutscher Meister, außerdem zeichnete ihn der DFB mit der Fritz-Walter-Medaille in Gold zum besten Nachwuchsspieler seines Jahrgangs aus.

Ein zweites Standbein baut er sich auf, denn er studiert. In seiner Jugendzeit hat er auf vieles verzichtet, um später einmal seinen Traum vom Fußballprofi zu verwirklichen. „Ich habe ein Talent vom lieben Gott bekommen. Ich hätte auch einen anderen Sport gemacht, wenn ich das Talent dazu hätte.“ Der gebürtige Mannheimer schöpft die Kraft aus dem Leben, um immer wieder bei Rückschlägen weiterzumachen. „Geschafft habe ich es noch nicht. Derjenige, der meint etwas zu sein, hat aufgehört, etwas zu werden“, sagt Gulde. Der Innenverteidiger möchte sich langfristig einen Stammplatz in der Mannschaft erkämpfen. Auf die Frage, was die wichtigsten Eigenschaften sind, um im Fußball richtig gut zu werden, antwortet er: „Man muss an sich arbeiten, an sich glauben, was ich nicht immer tue, und widerstandsfähig sein.“ In seiner Freizeit geht er ins Kino oder setzt sich mit Freunden an die Playstation. Eine Zukunft mit Perspektive steht für Gulde bevor, seine Fans sind gespannt wohin sein Weg führt.

Miroan El Quitar

EC-Student Miroan El Quitar mit Fußballprofi Manuel Gulde in Mannheim.

EC-Studentinnen Julia Schwab (li.) und Cyra Philippi mit Adler-Trainer Harold Kreis in der Trainingshalle der SAP Arena.

Interview mit Harold Kreis

Ready to win

891 Eishockeyspiele, 2 Meistertitel und 628 Strafminuten stehen auf dem Konto von Harold Kreis, Trainer der Adler Mannheim. Nach 19 Jahren als Spieler bei den Adlern kam er zur Saison 2010/11 als Trainer zurück nach Mannheim. EC- Studentin Cyra Philippi sprach mit ihm.

Mannheim zieht sich durch Ihren Lebenslauf. Bietet Ihnen die Stadt eine Heimat?
Ich habe so lange hier gespielt und viel erlebt. Aber Heimat kann ich nicht sagen. Ich habe zwar fast meine gesamte Spielerkarriere in Mannheim verbracht und meine Kinder sind hier aufgewachsen, ich war aber auch lange Zeit an anderen Orten. Aber diese Stadt ist sicher der Ort, der mir am vertrautesten ist.

Wo sehen Sie sich am Ende der Saison?
Es spielen viele Faktoren eine Rolle, wie Verletzungen oder Formschwankungen. Es geht dann darum, die guten Phasen auszudehnen und die schlechten Phasen zu verkürzen. Die Mannschaft versteht sich, der Teamgeist ist sehr gut und unser Ziel ist es, um die Meisterschaft zu spielen.

Sie wurden sowohl als Spieler Meister als auch in der Schweiz als Trainer. In welcher Position feiert sich ein Erfolg am besten?
Hat man die Möglichkeit als Spieler Meister zu werden, ist das etwas Besonderes. Das ist sicherlich die schönste Zeit, weil du einfach eine ganz andere Beziehung zur Mannschaft und deinen Mitspielern hast, aber natürlich gewinne ich auch sehr gerne Meisterschaften als Trainer.

Spielen Sie in Ihrer Freizeit noch Eishockey?
Abgesehen von Tischeishockey mit meinem Sohn nicht mehr. Aber Sport treibe ich immer noch, ich spiele Golf und laufe gerne.

Fans können den Rücken stärken, sich aber auch lautstark beschweren. Wie geht man als Team mit wütenden Fans um?
Die Adler sind ein Club, auf den die Fans stolz sind, die Eishockey wirklich leben und lieben. Lieber setzen sie sich mit den Leistungen auseinander, als dass sie sich gar nicht interessieren. Das erhöht selbstverständlich den Druck, das muss man wissen, wenn man als Spieler nach Mannheim kommt. Sie schauen einem genau auf den Teller. Aber wenn es gut läuft, hast du auch dementsprechend Begeisterung bei den Fans.

SPORTSCHULE KWAK
> Taekwondo
> TaeBo / X-Do
> Fitness
> Vibrationstraining
Bei Vorlage dieser Anzeige bis zum 30.09.2012 schenken wir euch die Aufnahmegebühr von 20,- Euro.
SPORTSCHULE KWAK Merianstr. 6(Messplatz) 75172 Pforzheim
Sport-und Freizeitzentrum Karlsruhe Tullastr. 44 76131 Karlsruhe
www.kwak-sport.de
Besuchen Sie uns auf Facebook!

Georg Thoma: Es war das, was ich konnte

Georg Thoma ist der bislang erfolgreichste Schwarzwälder Sportler aller Zeiten. Neben 19 deutschen Meisterschaften in Skisprung und nordischer Kombination, einer olympischen Bronzemedaille 1964, dem Gewinn der Ski WM 1966, dem Goldenen Schuh und der Wahl zum Sportler des Jahres 1960 war sein größter Erfolg die olympische Goldmedaille in der Nordischen Kombination von Squaw Valley 1960. Thoma ist stolz auf den dreimaligen Sieg bei den Holmenkollen Winterspielen und die damit verbundene Auszeichnung mit dem Holmenkollen Orden 1963. Diesen Orden bekam er als erster Deutscher persönlich von Kronprinz Harald verliehen. Auf die Frage, wann er seine Karriere beendet habe, antwortet er stets mit einem Lächeln: „Ich habe sie noch nicht beendet.“ Nach 1966 holte er acht Senioren-WM-Titel. Eines seiner Lieblings-Sportevents ist der 100-Kilometer-Rucksacklauf von Schonach im Schwarzwald auf den Belchen. Diesen Wettkampf gewann Thoma viermal und hält heute noch den 1981 aufgestellten Rekord von 5:51 Stunden: „Da muss man ganz anders leben und trainieren, das stellt alles andere in den Schatten.“ Thoma, der 1937 in Hinterzarten im Schwarzwald geboren wurde, musste mit acht Jahren von zu Hause weg, um auf einem Hof zu arbeiten. „Der Brotkorb hing hoch“, erinnert er sich. Da sein Schulweg täglich zwölf Kilometer betrug und im Winter unzugänglich war, schnallte sich Thoma Skier an die Füße und kam so zu seiner Paradedisziplin, dem Langlauf. Auch heute noch ist der 74-Jährige aktiv, so nimmt er immer noch jedes Jahr am Kirchzartener Ultra-Bike-Marathon teil und führt Touristen bei Schneeschuhwanderungen über den Feldberg. Seiner Heimatgemeinde Hinterzarten blieb Thoma immer treu und arbeitet heute ehrenamtlich für das Schwarzwälder Skimuseum in Hinterzarten.

EC-Student Clemens Buhl mit Georg Thoma im Skimuseum in Hinterzarten.

Georg Thoma gewinnt die Goldmedaille in der Nordischen Kombination 1960 in Squaw.

Clemens Buhl

Auf den Spuren von Oliver Kahn

Marian Ferlein ist Torwart der U18-Mannschaft des Karlsruher SC

Täglich 16 Stunden außer Haus sein, nebenher das Abitur machen und den Sprung zum Fußballprofi schaffen – viel Freizeit bleibt da nicht. Marian Ferlein nimmt dies in Kauf, um sich seinen Traum zu erfüllen. „Klar ist das manchmal stressig, aber man gewöhnt sich daran. Schließlich ist es genau das, was ich mir immer gewünscht habe“, berichtet der U18-Torwart des Karlsruher SC (KSC), dessen Tag viermal pro Woche nach diesem Muster abläuft.

Der 17-Jährige spielt seine dritte Saison beim KSC. Er hofft, eines Tages in die Fußstapfen von Welttorhüter Oliver Kahn zu treten, der ebenfalls aus der Jugend der Badener stammt. „Von dieser Karriere träumt jeder Fußballer. Beim KSC habe ich dafür ideale Voraussetzungen“, sagt Ferlein. Im aktuellen Kader des Zweitligisten stehen 15 Spieler unter 25 Jahren. Auch in Zukunft soll der Fokus auf die eigene Jugend gerichtet bleiben, die speziell ausgebildete Trainer gezielt fördern. „Das Ziel eines jeden Torwarts ist es, in der Bundesliga unterzukommen“, erklärt Ferleins Torwarttrainer Kai Rabe. Sein Schützling fühlt sich dabei von seinem Verein perfekt unterstützt, auch weil „einem die ein oder andere Schwächephase verziehen wird“, wie er sagt. Voraussetzungen für eine erfolgreiche Karriere als Fußballer sind laut Ferlein neben Talent persönliche Eigenschaften wie Selbstvertrauen, Disziplin sowie der unbedingte Wille, sich ständig verbessern zu wollen und sich nie mit dem Erreichten zufrieden zu geben. Ferlein besucht das Otto-Hahn-Gymnasium, das mit dem KSC kooperiert. „Ein Fußballer braucht immer einen Plan B, falls es mit der Profikarriere nicht klappen sollte“, empfiehlt Ferlein. Nach dem Abitur könnte er sich ein Wirtschaftsstudium vorstellen.

Luca Kraus

Marian Ferlein vor seinem Vorbild Oliver Kahn – leider nur ein Plakat

Ein Team mit dem Pferd bilden

EC-Studentin Julia Schwab ist Springreiterin

„Wenn man sein Pferd auf seiner Seite hat und es einem vertraut, ist vieles einfacher, weil man nur so ein richtiges Team bildet – und das ist die Basis für den Erfolg“, sagt EC-Studentin Julia Schwab. Sie hat schon viele Siege und Erfolge auf ihrem Konto verbucht. Seit dem vergangenen Jahr ist sie in der schwersten Klasse, dem S-Springen, angelangt.

Mit drei Jahren saß sie zum ersten Mal mit ihrer Mutter auf einem Pferderücken, mit fünf Jahren ritt sie alleine. An ihrem ersten Turnier nahm Schwab mit sieben Jahren teil. „Schon damals habe ich gemerkt, dass mir das Springreiten liegt und viel Spaß macht“, sagt sie. Ein Highlight im vergangenen Sommer war für die Studentin, einige Wochen auf dem Gestüt von Ludger Beerbaum zu verbringen und so mit den besten Reitern der Welt zu trainieren. Schwabs Ziel ist es, an internationalen Turnieren teilzunehmen. „Ich lege viel Wert auf die persönliche Beziehung zu meinen zwei Pferden und verbringe viel Zeit mit ihnen“, sagt sie. Ganz gleich, welche Pläne Schwab in Zukunft umsetzen wird, eines ist sicher: Pferde werden immer dabei sein.

Robin Wagner

EC-Studentin Julia Schwab mit ihren Pferden Emily (li.) und FBW Indigo

EC-Studentin Julia Schwab bei einem Springreitturnier

Sportschule Kwak:

Körper und Seele fit halten

EC-Studentin Vera Baach trainiert zwei- bis dreimal pro Woche in der Sportschule Kwak in Pforzheim und Karlsruhe Tae-Bo, eine Sportart, die aus drei weiteren besteht: Taekwondo, Boxen und Aerobic. „Dieser geniale Mix hilft nicht nur beim Stressabbau, sondern hält auch Körper und Seele fit“, sagt Baach. Die Sportschule bietet Sportarten für Groß und Klein und ist bekannt für ihre Erfolge bei Wettkämpfen.

Taekwondo-Großmeister Kum-Sik Kwak gründete die Sportschule und führt diese mit seinem Sohn Kyunk-Jin Kwak. „Sport ist meine Leidenschaft“, sagt Kwak, der es schaffte, sein Hobby zu seinem Beruf zu machen. Er verfügt über den Neunten Dan, einen Rang, der bisher deutschlandweit nur fünfmal vergeben wurde. Um diesen zu erlangen, sind ein Mindestalter von 45 Jahren und eine Vorbereitungszeit von acht Jahren vorgeschrieben. „Durch Taekwondo spürt der Mensch die Vollkommenheit seines Körpers“, betont Kwak, „die Sportart hilft dem Menschen, sich selbst zu finden, es besteht weder Sieg noch Niederlage.“

Vera Baach

EC-Studentin Vera Baach beim Tae-Bo-Training

Die DJK-Giants beim Training in der KIT Sporthalle

Weg von der Norm

Trendsport in der Region

Egal, ob es Farbkugeln sind, die mit 200 Stundenkilometern durch die Luft fliegen, oder man mit dem Gleitschirm gleich ganz vom Boden abhebt, wie Marcus Rahn, Technikexperte bei EC Europa Campus, Trendsport darf vieles sein, nur eines nicht: langweilig.
Schon eine Veränderung des Austragungsortes kann eine traditionelle Sportart zu einem Trendsport machen, so lehrt es EC-Dozent Dr. Edgar Unger in seinem Modul „Medien, Sport und Gesellschaft“. Bestes Beispiel hierfür ist Beachvolleyball. Im Vergleich haben die Trendsportarten kleinere Teams oder sind Einzelsportarten. Immer weniger Menschen wollen sich an einen Verein binden oder können dies nicht, weil sie mehrere Sportarten betreiben. Vor allem Jugendliche wollen sich durch neue Sportarten von der Masse abheben und provozieren dabei.
Das auch als Unihockey bekannte und in den skandinavischen Ländern beliebte Floorball ist ein schneller Trendsport. Es wird in einer Halle und, je nach Feldgröße, mit vier bis sechs Spielern pro Mannschaft gespielt. Der Sport ist anstrengend, so werden alle Feldspieler nach kurzer Zeit ausgewechselt. Der Ball wird meist auf Kniehöhe geschlagen. „Die Verletzungsgefahr ist nicht höher als bei anderen Hallensportarten“, sagt Manuel Kammerer, Trainer bei den DJK Giants Karlsruhe, „ich habe im Training noch keine Platzwunden gesehen.“ Die Giganten haben den Verein Anfang 2010 aus einer Hochschulsportgruppe gegründet und haben über 50 Mitglieder.
Aufregend kann auch Longboarden sein, eine Mischung aus Snow- und Skateboarden, wenn die Fahrer steile Bergstraßen im waghalsigen Tempo runterrauschen, sie sagen „bomben“ dazu. Viele genießen aber einfach nur ein entspanntes Dahingleiten, wie Student Kidian Patanant: „Ich genieße es, nachts durch die Stadt zu cruisen. Die Straßen sind um diese Zeit von Autos wenig frequentiert und man kann sich fast ohne Einschränkungen durch Verkehr ausleben.“

Pascal Monden

Joggen war gestern

Slim Chance, Backrollblind, Half Cab, schon der Name einiger Tricks lässt auf waghalsige Manöver schließen. Beim Wakeboarding lässt sich der Sportler an einem Seil hinter einem Boot oder einer Seilbahn über das Wasser ziehen. Interessant wird es jedoch, wenn Rampen und meterhohe Sprünge hinzukommen. „Das Elternhaus nur fünf Minuten vom See entfernt, da habe ich die großen Jungs mit den Brettern durch die Luft fliegen sehen und gedacht: Ich will auch...“. Tobias Dammith, dreifacher Deutscher Meister und Wakeboard-Pro-Fahrer aus Mannheim, übt seit 14 Jahren leidenschaftlich diesen Sport aus. Beim WSC Mannheim am Rheinauer See ist er zu Hause.

Tobias Dammith in seinem Element

Würfe über 50 Meter, schnelle Körpertäuschungen und Körperkontakt gehören ebenso wie Teamwork und Taktik zum Ultimate Frisbee. Gespielt wird auf einer Fläche, die etwa so groß ist wie ein Fußballfeld. Der Spielverlauf ist dem des Football ähnlich. Ziel ist das Fangen der Frisbee in der gegnerischen Endzone. Einen Schiedsrichter gibt es dabei nicht, denn eines steht beim Ultimate Frisbee immer im Vordergrund: Fairplay und Respekt vor dem Gegner.
„Die Vereinigung der Elemente unterschiedlichster Sportarten macht diesen Sport so attraktiv“, so Louis Cartarius, Ultimate-Frisbee-Spieler aus Mannheim. Auf fast jeder größeren Rasenfläche Mannheims finden Spiele statt. Treffen vereinbaren die Spieler durch die Facebook-Gruppe „Ultimate Frisbee Mannheim“ .

Paintballspieler in voller Montur

Beim Paintball spielen zwei Teams mit je fünf bis zehn Spielern gegeneinander. Ziel ist es, seine Gegenspieler per Druckluftmarkierer zu treffen. Treffer befinden sich sichtbar per Farbkugeln markiert am Anzug. Damit man den Schüssen nicht wehrlos ausgeliefert ist, gibt es mannshohe und luftgefüllte Kunststoffhindernisse, hinter denen man sich in Deckung bringen kann. „Taktik, Schnelligkeit, Teamwork - das ist Paintball“, sagt Max Pietrek, Paintball-Newcomer aus Mannheim.

Sebastian Tapinos

EC-Student Cem Hancioglu ist fasziniert von Parkour.

Körperbeherrschung durch Parkour, Tricking und Freerunning

Movement – das sind Sam Vogel, Moritz Arndt, Andreas Queck, Jesko Becker und Kay Koch. Seit vier Jahren ist Karlsruhe für die Gruppe ein großer Spielplatz. Springen, Klettern, Saltos, Sprünge, Flickflacks und Rollen gehören zu den Trendsportarten Parkour, Tricking und Freerunning dazu.
Hindernisse, wie Mauern, Stangen, Schienen, Straßen, Gebäude und Bäume überwinden sie spielend. So ist das Motto beim Parkour, den Körper so schnell wie möglich von Punkt A zu Punkt B zu bringen und dabei fließend über Hindernisse zu gelangen. „Zu Beginn ist die Überwindung noch recht groß, aber mit zunehmender Übung wird sie immer geringer“, sagt Koch.

Tricking ist eine Mischung aus den Kampfsportarten Capoeira, Karate, Taekwondo und Kung-Fu, aber auch aus Breakdance und Turnen.
Freeruning versucht gezielt, akrobatische Elemente, die im Parkour ausgeschlossen werden, einzubringen. Dabei ist nicht mehr unbedingt der schnelle und direkte Weg das Ziel, sondern seinen Körper auf extreme Art und Weise in die Natur einzubringen.
Bei allen drei Sportarten ist es das Ziel, die vollständige Körperkontrolle zu erreichen. „Wir setzen uns in jedem Training mit unserem Körper auseinander, versuchen ihn immer wieder in andere Richtungen zu lenken und dabei stets die Kontrolle zu bewahren“, sagt Koch.

Die Trainingseinheiten planen sie kurzfristig über Facebook, denn wenn das Team nicht in der Waldstadthalle trainiert, müssen sie erst einmal die Wetterlage checken, bevor sie im Freien trainieren können.

Cem Hancioglu

Leidenschaft Lacrosse

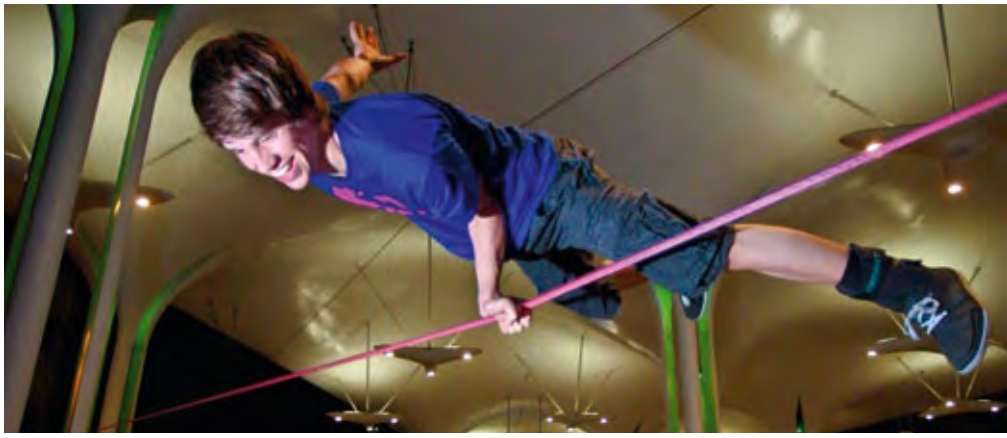
Für EC-Studentin Elena Ehreiser ist Lacrosse mehr als ein Hobby. Der Ballsport ist Leidenschaft für sie. Lacrosse wird von zwei Teams gespielt, wobei jeder Spieler einen so genannten Stick hat, bestehend aus Shaft, Head und Stringing. Mit diesem Stick versucht der Spieler den Ball zu fangen, zu führen und in das gegnerische Tor zu spielen. Ihr Verein, die TSG 78 Heidelberg, spielt in der 1. Bundesliga Süd. Zum Lacrosse kam sie durch ein Praktikum in Philadelphia.

Eva Weigand

Slackline – Akrobatik auf schmalem Band

Balance, Körperspannung, Konzentration und eine gute Portion Mut sind nötig beim Slacklinen. Der 20-jährige Josua Schmid läuft auf einem schmalen Band, macht darauf Sprünge und Kunststücke. Im vergangenen Jahr gewann Schmid den Secret Talent Award. Er schickte ein Video ein, auf dem er und sein Cousin beim Slacken zu sehen sind. Die You-Tube-User konnten für die besten Filme voten.
Eine Slackline ist ein durchhängendes Band. Kletterer, die auf ihren alten Kletterseilen balancierten, legten den Grundstein für diese Trendsportart. Seit über zwei Jahren übt Schmid auf der Line. Er wurde auf einem Event darauf aufmerksam. „Ich dachte am Anfang, das schaffst du nie, Josua. Doch als meine Schwestern plötzlich über die ganze Line kamen, wurde der Ehrgeiz in mir geweckt“, sagt er. Schmid kaufte die erste Line, und von da an trainierte er viel. Nach einer Weile lernte er die ersten Tricks und schon bald immer wagemutigere Sprünge. Heute sponsert ihn Elephant Slackline, ein Unternehmen, das Slacklines herstellt und verkauft. Sein Können kann man bei Events bewundern.
Bei einem Sport, bei dem es auf Geschicklichkeit und Präzision ankommt, bleiben Unfälle nicht aus. Schmid kam einmal zwischen zwei Matten auf und übertrat dabei sein linkes Sprunggelenk, und das Außenband riss. Ein anderes Mal blieb er mit dem Bein an der Line hängen, das Knie wurde verdreht, das Innenband riss. Trotz allem macht er weiter: „Mich fasziniert das Gefühl, auf einem dünnen Band solche Tricks zu machen.“

Verena Hein



Campaigning for Change

EC-Dozent Andreas Graf von Bernstorff gibt seine Erfahrung weiter

„Schauen Sie aus dem Fenster. Wenn Sie Glück haben, sehen Sie einen schönen Baum. Er soll gefällt werden. Was tun Sie dagegen, mit wem reden Sie zuerst, und wer entscheidet am Ende? Wenn Sie keine schönen Bäume sehen, können Sie welche pflanzen. Mit wem tun Sie das, und wen müssen Sie überzeugen – oder neutralisieren?“ Mit diesen Worten beginnt die „Einführung in das Campaigning“, kürzlich im Heidelberger Carl-Auer-Verlag erschienen. Zuerst führt der ehemalige Heidelberger Landtagsabgeordnete und langjährige Greenpeace-Kampagnenmacher in das Handwerk des Campaignings ein, dann die Planung und Anwendung. Das erste Kampagnenbuch mit systemischem Ansatz, das gleichzeitig Prinzipien des altchinesischen Strategiedenkens – siegen ohne zu kämpfen – reflektiert.

PR-Urgestein Wolfgang Reineke

Wolfgang Reineke gilt als Urgestein der deutschen PR-Geschichte. Unternehmen wie Michelin, Goodyear und Mercedes Benz sowie amerikanische Konzerne zählen zu seinen Kunden. Stilecht mit Zigarre stellt sich der 71-Jährige den Fragen von EC-Studentin Magdalena Effmert.

Wie kamen Sie zur PR-Beratung?
Nach meinem Politikstudium war ich viele Jahre auf politischer Ebene aktiv. Im Presse- und Informationsamt war ich für die soziale Marktwirtschaft, Außen- und Sicherheitspolitik zuständig, von dort habe ich wichtige Kontakte zur Industrie entwickelt. Außerdem war ich Landesgeschäftsführer der Arbeitsgemeinschaft demokratischer Kreise.

Sehen Sie sich als Urgestein der PR?
Ich sehe mich eher als einer, der Ideen herausragender Persönlichkeiten weiterträgt und sie situativ weiterentwickelt. So zum Beispiel von Albert Oeckl, der die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit bei der BASF aufgebaut hat und Mitbegründer der Deutschen Public Relations Gesellschaft war. Ich kann aber schon sagen, dass ich bei der Anerkennung der PR als Managementfunktion im Rahmen der Gesamtkommunikation mitverantwortlich war.

Was sind bezeichnende Faktoren einer Krise?
Die Zeit entscheidet. Man muss schnell reagieren, was oft schwierig ist, da der Druck wächst. Entscheidungen werden verlangt. Die mediale Präsenz ist auf einmal sehr hoch. Das bedeutet zusätzlichen Stress.

Worin besteht die Problematik für das Unternehmen?
Das Unternehmen kann schnell an Glaubwürdigkeit, Vertrauen und Akzeptanz verlieren. Das schlägt sich dann natürlich auch im Umsatz nieder. Bei einer Krise muss man schnell, offen und verantwortungsbewusst sein. Durch Erreichbarkeit und Ehrlichkeit muss man Klarheit schaffen. Das Schlimmste ist, überhaupt nicht zu reagieren. Jeder Zeitverlust kann Spekulationen hervorbringen, die es zu vermeiden gilt.

Hat PR-Geschichte geschrieben: Wolfgang Reineke.

Kann zu viel Ehrlichkeit nicht auch negative Folgen haben?
Natürlich kann einen niemand zwingen, sich selbst ans Messer zu liefern. Krisen entstehen oft erst aus einer Lüge oder Vertuschungsversuchen. So gehören für mich Fakten auf den Tisch, solange sie einen nicht unnötig selbst belasten.

Welche Voraussetzungen sollte ein PR-Student besitzen, um erfolgreich arbeiten zu können?
Er sollte auf jeden Fall Durchsetzungsvermögen mitbringen. Er sollte außerdem authentisch, selbstbewusst und dialogbereit sein. Es kann auch nie schaden, wenn man Fragen stellen und zuhören kann.

Fotos: BASF

Elisabeth Schick: Leitfigur der BASF-Unternehmenskommunikation

„Zeigen Sie Eigeninitiative, nutzen Sie jede Chance, um Erfahrungen im Journalismus und der Kommunikation zu sammeln“, rät Elisabeth Schick EC-Studenten, die in der Unternehmenskommunikation Fuß fassen wollen. Sie muss es wissen: Schick ist Senior Vice President des Bereichs „Communication und Government Relations“ der BASF-Gruppe und Unternehmenssprecherin des Jahres 2010.

Ihr jüngster Erfolg liegt nicht lange zurück. Im vergangenen Oktober ist das Online-Business-Netzwerk connect.BASF mit dem Internationalen Deutschen PR-Preis ausgezeichnet worden. Das Online-Business-Netzwerk unterstützt seine Mitarbeiter unternehmensintern, sich weltweit zu vernetzen, Wissen auszutauschen und effizienter zusammenzuarbeiten. connect.BASF nutzen laut Schick 30 Prozent der Mitarbeiter, um teamübergreifende Aufgaben in Communities zu organisieren. Auch andere interne Social-Media-Werkzeuge wie Blogs, Diskussionsforen oder Wikis integrieren sich dort immer häufiger. „Darauf sind wir sehr stolz“, betont Schick.

Sie studierte in Freiburg, Tokio und Marburg Japanologie und Geschichte und arbeitete nebenbei als freie Mitarbeiterin bei Zeitungen und beim Fernsehen. Ihre Karriere bei der BASF begann 1993 mit einem Volontariat in der Unternehmenskommunikation. 2010 zeichnete der „Wirtschaftsjournalist“ sie als Unternehmenssprecherin des Jahres aus. Sie führt alle Kommunikationseinheiten der BASF-Gruppe und ist direkt verantwortlich für Themenschwerpunkte wie Marke, Pressearbeit, interne und externe Kommunikation sowie Soziale Medien.

Schick zufolge ist ein offener und transparenter Dialog mit der Öffentlichkeit grundlegende Voraussetzung für eine gute Unternehmenskommunikation und unterstützt den geschäftlichen Erfolg. Kommuniziert werden sollen einheitliche Botschaften mit einer Stimme: „Egal, wer wo anfragt, er erhält die gleichen Antworten.“

Natürlich solle man nicht nur einseitig Botschaften absetzen, sondern wissen, wie man beim Publikum ankommt, betont Schick. Soziale Medien sind fester Bestandteil des Kommunikationsmixes und stellen eine exzellente Plattform für einen offenen Dialog mit der Zielgruppe dar. „Außerdem zielen unsere Maßnahmen auch darauf ab, die Sichtbarkeit des Unternehmens zu steigern und die Marke BASF als „The Chemical Company“ zu stärken“, erklärt Schick.

Dementsprechend ist die Personalabteilung der BASF mit Profilen auf Facebook und Twitter vertreten, so dass ein direkter Zugang zu den Digital Natives, also jungen, webaffinen Menschen, die am Anfang ihres Berufslebens stehen, möglich ist. Ihnen will sich die BASF-Gruppe als offenes Unternehmen und natürlich auch als potenzieller Arbeitgeber nahe bringen. Seit Oktober 2010 bietet die BASF mit dem Social Media Newsroom unter newsroom.basf.com einen weiteren Informationsservice für Journalisten, Blogger und Markenfans im Internet.

Die BASF-Gruppe bietet EC-Studenten Praktikumsplätze sowohl in der Unternehmenskommunikation als auch in anderen Abteilungen des internationalen Unternehmens an.

Peter Zielinski

Ein paar Geigen hab‘ ich ja noch

Er ist als „der Zauberer“ bekannt. Schmitto Kling zaubert mit seiner Musik und seinen Geigen. Eine Musik, die es so kaum noch gibt. Der 65-Jährige verkörpert den Sinti-Jazz wie kein anderer.

„1965 ging es offiziell los. Die Medien zeigten Interesse. Das war für die Entwicklung des Sinti-Jazz ganz wichtig“, sagt Kling.

Ein Mann, viele Geigen, noch mehr Musik und Leidenschaft – Schmitto Kling

Im Ausland hatten bereits Django Reinhardt und andere Sinti und Roma eine Plattform für ihre Musik gefunden. Die Resonanz war überwältigend.

„Bei den ersten Auftritten mit meinem Bandkollegen Schnuckenack Reinhardt hat man gesehen, dass das etwas ist, das den Leuten gefällt. Die Konzertsäle waren immer überfüllt.“ 1991 war die Band in Minnesota. Dort kannte damals niemand diese Musik. „Und dann wurden wir am dritten Tag in ein größeres Zelt verlegt. Wir waren was Besonderes.“ So besonders, dass sie sogar zu Ehrenbürgern ernannt wurden.

Den Ursprung für die Festivalkultur sieht Schmitto Kling allerdings nicht in seiner Musik verankert. „Festivals gab es ja schon immer. Dort trifft man alle Kulturen. Das ist neben der Musik auch der Sinn der Sache.“ Trotzdem werden die Engagements seit einiger Zeit knapper. „Ein paar Geigen hab ich ja noch, die reichen wohl noch eine Weile“, sagt der Geigenbauer scherzhaft. Die Leute zu begeistern und seine Leidenschaft, die Musik, zu leben, ist für Kling das Wichtigste an einem Auftritt. „Man macht Musik mit Leib und Seele. Ich sollte vielleicht langsamer machen, aber solange ich mich so fühle, geht das nicht.“

Jana Hartmann

Baden-Airpark

Einfach abheben

Der ehemalige kanadische Militärflugplatz und heutige Flughafen Karlsruhe Baden (FKB), der Baden-Airpark, liegt westlich von Baden-Baden und ist durch die Nähe zu Frankreich ein beliebter Abflugort der Franzosen. 1500 Mitarbeiter sind dort beschäftigt, bis zum Jahr 2015 sollen für 2 500 Menschen Arbeitsplätze geschaffen werden. EC-Studentin Makdalena Asefaw sprach mit Marketingleiterin Elke Fleig.

Welches Marketingkonzept verfolgt der FKB?

Da wir am FKB drei verschiedene Zielgruppen bedienen, also Fluggäste, Fluggesellschaften und Reiseveranstalter, ist auch unser Marketingkonzept den Bedürfnissen dieser Zielgruppen angepasst. Wir arbeiten daran, unseren Fluggästen eine große Auswahl an Flügen der unterschiedlichsten Segmente, wie Städtetrip, Badeurlaub, Lowcost-Flug, zu bieten.

Welche konkreten Marketinginstrumente verwendet der FKB?

Unser Flughafen geht nun mit einer eigenen Facebook-Fanseite online, um dem Wunsch unserer Kunden nach einem besseren Dialog mit dem FKB nachzukommen und unsere Neuigkeiten jetzt auch über einen der beliebtesten Kanäle im Web an unsere Fans, Freunde und Passagiere zu kommunizieren. Hierzu gehört umgekehrt aber auch die Vermarktung vor Ort, wie zum Beispiel auf der offerta in Karlsruhe.

Was macht den Flughafen einzigartig?

Kurze Wege, Überschaubarkeit, günstige Parkgebühren, Kinderspielplatz und Biergarten im Sicherheitsbereich, breites Angebot sowohl an Lowcost-Flügen als auch an klassischen Charterflügen.

EC-Studentin Makdalena Asefaw beim Check-In am Flughafen Karlsruhe Baden

Elefantendressur im Zirkus Charles Knie mit Dompteur Elvis Errani Foto: Zirkus Charles Knie

Manege frei

Tiere sind die Seele des Zirkus

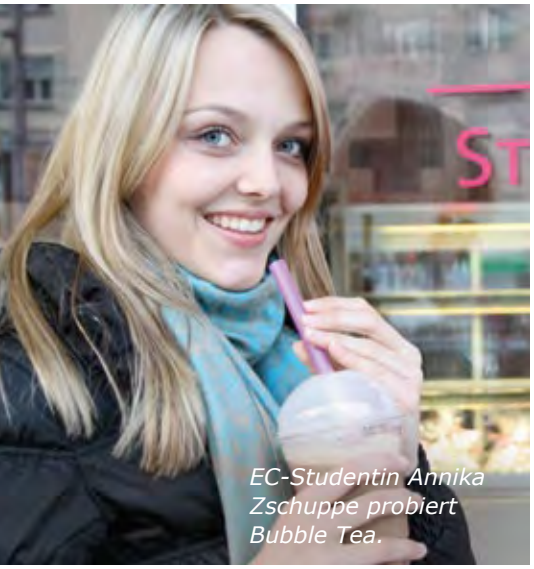
„Das Interesse an Zirkus und Live-Entertainment mit Tierdressuren, Artisten und Clownerie ist ungebrochen. Guten Zirkus wird es geben, solange die Sterne am Himmel stehen“, sagt Dr. Susanne Matzenau, Pressesprecherin des Circus Krone in München.

Mindestens vier Wochen vor dem Gastspiel eines Zirkus findet die crossmediale Werbung durch Radio- und Fernsehspots, Anzeigen, Plakate und Mailings an Stammkunden statt. Absicht der Zirkusbetriebe ist, das Interesse aller Altersgruppen zu wecken und einen abwechslungsreichen Auftritt zu präsentieren. Ton- und Lichteffekte, exotische Tiere und das passende Ambiente sind Hauptbestandteile eines solchen Live-Entertainments. „Eine Vorführung besteht aus 25 Teilacts. Wichtig sind hierbei die Mischung aus Tier- und Artistendarbietung mit Ballett und die Anreihung der einzelnen Acts zu einem angenehmen Gesamtbild“, sagt Sascha Grodotzki, Pressesprecher des Zirkus Charles Knie.

Besonders für den Weihnachtszirkus werden die besten Artisten engagiert und jedes Jahr wird eine einmalige Vorstellung mit außergewöhnlichen Elementen vorgeführt. Hinter den Zirkusprogrammen verbirgt sich jahrelanges Training mit Mensch und Tier. Als Publikumslieblinge gelten Elefanten, Pferde und Löwen. „Mit viel Zeit, Geduld und Leckerli“, lässt sich die tägliche Dressur positiv verstärken, betont Matzenau. Ob und wann ein Tier manegereif ist, hängt unter anderem von der Tierart und individuell von jedem Tier ab.

„In jeder Stadt wird die Haltung von Tierärzten kontrolliert und im Tierbestandsbuch des Zirkus auch dokumentiert“, sagt Christian Orlowski aus der Organisationsabteilung des Circus Busch-Roland. Von diesen jährlich 50 Kontrollen sind Tierrechtsorganisationen nicht überzeugt und unterstellen die Vernachlässigung der artgerechten Haltung insbesondere bei größeren Tieren. „Pauschale Vorwürfe von Tierrechtsorganisationen sind heutzutage Alltag in der Zirkuswelt“, erklärt Grodotzki, „schwarze Schafe gibt es in jeder Branche“.

Daniella Kovács



EC-Studentin Annika Zschuppe probiert Bubble Tea.

Trendfood in der Region:

Bubble Tea und Froyo

Ein kleiner Laden in der Mannheimer Innenstadt sticht mit bunten Pastelltönen ins Auge. Grüne Perlen werden in ein Teegemisch gekippt. „Das ist eine Geschmacksexplosion in meinem Mund“, sagt EC-Studentin Annika Zschuppe nach ihrem ersten Bubble Tea, auf deutsch Perlentee.

Auch der Bubble Tea Store in Heidelberg ist bunt und bietet eine riesige Auswahl an Bubble-Tea-Zutaten. Mit Gewinnspielen, Gutscheinen und regelmäßigen Kundenfotos auf der Social Media-Plattform Facebook macht Bubble T auf sich aufmerksam. Die Kunden können ihren Bubble Tea mit Perlen verfeinern. Hier kann man beispielsweise zwischen den traditionellen Tapiokaperlen, Coffee Jelly oder Strawberry Boba wählen. Mit dem Ersatz von Sahne durch Joghurt ist Frozen Yogurt, auch Froyo genannt, oft deutlich zucker- und fettarmer als Speiseeis. „Männer versüßen ihren Froyo oft mit Gummibärchen oder Smarties, Frauen bevorzugen Erdbeeren und Oreo Kekse“, so Samantha Staub, Mitarbeiterin von Star Freshery in Mannheim.

Catrin Greim

Iffezheim: Der Rennpferdverkauf boomt

„Zum Ersten, zum Zweiten, zum Dritten ...“ - und schon wieder ist ein Pferd unter dem Hammer. Innerhalb weniger Minuten wechseln die Pferde ihren Besitzer.
Der Rennpferdverkauf boomt und die Baden-Badener Auktionsgesellschaft (BBAG) in Iffezheim ist die Topadresse für Anhänger des Rennpferdesports. Jährlich finden drei Auktionen auf dem Gelände nahe der Iffezheimer Rennbahn statt. „Die Oktoberauktion ist die größte und es ist für jeden etwas dabei“, sagt Andreas Kißler, Gestütsleiter vom Gestüt Harzburg, das bei den Auktionen vertreten ist.
Ein Blick in den Auktionskatalog zeigt, welche Pferdevielfalt die Käufer erwartet. Während bei der Frühjahrsauktion Rennpferde im Training und bei der Jährlingsauktion der einjährige Nachwuchs unter den Hammer geraten, stehen im Oktober auch Fohlen, Mutterstuten und Zuchthengste zum Verkauf.
Ehe die Pferde nacheinander in den Auktionsring geführt werden, können Interessenten die Tiere begutachten.
Die Käufer kommen aus ganz Europa. Egal, ob Engländer oder Franzosen, für viele ist der Pferderennsport mehr als ein Hobby. Ein Rennpferd ist eine Investition, denn manchmal ist es wie ein Lottogewinn.
Sollte ein bei der BBAG versteigertes Pferd sich als Glücksgriff für den neuen Besitzer entpuppen, bedeutet das wiederum Werbung für das Baden-Badener Auktionshaus.
„Jedes Mal hofft man, ein Pferd gekauft zu haben, das in großen Rennen um hohe Siegprämien mitlaufen wird“, so Steve Wiedermann, mehrfacher Pferdebesitzer und Teilnehmer der Oktoberauktion.

Alexander Kiefer

Gleich wird dieses Pferd einen neuen Besitzer bekommen.

Auf dem Sprung ins Auktionshaus

Business Afterwork bei Axel Kahn: EC-Studentin Gözde Yücel mit US-Star Marla Glen

EC-Studentin Ayten Binbay als Model auf dem pixx-Cover

Schulgeschichte lebendig erhalten

Das Ludwig-Wilhelm-Gymnasium in Rastatt

Das Ludwig-Wilhelm-Gymnasium (LWG) in Rastatt hat trotz seiner traditionsreichen Geschichte den Anschluss an die Moderne nicht verpasst. So wurde das LWG 2008 durch die Industrie- und Handelskammer (IHK) Karlsruhe als erstes allgemein bildendes Gymnasium im Rahmen der Bildungsoffensive „Wirtschaft macht Schule“ mit dem Qualitätssiegel „sehr gut“ ausgezeichnet. „Im Oktober haben wir neben der Sparkasse Daimler als zweiten Kooperationspartner für die Schule gewonnen“, sagt Dr. Christoph Kunz, Schulleiter am LWG. Davon profitiert die Schule durch Praktikumsplätze und Bewerbungstrainings. Die Unternehmen haben den Vorteil, zügig geeigneten Nachwuchs aus der Region in den Betrieb aufnehmen zu können.
Das LWG bietet Projekte, die in ihrer Konzeption einzigartig sind. Beim „Compassion-Projekt“ muss jeder Schüler ein zweiwöchiges Praktikum in einer sozialen Einrichtung absolvieren. Im Kreuzotter-Projekt fahren jedes Jahr Schüler mit Lehrern und Biologen in den Nordschwarzwald, um Kreuz- und Höllenottern zu studieren.
Die Schule hat Markgräfin Augusta Sibylla 1715 gegründet. „Es ist wichtig, die Schulgeschichte lebendig zu erhalten“, erklärt Kunz und verweist auf die historische Bibliothek der Stadt Rastatt, die sich im Hauptbau der Schule befindet.

Dennis Fettig

EC-Student Dennis Fettig mit Schulleiter Dr. Christoph Kunz in der historischen Bibliothek der Schule

Landesbischof Dr. Ulrich Fischer:

Kirche mediengerecht

Seit nunmehr 14 Jahren hat Dr. Ulrich Fischer in Karlsruhe das Amt des Landesbischofs der Evangelischen Kirche in Baden inne. Trotz einer 70-Stunden-Woche nahm er sich Zeit, mit EC-Studentin Cyra Philippi über seine Aufgaben, die Kirche, Jugend und den Islam zu sprechen.

Welche Aufgaben haben Sie als Landesbischof zu erfüllen?
Meine Aufgaben sind vielfältig. Zum einen bin ich Leiter mehrerer Gremien und des Landeskirchenrates. Außerdem bin ich viel in den Gemeinden unterwegs und besuche Gottesdienste und Kircheneinrichtungen. Demnächst nehme ich an einer Veranstaltung im Europa Park Rust mit 400 geladenen Gästen teil. So kann ich am besten mit der Gesellschaft kommunizieren. Ich pflege dabei den Kontakt zur Justiz, zum Landtag und weltlichen Partnern. So kam es auch, dass ich in der Ethikkommission zum Thema Atomausstieg saß. Zudem vertrete ich die evangelische Kirche nach außen und bin der Verwaltungsratsvorsitzende des „Gemeinschaftwerks der evangelischen Publizistik“ in Frankfurt. Sehr wichtig ist mir auch die Personalbegleitung: Ich begleite Menschen vom Theologiestudium über die erste eigene Gemeinde und unterstütze diese persönlich bei Veränderungsprozessen oder Fragen, die sich bei der Amtsausübung ergeben. So kommt schnell mal eine 70-Stunden-Woche zusammen.

Immer mehr Menschen treten aus der Kirche aus. Wie sieht Ihre Öffentlichkeitsarbeit aus, um dem entgegenzuwirken?
Es ist ein Gerücht, dass immer mehr Menschen aus der Kirche austreten – die Zahl der Austritte ist seit Jahren konstant und deutlich niedriger als in den 90er Jahren. Leider ist der Saldo tatsächlich negativ, das heißt es treten jährlich etwa 3000 Menschen mehr aus als ein. Vor allem aber in den Gottesdiensten müssen wir oft eine sehr niedrige Besucherzahl beklagen, wir erreichen die jungen Leute schwer. Da ich sechs Jahre Landesjugendpfarrer war, ist mir das Problem durchaus bekannt. Dem versuchen wir mit speziellen Veranstaltungsformaten entgegenzuwirken, zum Beispiel Gottesdienste, deren Musik speziell auf junge Leute ausgerichtet ist. Dazu gibt es in Baden vier Jugendkirchen und eine Kindervesperkirche in Mannheim. Durch das „Zentrum für Kommunikation“ sind wir crossmedial vertreten, um möglichst viele Menschen zu erreichen. Wir haben eine Internetpräsenz unter ekiba.de, die Zugang zu den Landeskirchen und allen Gemeinden bietet, die Zeitschrift „chrismon“, die der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, der süddeutschen Zeitung und der Zeit beiliegt, und sind im Rundfunk und Fernsehen vertreten. Am bekanntesten ist das „Wort zum Sonntag“ in der ARD, aber auch regionale Formate wie das wöchentliche Magazin „Von Himmel und Erde“ und die „60 Sekunden Bibel“ bei den badischen Privatsendern erzielen gute Quoten. Mit bigSpirit auf dem Jugendradiosender bigFM richten wir uns gezielt an junge Menschen. Produziert werden diese Sendungen vom Evangelischen Rundfunkdienst Baden (ERB) mit Sitz in Karlsruhe. Hier wie auch im „Zentrum für Kommunikation“ bieten wir Praktikumsmöglichkeiten für Studenten.

In den europäischen Großstädten ist ein sehr hoher Anteil der Jugendlichen islamischen Glaubens, Tendenz steigend. Die christliche Religion ist durch eine Zeit der Aufklärung gegangen und ist geprägt von Toleranz. Der Islam hat diese Aufklärung noch nicht durchlaufen. Welche Position nimmt die evangelische Kirche in diesem Zusammenhang ein und wie sehen Sie diese Entwicklung im Hinblick auf die Rolle der Frau?
Der Islam nimmt zu – allein durch die Geburtenraten – und wird auch politisch an Bedeutung wachsen. Hier gibt es große Unterschiede zwischen Stadt und Land. Wenn jemand nach Mannheim zieht, ist er meist religionslos oder Muslim oder auch seltener katholisch – aber so gut wie nie evangelisch. Das bedeutet, dass wir als Kirche immer kleiner werden. Viele gerade der türkischen Muslime sind stark kulturell geprägt: Die Rolle der Frau ist im Islam in vielen Fällen eine „Nicht- Rolle“. Dennoch gibt es zum Zusammenleben keine Alternative. Deshalb muss viel Integrationsarbeit geleistet werden, eine Ghettobildung muss verhindert werden. Aus diesen Gründen tritt die evangelische Kirche ganz klar für den islamischen Religionsunterricht, aber in deutscher Sprache, ein. Es muss ein interreligiöser Dialog entstehen, um Aufklärung zu leisten. Höchst problematisch ist daher die Desintegrationspolitik der Türkei, durch den Einsatz nicht deutsch sprechender Imame. Hier gibt es keine politische Kontrolle und keinen Dialog. Da können wir nur mit gut ausgebildeten Islam-Lehrern entgegenwirken. Erfreulich ist, dass die Landesregierung gute Fortschritte bei der sozialen Integrations- und religiösen Bildungsarbeit für Muslime macht.

ARD-Moderator Holger Wienpahl:

„Pauschale Erfolgsrezepte gibt es nicht. Wichtig ist eine solide Ausbildung – und dass man Chancen als solche wahrnimmt und nutzt.“