

6.

Deutscher Sportökonomie-Kongress

Köln, 19. - 21. November 2008

Sport, Medien und Kommunikation

Aktuelle ökonomische und managementbezogene Aspekte

Schirmherr: Bundesinnenminister
Dr. Wolfgang Schäuble

Programm



Deutsche
Sporthochschule Köln
German Sport University Cologne

Institut für Sportökonomie
und Sportmanagement

Informationen über das gesamte Feld des Sportbusiness

NEWSLETTER

MAGAZIN

ONLINE

ARCHIV

REPORTS

KONGRESSE

Grußwort Schirmherr & Rektor	5
Grußwort Veranstalter	6
Lageplan	8
Allgemeine Kongressinformationen	9
Programm 19. & 20. November 2008	10
25 Jahre Sportpublizistik	14
Programm 21. November 2008	16
Das Institut für Sportökonomie und Sportmanagement	19
Vorstellung Bachelor & Master Studiengänge	20
ASS – Ein Netzwerk fürs Leben	21
Das Organisationskomitee	23
Der VSD - Berufsverband für Sportökonomie und Sportmanagement	24
Partner & Förderer, Impressum	26

FALKE

ERGONOMIC SPORT SYSTEM

KÜHL, SEHR LEICHT,
ATMUNGSAKTIV

FÜR INTENSIVE
SPORTARTEN

KOMPROMISSLOSE
PASSFORM MIT
MUSKELUNTER-
STÜTZENDER
KOMPRESSION

www.FALKE.com

Grußwort Schirmherr & Rektor

5



Sehr geehrte Teilnehmerinnen und Teilnehmer des
6. Deutschen Sportökonomie-Kongresses,

der Sportökonomie-Kongress, der dieses Jahr zum 6. Mal stattfindet, ist gute Tradition geworden. Das diesjährige Thema „Sport, Medien und Kommunikation“ hat eine besondere Bedeutung für den Sport. Es betrifft Leistungssport ebenso wie Freizeit- und Gesundheitssport, Sportvereine und -verbände, staatliche Sportverwaltungen und natürlich auch die Sportartikelindustrie und kommerzielle Sportanbieter.

Sport – nicht nur, aber insbesondere der Spitzensport – unterliegt heute auch den Regeln von Markt und Wettbewerb. Er ist Teil einer lukrativen Unterhaltungsindustrie. Das stellt Anforderungen an den Sport in Bezug auf Professionalisierung und Medienarbeit. Der Sport braucht ein modernes Kommunikationsmanagement, das den Realitäten unserer heutigen Medienwelt gerecht wird. Das gilt sowohl für die Verbands- und Vereinsfunktionäre als auch für die Athletinnen und Athleten. Aber auch das Sponsoring gehört in diesen Kontext. Diese Veranstaltung will die positiven Seiten des Sponsorings für die unterstützenden Unternehmen ebenso wie die Schattenseiten ansprechen. Wenn es beispielsweise Doping-Fälle gibt, hat das ja nicht nur Folgen für den dopenden Athleten, sondern auch für sponsernde Unternehmen. Auch Medien sind von der Doping-Problematik unmittelbar berührt.

Die Veranstaltung der Deutschen Sporthochschule Köln setzt sich durch ihre Konzeption deutlich von reinen Praktiker-Tagungen ab. Im Sinne einer angewandten Wissenschaft schafft sie einen Rahmen, in dem Wissenschaftler durch Workshops und Podiumsdiskussionen gezielt mit Vertretern der Praxis ins Gespräch kommen.

Dem 6. Deutschen Sportökonomie-Kongress wünsche ich einen guten Verlauf und viele Impulse für die Zukunft.

Dr. Wolfgang Schäuble MdB
Bundesminister des Innern



Sehr geehrte Teilnehmerinnen und Teilnehmer des
6. Deutschen Sportökonomie-Kongress,

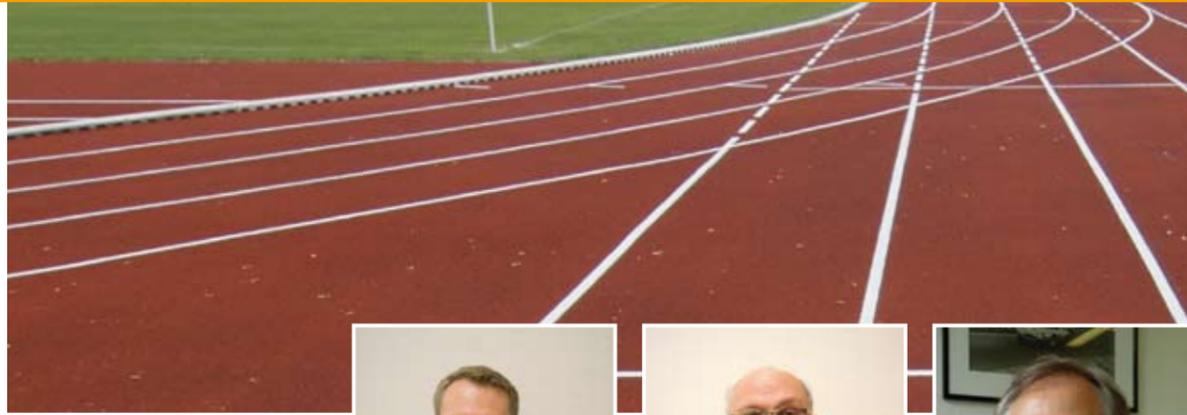
Sport, Medien und Kommunikation haben sich in den letzten Jahren zu einem bedeutenden Dreieck wechselseitiger Beziehungen und Einflussnahmen entwickelt. Die Medien nutzen den Sport für hohe Einschaltquoten; der Sport nutzt die Medien, um Sponsoren anzulocken; die Kommunikationsstrategen der Wirtschaft nutzen den Sport, um ihren Produkten ein besonderes Image zu verleihen... Diese Aufzählung könnte man noch weiterführen und dabei den Eindruck gewinnen, dass alle Akteure aus diesem Zusammenspiel profitieren.

Aber die Bereiche von Sport, Medien und Kommunikation bergen auch Problemfelder und sind Restriktionen unter anderem von rechtlicher Seite unterworfen: Der professionelle Fußball wird von den Wettbewerbsregelungen der Europäischen Union beeinflusst; Unternehmen erweitern ihren Einfluss auf Belange des gesponserten Sports; Doping untergräbt die Integrität des Leistungssports... Auch diese Liste könnte um einiges weitergeführt werden.

Insgesamt hat das Institut für Sportökonomie und Sportmanagement der Deutschen Sporthochschule Köln wieder ein sehr spannendes Themenfeld für den Deutschen Sportökonomie-Kongress eröffnet und herausragende Expertinnen und Experten aus Wissenschaft und Praxis dazu eingeladen. Die Vielfalt der Veranstaltungen bietet eine ausgezeichnete Möglichkeit, sich über die aktuelle Entwicklung in Theorie und Praxis zu informieren. Darüber hinaus laden die zahlreichen Symposien dazu ein, sich in die Diskussionen einzubringen.

Ich wünsche Ihnen einen erfolgreichen und informativen Kongress.

Ihr Univ.-Prof. mult. Dr. Walter Tokarski
Rektor der Deutschen Sporthochschule Köln



Univ.-Prof. Dr. Christoph Breuer



Univ.-Prof. Dr. Heinz-Dieter Horch



Univ.-Prof. Dr. Thomas Schierl

Sehr verehrte Gäste,

wir begrüßen Sie im Namen des Veranstalters, des Instituts für Sportökonomie und Sportmanagement, recht herzlich zum 6. Deutschen Sportökonomie-Kongress in Köln.

Das Institut für Sportökonomie und Sportmanagement ist das einzige seiner Art in Deutschland. Deshalb sehen wir es als eine unserer Aufgaben an, die Kommunikation im Feld durch die Organisation dieses alle zwei Jahre stattfindenden Fachkongresses zu fördern. Aus mehreren Gründen kooperieren wir dazu diesmal mit dem Institut für Kommunikations- und Medienforschung, weil wir seit dem Wintersemester 2007/2008 gemeinsam den Bachelor „Sportmanagement und Sportkommunikation“ anbieten, weil wir in diesem Jahr das 25jährige Bestehen des Instituts für Sportpublizistik (alter Name) feiern können und nicht zu letzt natürlich weil es sich bei dem Thema „Sport, Medien und Kommunikation“ anbot, die gesamte Kompetenz der Sporthochschule zu nutzen.

Sport, Medien und Wirtschaft, anlässlich dieser Symbiose geraten sonst sogar eher nüchterne Wirtschaftswissenschaftler ins Schwärmen und sprechen von „Magie“. Für die betriebswirtschaftliche Praxis geht es auf diesem Kongress um eine Verbesserung der allokativen und produktiven Effizienz im Qualitäts- und Kostenwettbewerb sowie speziell um das Management einer aktiven und integrierten Kommunikationspolitik. Dabei geht „es im Sport - so kritisch Ephraim Kishon - nicht nur ums Geschäft. Es geht auch darum, dass die Fans nichts davon merken.“ Wissenschaftlich interessant sind daher neben möglichen Besonderheiten des Sports die Folgewirkungen, die sich aus der zunehmenden Kommerzialisierung aller beteiligten Bereiche ergeben.

Wir wünschen Ihnen, Wissenschaftlern und Praktikern gleichermaßen, fruchtbare und angenehme Tage bei uns in Köln.

Univ.- Prof. Dr. Christoph Breuer

Univ.-Prof. Dr. Heinz-Dieter Horch

Univ.-Prof. Dr. Thomas Schierl

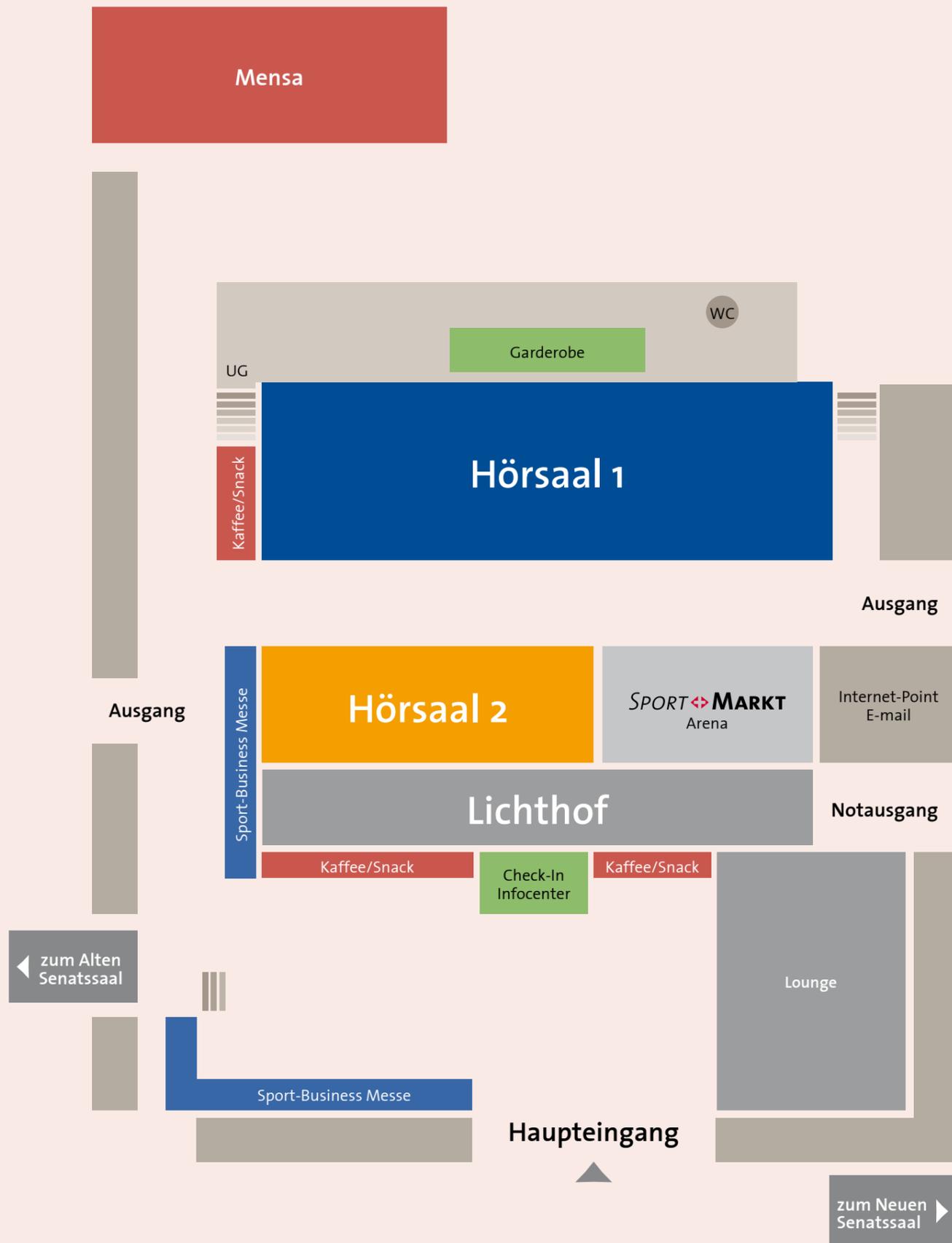


Die besten Plätze gibt es online.

Die nexum AG ist Beratung und Agentur für digitale Medien. Zu unseren Kunden zählen neben mittelständischen Unternehmen und Konzernen der 1. FC Köln, die DEG Metro Stars, die Deutsche Eishockey Liga, Hertha BSC, der Hamburger SV, sportdigital.tv und SPORTFIVE.

www.nexum.de





Info-Center/Check-In

Die beste Anlaufstelle für Fragen aller Art ist das Info-Center/Check-In. Nach Ihrer Ankunft erhalten Sie hier Ihre Kongressunterlagen. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden Sie an dem Button mit Kongresslogo und der Frage „May I help you?“ erkennen.

Kongresssprache

Die Kongresssprache ist generell deutsch. Einzelne Symposien und Präsentationen finden jedoch in englischer Sprache statt. Einzelheiten entnehmen Sie bitte dem Programm.

Garderobe

Die Garderobe finden Sie im Untergeschoss. Der Zugang erfolgt über die Treppen neben dem Hörsaal 1. Während der Kongressöffnungszeiten ist sie ständig besetzt, eine Haftung wird jedoch nicht übernommen. Öffnungszeiten Garderobe:

Mi, 19.11.08	17:30 -23:00 Uhr
Do, 20.11.08	08:00-20:30 Uhr
Fr, 21.11.08	08:00-16:00 Uhr

Lounge

Die Lounge befindet sich im Foyer. Sie ist ein idealer Ort zum Diskutieren, Kennenlernen von Teilnehmerinnen und Teilnehmern oder einfach nur zum Entspannen.

Internet

Während der Kongresstage haben Sie Zugang zum WLAN der Hochschule. In Ihrem persönlichen Kongressordner finden Sie dazu den notwendigen Benutzernamen sowie das Passwort. Bitte geben Sie diese Zugangsdaten nicht weiter. Des Weiteren stehen Ihnen eine begrenzte Anzahl an Computern in einem separaten Raum im Foyer zur Verfügung.

Kongress-Dokumentation

Die verschiedenen Kongressveranstaltungen werden aufgezeichnet und können im Anschluss als DVD erworben werden. Hierzu finden Sie in Ihren Kongressunterlagen ein Bestellformular. Ausgewählte Beiträge werden darüber hinaus in einem Buch veröffentlicht. Der Erscheinungstermin ist für März 2009 vorgesehen.

Shuttle-Service

Für Ehrengäste sowie Referentinnen und Referenten ist ein Fahrdienst eingerichtet. Bitte teilen Sie uns frühzeitig Ihre Beförderungswünsche am Info-Center/Check-In mit.

Abendveranstaltungen

Den Kongressauftakt bildet eine Welcome-Reception am Mittwochabend ab 18 Uhr, die in Kooperation mit dem Kölner SportTreff stattfindet. Im Rahmen dessen diskutieren ab 18:30 Uhr Persönlichkeiten aus Sport, Medien und Wirtschaft eine Stunde zu aktuellen Herausforderungen in diesen Bereichen in Köln und Umgebung. Am Donnerstagabend laden wir Sie ab 20 Uhr ins Rhein-EnergieStadion Köln zum „Kölschen Abend“ ein.

„Kölscher Abend“

Zusätzliche Karten für die Abendveranstaltung am Donnerstag, 20.11.08, im RheinEnergieStadion können zum Preis von 45 € pro Person am Check-In sowie an der Abendkasse erworben werden. Darin sind das Kölsche Buffet, Bier, alkoholfreie Getränke sowie das Rahmenprogramm enthalten.

Banken

Banken mit Geldautomaten befinden sich in unmittelbarer Nähe der Deutschen Sporthochschule. Von der Haltestelle Junkersdorf der Straßenbahnlinie 1 folgen Sie der Hauptverkehrsstraße etwa 50 m stadtauswärts und biegen links in den Kirchweg ein. Hier finden Sie mehrere Kreditinstitute.

Medienvertreter

Für weitere Informationen und/oder Interviewwünsche wenden Sie sich bitte an das Info-Center/Check-In. Herr Dr. Gerhard Nowak wird sich als Ansprechpartner darum kümmern. Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass die Teilnahme an der Abendveranstaltung im RheinEnergieStadion für Medienvertreter nicht kostenfrei ist. Karten können Sie am Info-Center/Check-In erwerben.

Speisen & Getränke

Wir möchten, dass Sie sich an der Deutschen Sporthochschule wohl fühlen. Sollte das Essen oder die Getränke kurzfristig nicht ausreichend verfügbar sein oder nicht Ihren Erwartungen entsprechen, so lassen Sie es uns bitte wissen. Wir bitten um Verständnis, dass im Mittagessen in der Mensa der Sporthochschule keine Getränke eingeschlossen sind.

Befragung

Im Anschluss an den 6. Deutschen Sportökonomie-Kongress werden Sie per Email eine Einladung für eine Umfrage erhalten. In dieser Befragung möchten wir von Ihnen gerne wissen, wie es Ihnen bei uns gefallen hat. Wir würden uns sehr freuen, wenn Sie sich zehn Minuten zum Beantworten der Fragen Zeit nehmen und uns damit ein Feedback geben.

MITTWOCH | 19.11.08 | 18:00-23:00 Uhr

ab 18:00 Uhr, Foyer - Welcome Reception

Lernen Sie bei einem frischen Warsteiner Premium-Pils neue Kongressteilnehmerinnen und Kongressteilnehmer kennen oder frischen alte Kontakte wieder auf.

MITTWOCH | 19.11.08 | 18:30-19:30 Uhr

Hörsaal 1 - 12. Kölner SportTreff: „Sport, Medien & Wirtschaft in Köln“

Podiumsdiskussion mit **J. Brämer** (Köln 99ers), **M. Meier** (1. FC Köln), **D. Sanden** (Stadt Köln), **J. Schmidt** (Kölnische Rundschau),

Moderation: Dr. G. Nowak (Sportline GmbH)

Eine Veranstaltung von Hans-Jürgen Schmidt in Kooperation mit der Deutschen Sporthochschule Köln.

ab 20:45 Uhr, Foyer - Public Viewing Fußball-Länderspiel Deutschland-England, live aus Berlin



Kooperation mit der Laureus Sport for Good Foundation Deutschland

Begriffe wie Gewinn, Umsatz, Marktanteil, Effektivität und Effizienz werden bei den Vorträgen während des 6. Deutschen Sportökonomie-Kongresses eine zentrale Rolle spielen. Dass es im Sport aber nicht nur um diese wirtschaftlichen Begriffe geht, unterstreicht das Organisationskomitee des Kongresses mit einer Charity-Partnerschaft.

„Mit der Laureus Sport for Good Foundation Deutschland verbindet uns das Interesse und die Leidenschaft für Sport und die Sportler. Gemeinsam wollen wir aber auch die soziale und gesellschaftliche Funktion des Sports weiter stärken“, so Professor Heinz-Dieter Horch, Leiter des Kongresses sowie des Instituts für Sportökonomie und Sportmanagement an der Deutschen Sporthochschule Köln.

Die Laureus Sport for Good Foundation Deutschland ist eine von drei Tätigkeitsbereichen der international agierenden Sportbewegung Laureus. Der weltweit begehrte Laureus World Sports Awards und die Laureus World Sports Academy vervollständigen den Dreiklang, mit dem einerseits die besten Sportler eines Jahres über alle Diszi-

plinen hinweg ausgezeichnet werden und andererseits Sport als Mittel zu sozialem Wandel eingesetzt wird.

Boris Becker, Chairman der Laureus Sport for Good Foundation Deutschland, erklärte: „Wir freuen uns, dass gerade die renommierte Deutsche Sporthochschule Köln eine Partnerschaft mit Laureus eingeht. Die wissenschaftliche Begleitung von Höchstleistungen einerseits und das soziale Engagement andererseits sind nicht mehr voneinander zu trennen. Darauf hinzuweisen, ist uns besonders wichtig.“

Als Botschafter der Laureus Sport for Good Foundation in Deutschland nimmt der Kölner Christoph Langen am Kongress teil. Der fünfmalige Weltmeister im Zweier und zweimalige Weltmeister im Vierer ist einer der erfolgreichsten Bobfahrer aller Zeiten. Er wirbt während der Kongresstage für die Ideale und Projekte der Stiftung. Unter anderem kommen die Einnahmen aus der Tombola am Mittwochabend und einer Sportticket-Auktion vollständig den sozialen Projekten der Laureus Stiftung zu. Zögern Sie nicht und machen Sie mit!

DONNERSTAG | 20.11.08 | 09:00-10:30 Uhr

Hörsaal 1 - 1. Symposium: Rundfunkökonomie

Prof. Dr. H. Schellhaas (Universität Köln):

Superstars im Sport - Schlüsselfaktor für die Erschließung internationaler Medienmärkte,

Prof. Dr. S. Kesenne (University of Antwerp):

The Impact of Pooling and Sharing Broadcast Rights in Professional Team Sports,

Moderation: Prof. Dr. H.-D. Horch (Deutsche Sporthochschule Köln)

Auditorium 2 - International Presentations: Competitive Balance in Football

A. Hovemann (Ernst & Young), **T. Pawlowski** & **Prof. Dr. C. Breuer** (German Sport University Cologne):

Media Revenues and Competitive Balance in Football,

E. Hembert (A.T. Kearney, UK): Bundesliga, Potential Challenger to the Premier League?,

Chair: B. Birch (German Football Federation)

Sport+Markt Arena - Praktiker-Präsentationen: Perspektive des Sports

K. Wimhoff (Dresdner Kleinwort): Innovative Sponsoringkonzepte - Strategie, Planung, Umsetzung, dargestellt am Sponsoringkonzept des „Dresdner Kleinwort Triathlon Teams“, Ziele und strategische Überlegungen. Wie weit geht die Verantwortung von Sponsoren,

U. Wolter (OK FIFA Frauen-WM 2011): Aktuelle Herausforderungen in der Kommunikation der FIFA-Frauen-WM 2011,

S. Krauß (DSV Marketing GmbH): Auswirkungen von Medienmacht auf den Skisport,

Moderation: V. Rücker (Führungsakademie des DOSB)

Neuer Senatssaal - Call for Papers -Präsentationen

K. Hallmann (Deutsche Sporthochschule Köln): Die Image-Passfähigkeit zwischen Sportevent und Austragungsort,

Prof. Dr. J. Stettler & M. Gisler (Hochschule Luzern): Sport und Medien - Medienwirkung von Sportgroßveranstaltungen auf Bekanntheit und Image von Destinationen am Beispiel der UEFA EURO 2008,

P. Wicker (Deutsche Sporthochschule Köln):

Sportausgaben von Vereinssportlern - ein Sportartenvergleich mit Managementimplikationen,

Moderation: C. Fischer (Deutsche Sporthochschule Köln)

DONNERSTAG | 20.11.08 | 11:00-12:30 Uhr

Hörsaal 1 - 2. Symposium: Integrität des Sports

Prof. Dr. E. Emrich (Universität des Saarlandes):

Verdirbt Geld den Charakter? Über die soziale Einbettung wirtschaftlicher Transaktionen im Sport,

Dr. M. Illgner (Stiftung Deutsche Sporthilfe):

Leistung, Fairplay, Miteinander. Die Prinzipien des Sports stärken unser Land,

Moderation: Prof. Dr. G. Anders (Deutsche Sporthochschule Köln)

Auditorium 2 - 3rd Symposium: Communication and Globalisation

Prof. Dr. S. Chadwick (Coventry University): Fandom in global sport: assessing the role of marketing communications,

Dr. J. Königstorfer (Saarland University): Getting into the heart of sport consumers,

Chair: K. Hallmann (German Sport University Cologne)

Sport+Markt Arena - Praktikerpräsentationen: Perspektive der Unternehmen

S. Ludwig (Deloitte & Touche GmbH): Die wirtschaftliche Entwicklung von Fußball-Profiligen in Europa,

T. Terlohr (Warsteiner Brauerei Haus Cramer KG):

Warsteiner Brauerei - Innovative Partnerschaft statt eindimensionales Sponsorship,

Dr. H. Stiegenroth (Deutsche Telekom AG):

Sport als Content für die Produktpolitik eines Telekommunikationsunternehmens,

Moderation: Dr. G. Hovemann (Deutsche Sporthochschule Köln)

DONNERSTAG | 20.11.08 | 11:00-12:30 Uhr

Neuer Senatssaal - Call for Papers-Präsentationen

M. Sachse, T. Kießling & S. Endler (Technische Universität Chemnitz): Medialer Sportkonsum bei Großveranstaltungen - eine empirische Zielgruppenanalyse mittels Identifikation, Involvement und Motiven der Sportrezeption am Beispiel der Handball Weltmeisterschaft 2007,
Dr. S. Poupaux & Prof. Dr. C. Breuer (Deutsche Sporthochschule Köln): Die Determinanten der Sportnachfrage auf kommunaler Ebene: Eine Mehrebenenanalyse,
 Moderation: Dr. M. Schubert (Deutsche Sporthochschule Köln)

DONNERSTAG | 20.11.08 | 13:00-13:30 Uhr

Hörsaal 2 - Vorstellung Arbeitskreis Sportökonomie

Dr. M.-P. Büch (Vorsitzender AK Sportökonomie e.V.)

DONNERSTAG | 20.11.08 | 13:30-15:00 Uhr

Hörsaal 1 - 4. Symposium

Prof. Dr. S. Kaiser (FHS Kufstein): Besondere Herausforderungen an das Kommunikationsmanagement von Sportbetrieben,
Prof. Dr. S. Mohr (actori GmbH),
 Moderation: Dr. G. Nowak (Sportline GmbH)

Auditorium 2 - 5th Symposium: Brand Management in Sport

Prof. Dr. A. Richelieu (Université Laval): The globalization of sport and how to grow your sport team brand,
P. Stastny (Adjouri & Stastny Communication Management GmbH): Sport for all - Branding for every purpose?,
 Chair: J. Lange (Lange Consulting & Communications)

Sport+Markt Arena - Praktiker-Präsentationen: Neue Medien

S. Ritter (nexum AG): Sportwebs im Wandel der Zeit,
J. Nehl (sportcast GmbH): Produktion im Wandel mit Blick auf die Konvergenz der klassischen und neuen Medien,
J. Hilgers (Turtle Entertainment GmbH),
 Moderation: A. Sierau (Deutsche Sporthochschule Köln)

Neuer Senatssaal - Call for Papers - Präsentationen

Prof. Dr. H. Preuß & Dr. N. Schütte (Universität Mainz): Besucher EURO 2008 vs. FIFA WM 2006 - ein empirischer Vergleich der ökonomischen Strukturen und ihrer Determinanten,
Dr. H. Kempf & C. Belz (Bundesamt für Sport Schweiz): Performance Messung jenseits von Markt und Medaille - Kriterien zur Evaluation von der nationalen Bedeutung einer Sportart,
Prof. Dr. F. Daumann & B. Römmelt (Universität Jena): Ökonomische Analyse des Marktes für TV-Rechte,
 Moderation: P. Wicker (Deutsche Sporthochschule Köln)

DONNERSTAG | 20.11.08 | 15:30-17:00 Uhr

Hörsaal 1 - 6. Symposium

Prof. Dr. M. Hüther (Institut der deutschen Wirtschaft Köln): Das Ende der Betriebssportgruppe?,
 Moderation: Prof. Dr. G. Anders (Deutsche Sporthochschule Köln)

Hörsaal 2 - Workshop: Der Weg zur Win-Win-Situation im Sportsponsoring von Amateurvereinen

Prof. Dr. C. Breuer & T. Pawlowski (Deutsche Sporthochschule Köln), **M. Stähler** (S.C. Fortuna Köln/www.deinfussballclub.de), **D. Strich** (DFB), **M. Bala** (Stadtmarketing Vreden), **D. Kemper** (Schnellmedia), **C. Kondrig** (SpVgg Vreden)
 Moderation: V. Rücker (Führungsakademie des DOSB)

DONNERSTAG | 20.11.08 | 15:30-17:00 Uhr

Sport+Markt Arena - Praktiker-Präsentationen: Sportevents als Plattform für B2B-Kommunikation

M. de Vries (Marketing für Deutschland GmbH): ... and the winner is: „Deutschland“ - Chancen und Wirkungen von internationalen Großereignissen am Beispiel der Fußball-Weltmeisterschaft 2006,
P. Schulte (Sport+Markt AG): Planung und Bewertung von Hospitality Maßnahmen,
Dr. M. Schimke & Dr. J. Fesenmair (Bird & Bird): Vereinbarkeit von Corporate Hospitality mit deutschem Recht,
 Moderation: Dr. O. Lohmar (Deutsche Sporthochschule Köln)

Neuer Senatssaal - International Presentations: Olympic Games & Mega Sport Events

A. Schaefer (International Paralympic Committee): Extraordinary Challenges in Marketing Paralympic Games,
S. Klos (ProProjekt): Bidding for the Games - Munich 2018,
 Chair: Prof. Dr. A. Richelieu (Université Laval)

DONNERSTAG | 20.11.08 | 17:30-18:30 Uhr

Hörsaal 1 - Begrüßungsveranstaltung

Prof. mult. Dr. W. Tokarski (Rektor, Deutschen Sporthochschule Köln),
Dr. C. Bergner (Parlamentarischer Staatssekretär, Bundesministerium des Innern),
Prof. Dr. H.-D. Horch (Leiter Institut für Sportökonomie und Sportmanagement, Deutsche Sporthochschule Köln),
 Showact: Kendo-Demonstration Hochschulsport Uni Köln Roland Niewerth (Trainer u. Moderator, 6. Dan) Mitsuhiro Takamura (3. Dan), Japan Hak-Seung Shin (3. Dan), Korea
 Showact: Musikalisches Intermezzo, The-Hui Giang
 Moderation: M. Kösser (Bloomberg TV) & Dr. G. Nowak (Sportline GmbH)

DONNERSTAG | 20.11.08 | 18:30-20:00 Uhr

Hörsaal 1 - Podiumsdiskussion: Medienmacht im Sport

Prof. Dr. H. Schellhaaß (Universität zu Köln),
S. Althoff (S 20 The Sponsors Voice e.V.),
C. Langen (Friend & Ambassador Laureus Sport for Good Foundation),
W.-D. Poschmann (ZDF),
 Moderation: M. Kösser (Bloomberg TV) & Dr. G. Nowak (Sportline GmbH)

ab 20:00 Uhr - Kölscher Abend im RheinEnergieStadion Köln





Mit Tradition in die Zukunft der Kommunikations- und Medienforschung im Sport



Das Institut für Kommunikations- und Medienforschung an der Deutschen Sporthochschule stellt zum 25jährigen Jubiläum die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft in Lehre und Forschung.

Wer in diesen Tagen das Institut für Kommunikations- und Medienforschung an der Deutschen Sporthochschule Köln besucht, kann die dortige Aufbruchstimmung deutlich spüren. Seit Ende August hat das Institut neue Räumlichkeiten in der 6. und 7. Etage des neuen Institutsgebäudes IV bezogen. Darüber hinaus symbolisiert die zum 25jährigen Jubiläum vollzogene Umbenennung des ehemaligen „Instituts für Sportpublizistik“ in „Institut für Kommunikations- und Medienforschung“ den Schritt in eine der Zukunft angepassten Forschungsausrichtung. Auch in der Lehre hat sich das Institut fit für die Zukunft gemacht: Mit dem Bachelor-Studiengang „Sportmanagement und Sportkommunikation“, der in Zusammenarbeit mit dem Institut für Sportökonomie und Sportmanagement angeboten wird, sowie dem Masterprogramm „Sport, Medien und Kommunikationsforschung“ stehen neue Lehrangebote bereit, die den Absolventen verbesserte Studienmöglichkeiten bieten.

Die aktuellen Entwicklungen reihen sich in eine Erfolgsgeschichte ein, die vor 25 Jahren an der Deutschen Sporthochschule begonnen hat: Im Wintersemester 1983/1984 wurden auf Initiative von Prof. Dr. Alfons Gerz und dem damaligen Rektor der Sporthochschule Univ.-Prof. Dr. Quanz erste Vorlesungen zur Sportpublizistik angeboten. Mit der Übernahme der von der Alfred Krupp von Bohlen und Halbach-Stiftung eingerichteten Stiftungsprofessur durch Prof. Dr. Manfred Muckenhaupt (1988) festigte sich das Profil des Instituts an der Deutschen Sportschule. 1991 wurde mit Prof. Dr. Josef Hackforth erstmals der Lehrstuhl für Sportpublizistik besetzt und das Institut in Lehre, Forschung und akademischer Selbstverwaltung neu organisiert und struk-

turiert. 2004 erhielt Univ.- Prof. Dr. Thomas Schierl den Ruf an die Deutsche Sporthochschule Köln, der seitdem das Institut für Kommunikations- und Medienforschung leitet.

In der Forschung sieht das Institut traditionsgemäß seinen Schwerpunkt in der Medien- und Kommunikationsforschung im Bereich Sport. Zu den aktuellen Forschungsfeldern gehören unter anderem die Erforschung der Beziehung von Sport, Medien und Wirtschaft, der Produktion, Nutzung und Wirkung von Sportangeboten in den Medien sowie der Erforschung von Werbung und PR im Sport. Laufende Forschungsprojekte beschäftigen sich unter anderem mit der Visualisierung, Ästhetisierung und Emotionalisierung im Sport, der Beziehung von Behindertensport und Medien, der Medialisierung von Sport-Prominenz und der Analyse von Medieneffekten in der Sportberichterstattung.

In der Lehre werden zukünftig die neu eingerichteten Bachelor- und Masterprogramme den früheren Diplom-Abschluss ablösen. Mit dem 4-semestrigen Master bietet das Institut einen der wenigen kommunikationswissenschaftlichen Studiengänge in Deutschland, der die spezifische thematische Ausrichtung Sport mit Themen und Methoden der Kommunikationswissenschaften verbindet. Ziel ist es, der zunehmenden Vernetzung von Sport, Medien und Wirtschaft und den damit entstehenden Erfordernissen am sportbezogenen Arbeitsmarkt besser gerecht zu werden.

Die pure Freude.



DAS EINZIG WAHRE

WARSTEINER®



FREITAG | 21.11.08 | 09:00-09:30 Uhr

Hörsaal 1 - 25-Jahr-Feier Sportpublizistik

Festrede: Prof. Dr. M. Muckenhaupt (Universität Tübingen),
Moderation: Prof. Dr. T. Schierl (Deutsche Sporthochschule Köln)

FREITAG | 21.11.08 | 10:00-11:30 Uhr

Hörsaal 1 - 7. Symposium: Sportkommunikation

Prof. Dr. H.-J. Stiehler (Universität Leipzig): Unterhaltungserleben in der Sportrezeption. Zwei Fallstudien,
Prof. Dr. T. Schierl (Deutsche Sporthochschule Köln): Sportkommunikation - Entwicklungen und Perspektiven,
Dr. C. Bertling (Deutsche Sporthochschule Köln): Fly high or Burn out!? Theoretische Überlegungen und empirische Befunde zur Arbeitsbelastung und -bewältigung von Sportjournalisten,
Moderation: Dr. T. Bruns (Deutsche Sporthochschule Köln)

Hörsaal 2 - 8. Symposium: Medienökonomie

Prof. Dr. G. Siegert (Universität Zürich): Big is Beautiful: Das Zusammenspiel von Sport- und Medienmärkten,
Prof. Dr. J. Kruse (Universität der Bundeswehr Hamburg): Die Fernsehrechte-Vermarktung der Fußball-Bundesliga - DFL versus Kartellamt,
D. Schaaf (Deutsche Sporthochschule Köln): Testimonialwerbung mit Sportprominenz. Ausgewählte Befunde einer Längsschnitt- und Strukturanalyse zur werblichen Präsenz von Sportakteuren in deutschen Publikumszeitschriften 1995-2005,
Moderation: Dr. C. Möller (Deutsche Sporthochschule Köln)

Sport+Markt Arena - Workshop: Standards der Erfolgs- und Wirkungsmessung im Sponsoring

M. Cordes (Sport+Markt AG),
J.-B. Felten (Fachverband für Sponsoring und Sonderwerbeformen e.V.),
S. Althoff (S 20 The Sponsors Voice e.V.),
Moderation: Prof. Dr. C. Breuer (Deutsche Sporthochschule Köln)

Neuer Senatssaal - International Presentations

S. Chatrath & Dr. S. Wengler (Freie Universität Berlin): Pricing for Sports Sponsorships,
Prof. Dr. H. Dietl, Prof. Dr. E. Franck & J. Hillebrandt (University of Zurich): Corporate Social Responsibility in Professional Team Sports: National Football League (NFL) versus UEFA Champions League,
C. Deutscher & Dr. J. Prinz (University of Paderborn): Sabotage in Tournaments with Heterogeneous Contestants: A field study,
Chair: Dr. G. King (German Sport University Cologne)

FREITAG | 21.11.08 | 12:00-13:00 Uhr

Hörsaal 1 - Podiumsdiskussion: Quo vadis Sportjournalismus? Sportberichterstattung im Spannungsfeld zwischen journalistischem und ökonomischem Anspruch

Prof. Dr. J. Kruse (Universität der Bundeswehr Hamburg),
Prof. Dr. S. Weischenberg (Universität Hamburg),
S. Hellmann (Premiere)
Moderation: Prof. Dr. T. Schierl (Deutsche Sporthochschule Köln)

FREITAG | 21.11.08 | 14:00-15:30 Uhr

Auditorium 1 - 9th Symposium: Legal Aspects to Market Media Rights in Sport

M. E. Orth: Joint Selling of Football Media Rights under EC Competition Law - The German Experience,
A. Butta: Joint selling of TV Football Rights under EC Competition Law - The Italian experience,
Chair: Prof. Dr. C. Breuer (German Sport University Cologne)

Hörsaal 2 - Call for Papers-Präsentationen

M. Dohle & Prof. Dr. G. Vowe (Universität Düsseldorf): Passt sich der Sport an die Medienlogik an? Theoretischer Rahmen und empirische Befunde,
M. Breuer (Universität Jena): Sport in den neuen Medien- dargestellt am Beispiel des eSports,
Moderation: Dr. T. Horky (Deutsche Sporthochschule Köln)

Sport+Markt Arena - Call for Papers-Präsentationen

T. Schlesinger, Prof. Dr. S. Nagel & A. Kriegs (Technische Universität Chemnitz): Wirkungen von Doping im Spitzensport auf Sponsoren,
Prof. Dr. G. Ellert & R. Hohenuer (Macromedia FH Medien): Animierte vs. klassische Banden - eine Eye-Tracking-Studie gibt Aufschluss,
F. Lemān (Universität der Bundeswehr München): Sportsponsoring im Wirkungsvergleich - eine experimentelle Untersuchung am Beispiel der Formel 1,
Moderation: Dr. M. Schubert (Deutsche Sporthochschule Köln)

Neuer Senatssaal - Praktiker-Präsentationen

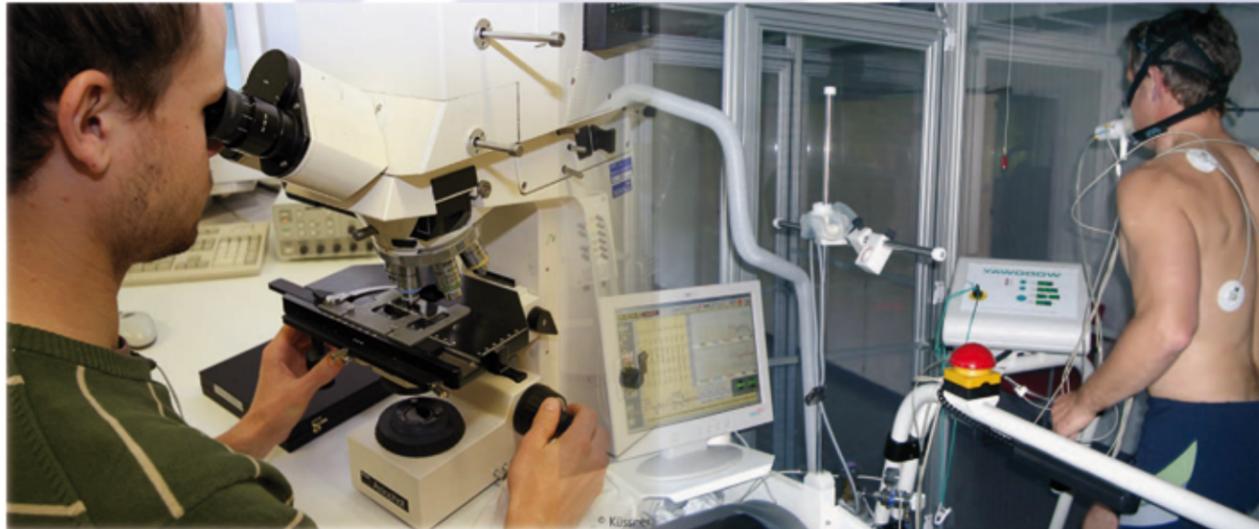
M. Bellinghausen & Prof. Dr. J. Buschmann (Deutsche Sporthochschule Köln): Public Private Partnership im Sport,
Prof. Dr. V. Elter (KPMG/FH Heidelberg): Sport- und mediale Rechte,
D. Sack (b.a.n.g.): Vermarktung, Kommunikation und Medienplatzierung von Sportlern am Beispiel Nick Heidfeld,
Moderation: A. Sierau (Deutsche Sporthochschule Köln)

FREITAG | 21.11.08 | 16:00-17:00 Uhr

Neuer Senatssaal - Mitgliederversammlung ASS Alumni Sportökonomie & Sportmanagement der DSHS e.V.

Deutsche Sporthochschule Köln - qualifizierte Ausbildung und internationale Forschung

European
Sport University



Qualifizierte Ausbildung und internationale Forschung - dafür steht die Deutsche Sporthochschule Köln - einzige Sportuniversität in Deutschland mit aktuell 5.200 Studierenden aus 59 Ländern. Studieninteressierten bietet die Hochschule moderne Bachelor- und Masterstudiengänge sowie Lehramtsstudiengänge für unterschiedliche Schultypen.

Forschung an der Deutschen Sporthochschule Köln hat viele Facetten. Das renommierte Dopinglabor des Instituts für Biochemie unterstützt in enger Zusammenarbeit mit der Welt-Anti-Doping-Agentur den internationalen Kampf gegen Doping, Experimente des Instituts für Physiologie und Anatomie flogen an Bord der MIR oder der Columbia mit ins All und im neuen Forschungszentrum für Leistungssport arbeiten die beteiligten Institute Hand in Hand mit den Olympiastützpunkten, dem LandesSportBund NRW, Ärzten, Trainern und Betreuern der einzelnen Athletinnen und Athleten.

Der Hochschulcampus direkt am Sportpark Müngersdorf bietet Studierenden wie auch Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern hervorragende Studien-, Arbeits- und Lebensbedingungen.

Deutsche Sporthochschule Köln ... eine gute Adresse.

Deutsche Sporthochschule Köln

Am Sportpark Müngersdorf 6
50933 Köln
Tel. 0221 4982-0
Fax 0221 4982-8330
info@dshs-koeln.de
www.dshs-koeln.de

Rektor Univ.-Prof. mult. Dr. Walter Tokarski

Kanzler Dr. Johannes Horst

Presse-, Informations- & Transferstelle

Sabine Maas
Tel. 0221 4982-3850
pressestelle@dshs-koeln.de

Marketing & Sponsoring

Kai Viebahn
Tel. 0221 4982-6091
marketing@dshs-koeln.de

Gründungsjahr 1947

Studierende ca. 5.200

Institute 19

Bachelorstudiengänge

B.A. Sportmanagement und Sportkommunikation
B.A. Sport, Gesundheit und Prävention
B.A. Sport, Erlebnis und Bewegung
B.Sc. Sport und Leistung

Masterstudiengänge

M.A. Bewegung und Sport im Alter
M.A. Sporttourismus und Erholungsmanagement
M.A. Sport, Medien und Kommunikationsforschung

ab Wintersemester 2009/2010:

M.Sc. Sporttechnologie
M.Sc. Exercise Science and Coaching
M.Sc. Sportökonomie
M.A. Rehabilitation und Gesundheitsmanagement

Das Institut für Sportökonomie und Sportmanagement

19



Die Mitarbeiter/Innen des Instituts (v.l.n.r.): Dr. Gregor Hovemann, Daniel Levedag, Pamela Wicker, Till Oesterle, Stefan Walzel, Kirstin Hallmann, Stefan Eickelmann, Christoph Schulze Düllo, Prof. Dr. Heinz-Dieter Horch, Odile Bressat, Gregor Hackforth, Sonja Telkmann, Jan Buchwald, Malte Klocke, Jan Kremer, Serdar Coskun, Tim Pawlowski, Dr. Sandrine Poupaux, Torben Jarosch, Prof. Dr. Christoph Breuer. Es fehlen: Christoph Becker, Hannah Brett, Martin Forst, Katinka Kleinheinz, Sonja Musekamp, Verena Römisch, Dr. Manfred Schubert, Maico Strauss.

Das Institut

Das 1989 gegründete Institut für Sportökonomie und Sportmanagement kann inzwischen auf eine fast 20-jährige, überaus erfolgreiche Geschichte zurückblicken. Mit den beiden Lehrstühlen für Sportökonomie (Prof. Dr. H.-D. Horch) und Sportmanagement (Prof. Dr. C. Breuer), 12 wissenschaftlichen MitarbeiterInnen und ca. 800 Studierenden im Studienschwerpunkt „Ökonomie und Management“ hat sich das Institut in dieser Zeit zu einem der weltweit größten Ausbildungs- und Forschungseinrichtungen auf den Gebieten der Sportökonomie und des Sportmanagements entwickelt. Das Institut versteht sich als Anbieter qualitativ hochwertiger Dienstleistungen in Forschung, Lehre und Beratung und verbindet damit den Anspruch, wichtige Beiträge sowohl zur Entwicklung der Sportökonomie als wissenschaftliche Fachdisziplin als auch zur Professionalisierung des Sportmanagements als berufliches Aufgabenfeld zu leisten.

Die Forschung

Aktuelle Projekte:

- Finanz- und Strukturanalyse für die Deutsche Reiterliche Vereinigung (FN)
- Finanz- und Strukturanalyse für den Deutschen Fußballbund (DFB)
- Evaluation von Corporate Hospitality im Sport
- Sportentwicklungsbericht für Deutschland Wellen 2 & 3 (vormals: Finanz- und Strukturanalyse des deutschen Sports, Auftraggeber: BISp)
- Sportentwicklungsplanung für die Landeshauptstadt München (Landeshauptstadt München)

Bereits durchgeführte Projekte in den letzten Jahren (Auswahl):

- Competitive Balance in Professional Soccer/UEFA Champions League (Ernst & Young)
- Machbarkeitsstudien für Sportgroßveranstaltungen

- Ökonomische Effekte der World Equestrian Games Aachen 2006 (Aachener Reittournee GmbH)
- Machbarkeitsstudie DTM-Stadtkurs Düsseldorf
- Strategie- und Effizienzanalyse des Leichtathletik-Verbandes Nordrhein
- Berufsfeld- und Absolventenstudien
- Evaluation von Corporate Hospitality bei den Olympischen Spielen in Peking (Deutsche Sport-Marketing GmbH)
- Sportentwicklungsplanung für die Landeshauptstadt und Europäische Hauptstadt des Sports 2007 Stuttgart (Landeshauptstadt Stuttgart)
- Marktanalyse Sportanlagen-Finanzierungsberatung (IAKS Deutschland)

Die Ausbildung

Das „Kölner Modell“ der Studiausbildung im Bereich der Sportökonomie und des Sportmanagements kennzeichnet zum einen eine starke integrative Verknüpfung von wirtschafts- und sozialwissenschaftlichem Grundlagenwissen mit dem Gegenstand „Sport“. Dies bedeutet, dass neben den wirtschaftswissenschaftlichen Grundlagenfächern Veranstaltungen z. B. in Sportmarketing, Sportsponsoring, Sportbetriebslehre, Rechnungswesen im Sport und Sportanlagenmanagement einen sehr hohen Stellenwert besitzen. Zum anderen ist mit der Ausbildung der Anspruch verbunden, über verschiedene Lehr- und Lernformen, Praktika, Fallstudien, Gastvorträge und die Zusammenarbeit mit Lehrbeauftragten aus dem Sportmanagement ein hohes Maß an Praxisorientierung zu gewährleisten. Das Institut sowie das Ausbildungsprogramm profitieren darüber hinaus von ihrer Einbettung in die Deutsche Sporthochschule Köln, die zu den größten und weltweit führenden Einrichtungen in der sportwissenschaftlichen Forschung sowie Lehre zählt und Kontakte zu 50 Partneruniversitäten in 32 Ländern pflegt.



Studieren an der Deutschen Sporthochschule Köln

Die Ansprüche an eine sowohl praxisorientierte als auch wissenschaftlich fundierte Ausbildung erfahren mit der Einführung der Bachelor- und Masterstudiengänge eine neue Akzentuierung. Im Wintersemester 2007/08 startete der sechsemestrige Bachelor-Studiengang „**B.A. Sportmanagement und Sportkommunikation**“ mit 90 Studierenden. Auf einem breiten Grundlagenwissen in verschiedenen Bereichen der Sport-, Wirtschafts- und Kommunikationswissenschaften aufbauend werden im berufsorientierten Teil des Studiums u. a. Veranstaltungen zur Medienwirtschaft, zur Sportkommunikation, zum Sport- und Medienrecht und der Finanzierung im Sport angeboten.

Für das Wintersemester 2009/10 ist der Start des Master-Studiengangs „**Sportmanagement (MSc.)**“ geplant, deren Lehrveranstaltungen komplett in englischer Sprache stattfinden werden. Neben der internationalen Ausrichtung zeichnet sich dieser Studiengang durch eine ausgeprägte Forschungsorientierung aus. Zu den Lehrinhalten gehören u. a. International Sport Governance, Sport Economics, Sport Business Administration, Sport Marketing Research, Sport Management Research, Financing in Sport. Mit seinen hohen Ansprüchen an die Fach-, Methoden- und Sozialkompetenz der Studierenden verbindet sich das Ziel der beruflichen Qualifizierung für Führungspositionen in der Sportbranche und der Vorbereitung auf ein Promotionsstudium bzw. eine wissenschaftliche Laufbahn.

Die 1947 gegründete **Deutsche Sporthochschule Köln** ist eine gute Wahl bei der Entscheidung eines sportwissenschaftlichen Studiums in den Bereichen Sportökonomie, Sportmanagement sowie Sport- und Medienkommunikation. Als „Europäische Sportuniversität“ sowie einzige deutsche Sportuniversität verfügt sie über ein Alleinstellungsmerkmal im europäischen Hochschulraum. In 19 Instituten wird Spitzenforschung in den vielfältigen Bereichen der Sportwissenschaft betrieben. Mehr als 5.000 Studierende aus 59 Ländern nutzen bereits die hervorragenden Studienbedingungen, um den Grundstein für ihre berufliche Zukunft zu legen. Die Studierenden schätzen an der Deutschen Sporthochschule Köln aber auch das echte Campusleben, die Nähe zum Kölner Grüngürtel sowie die Stadt Köln als multikulturelle Metropole im Herzen Europas.

Weitere Informationen: www.dshs.de



„Wie fruchtbar ist der kleinste Kreis, wenn man ihn wohl zu pflegen weiß.“

Bestimmt hatte J. W. v. Goethe dabei nicht an einen Absolventenverein gedacht, als er diese Zeilen niederschrieb, aber dennoch hätte es durchaus der Wahlspruch sein können, als sich am 23. Oktober 2001 die 14 Gründungsmitglieder zur ersten Mitgliederversammlung des „ASS Alumni Sportökonomie/Sportmanagement an der Deutschen Sporthochschule Köln e.V.“ trafen.

Die ersten Alumnivereine entstanden im anglo-amerikanischen Raum, woher auch der Begriff „Alumni“ entstammt und übersetzt so viel wie „ehemaliger Student“ heißt. Mit dem Ziel, auch über die Studienzeit hinaus Kontakt zu der ausbildenden Universität und den einstigen Kommilitonen zu halten, sind diese damals gegründeten Vereinigungen heute zum Teil über mehrere tausend Mitglieder stark, die nicht selten überall in der Welt beruflich tätig sind.

Erst in den letzten Jahren haben auch deutsche Universitäten die Vorteile solcher Absolventenvereinigungen für sich entdeckt. Mit dem Ziel des Aufbaus und der Pflege eines Netzwerkes von Absolventen, Studierenden und den Mitgliedern des Instituts gründete sich der Absolventenverein Sportökonomie und Sportmanagement der Deutschen Sporthochschule Köln. Mit den ehemaligen Studierenden, die nun im Bereich der Sportökonomie bzw. des Sportmanagements beruflich tätig sind, einerseits und den Lehrenden des Instituts auf der anderen Seite soll ein Brückenschlag zwischen Praxis und Theorie geschaffen werden, der nicht nur diesen beiden Seiten, sondern auch den aktuell Studierenden zu Gute kommt. Diese Plattform stellt nicht nur die Möglichkeit dar, beruflich und fachlich interessante Verbindungen zu knüpfen und zu pflegen, sondern soll auch den persönlichen Beziehungen der „Ehemaligen“ untereinander dienen. Zudem soll der Absolventenverein zu einer stärkeren Bindung der Absolventen an ihre Alma Mater auch lange nach Abschluss des Studiums führen.

Mittlerweile ist dieser „kleine Kreis“ von 14 Gründungsmitgliedern auf mehr als 400 ASS-Mitglieder angewachsen. Durch die ASS-Internetseite mit der Mitgliederdatenbank als Knotenpunkt des Vereins sowie durch den regelmäßigen

Newsletter besteht die Möglichkeit zur Information und Kontaktaufnahme. Zusätzlich hat der ASS ganz aktuell eine exklusive Community unter dem Dach der hochschulweiten Plattform „Spoho.net“ gegründet, um den Erfahrungs- und Informationsaustausch zwischen den Mitgliedern weiter zu optimieren.

Ein Ziel des Vereins ist es, den Studierenden und jungen Absolventen beim Übergang von der Hochschule in den Beruf hilfreich zur Seite zu stehen. Dementsprechend werden in jedem Semester Bewerbungs- und Softskillseminare, Assessment-Center-Trainings sowie Existenzgründungsseminare angeboten. Außerdem erfreuen sich die regelmäßigen Kamingsgespräche mit praxiserfahrenen Absolventen, die von ihrem beruflichen Werdegang berichten, bei den Studierenden größter Beliebtheit. Für die Zukunft steht die Konzipierung und Etablierung eines Absolventenjahrbuches an, um interessierten Unternehmen die Möglichkeit zu bieten, sich einen Überblick über die Absolventen der Kölner Sportökonomie zu verschaffen und Kontakt zu diesen aufzunehmen. Zum 6. Deutschen Sportökonomie-Kongress lädt der ASS seine Mitglieder am Abend des 20.11.08 zum „Homecoming“ ins RheinEnergieStadion zu Köln ein, um den Kongresstag in geselliger Runde ausklingen zu lassen. Im Anschluss an die letzte Kongressveranstaltung findet am Freitag, den 21.11.08 ab 16 Uhr die Jahreshauptversammlung im Neuen Senatssaal statt, zu der alle ASS-Mitglieder herzlich eingeladen sind.

Unser Motto lautet: Wir sind stolz, Absolventen der Deutschen Sporthochschule zu sein. Wir halten zusammen. Es sollte daher selbstverständlich sein, Mitglied des Absolventenvereins zu sein. Dabei kann der Verein nur durch aktive Mitarbeit seiner Mitglieder leben. Deshalb sagen wir - frei nach J. F. Kennedy: Don't ask what your alumni club can do for you. Ask what you can do for your alumni club. Der ASS ist während des Kongresses mit einem Stand auf der Sport-Business Messe präsent und freut sich darauf, dort sowohl Mitglieder als auch Interessenten begrüßen zu dürfen.

www.sportoekonomie-ass.de



Das Organisationskomitee

Die Kongressleitung (v.l.n.r.) Stefan Eickelmann, Verena Römisch, Christoph Schulze Düllo, Hannah Brett, Sonja Museskamp, Tanja Jost, Dr. Gerhard Nowak, Stefan Walzel, Daniela Schaaf.



Prof. Dr. C. Breuer | Wissenschaftliche Leitung

Im Jahre 2004 kehrte Prof. Dr. C. Breuer an die Deutsche Sporthochschule Köln zurück und ist seitdem Inhaber des Lehrstuhls für Sportmanagement und stellvertretender Leiter des Instituts für Sportökonomie und Sportmanagement.

Prof. Dr. H.-D. Horch | Wissenschaftliche Leitung

Als Inhaber des Lehrstuhls für Sportökonomie und geschäftsführender Leiter des Instituts für Sportökonomie und Sportmanagement hat Prof. Dr. H.-D. Horch diese Disziplin in Lehre und Forschung an der Deutschen Sporthochschule in den letzten fast 20 Jahren maßgeblich vorangetrieben. Der Deutsche Sportökonomie-Kongress spielt in dieser positiven Gesamtentwicklung eine sehr zentrale Rolle.

Prof. Dr. T. Schierl | Wissenschaftliche Leitung

Seit dem Jahr 2004 ist Prof. Dr. T. Schierl an der Deutschen Sporthochschule Köln tätig und leitet seit dem das Institut für Medien- und Kommunikationsforschung.

Prof. Dr. S. Kaiser | Kongress Gesamtleitung

Bis zum 30. Juni 2008 oblag die Kongressleitung noch Sebastian Kaiser. Zum 01.07.2008 folgte er dem Ruf an die Fachhochschule Kufstein/Tirol und ist dort stellvertretender Studiengangsleiter für Sport, Kultur und Event Management. Nach Studium und Promotion an der Deutschen Sporthochschule strebt er nun seine Habilitation an.

Stefan Walzel | Kongress Gesamtleitung

Im Jahr 2005 schloss Stefan Walzel sein Studium der Sportwissenschaften mit dem Schwerpunkt Sportökonomie und Sportmanagement an der Deutschen Sporthochschule Köln ab. Seit Oktober 2007 ist er Mitarbeiter am Institut für Sportökonomie und Sportmanagement, wo er neben der Lehre seine Promotion zum Thema Evaluation von Corporate Hospitality Maßnahmen anstrebt.

Verena Römisch | Catering und Side-Events

Nach zwei Jahren als studentische Hilfskraft ist Verena Römisch mittlerweile seit Oktober 2005 Mitarbeiterin am Institut für Sportökonomie und Sportmanagement. Sie wirkt bereits zum vierten Mal im Organisationskomitee des Deutschen Sportökonomie-Kongress mit, wobei Sie im Jahr 2006 die Kongress Gesamtleitung inne hatte.

Stefan Eickelmann | Referenten- und Teilnehmermanagement

Stefan Eickelmann ist Absolvent der Deutschen Sporthochschule Köln. Dort arbeitete er bis zum Abschluss des Studiums der Sportwissenschaft im Oktober 2007 als studentische Hilfskraft am Institut für Sportökonomie und Sportmanagement. Seitdem ist er an diesem Institut Mitarbeiter, seine Schwerpunkte sind PR, Werbung und Sponsoring im Sport.

Daniela Schaaf | Organisation der 25-Jahrfeier des IKM

Zunächst durchlief Daniela Schaaf eine Ausbildung zur Werbekauffrau und absolvierte anschließend ein Studium der Betriebswirtschaftslehre in Köln. Nach dem Abschluss des Master-Studiums Medienmanagement ist sie nun seit 2005 Mitarbeiterin am Institut für Kommunikations- und Medienforschung der Deutschen Sporthochschule Köln, wo Sie derzeit promoviert. Ihre Forschungsschwerpunkte sind Medienökonomie, Werbung und Prominenz.

Dr. Gerhard Nowak | PR- und Öffentlichkeitsarbeit

Gerhard Nowak absolvierte sein Studium der Sportwissenschaften an der Deutschen Sporthochschule Köln, wo er im Jahre 1988 seinen Abschluss als Diplom-Sportlehrer mit Schwerpunkt Sportpublizistik machte. Ebenfalls 1988 gründete er die Sportline GmbH, die sich hauptsächlich mit Eventorganisation und Eventmanagement befasst und deren Geschäftsführer er bis heute ist. Im Jahr 2008 promovierte Dr. Nowak am Institut für Kommunikations- und Medienforschung der Deutschen Sporthochschule Köln mit dem Thema „Ökonomische Aspekte der Sportberichterstattung in deutschen Tageszeitungen von 1984 bis 2006“.

Die Team-Leiter und Helfer

Ein großer Dank muss an dieser Stelle den Team-Leitern sowie den vielen freiwilligen Helfern ausgesprochen werden. Sie leisten einen großen Beitrag zum Gelingen des Kongresses, besonders während der Kongresstage. Ihrer Unterstützung ist es zu verdanken, dass die Teilnehmer einen angenehmen Kongressaufenthalt erleben. Die Team-Leiter sind: Hannah Brett, Tanja Jost, Catrin Müller, Sonja Museskamp, Jürgen Neher, Alexander Nehls, Christoph Schulze Düllo, Swantje Simon, Christian Wiens, Solveig Wörzberger und Ingo Zender.



Werden Sie Mitglied....

...denn die Unterstützung der Arbeit der Mitglieder und die Darstellung der Sportökonomie und des Sportmanagements stehen auf der Tagesordnung des VSD e.V.

Gegründet am 18. Dezember 1996 in Bayreuth und seit Januar 2006 mit Verbandssitz in Heidelberg, ist der Verband im Herzen Deutschlands und Europa positioniert und mit Ansprechpartnern in München, Frankfurt/Main, Köln, Düsseldorf, Stuttgart, Hamburg und Berlin bundesweit vernetzt.

Unsere Mitglieder arbeiten u.a. in folgenden Unternehmen: Adidas, Akzio!, Angola Fußballverband, DFB e.V., Deutsche Volleyball Liga, Deutsche Bank, Deutscher Olympischer Sportbund, Deutsche Telekom, Dunlop, DSF, dpa Picture-Alliance, Erdinger, Experience (ehemals Schmidt und Kaiser), FIFA, IFM Media, IMG GmbH, O2, Porsche, Puma, Premiere, Roth & Lorenz, Runners Point, Sportfive, Stiftung Deutsche Sporthilfe, Warsteiner, Wilson... u.v.m

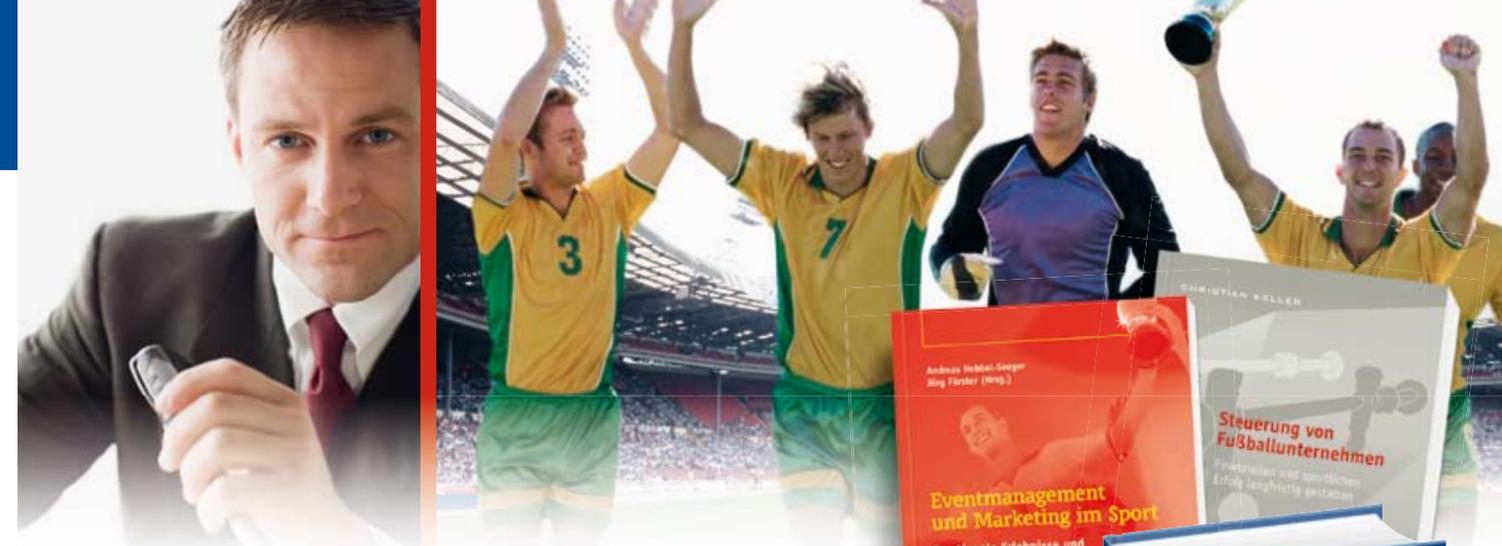
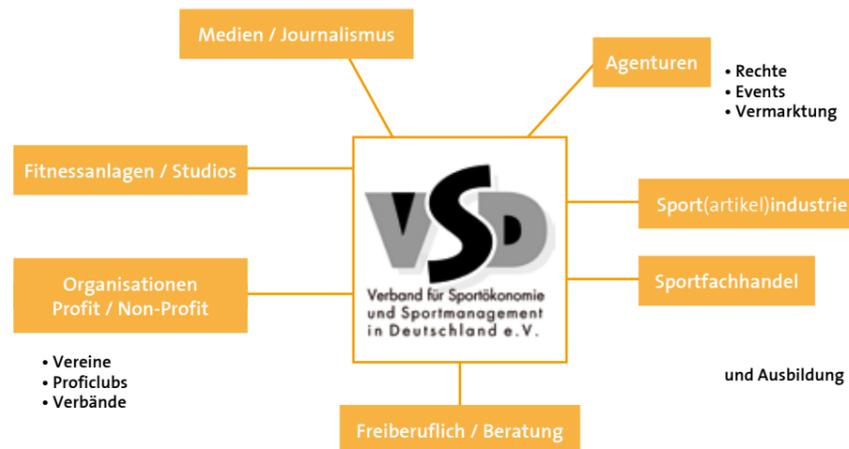
Im Fokus steht das Netzwerken und der Austausch unserer Mitglieder, welche im Sportmanagement in Deutschland arbeiten. Wir beraten und unterstützen bei Fragen der Ausbildung und der beruflichen Praxis und unterscheiden folgende Tätigkeitsfelder:

Machen Sie mit beim Austausch unter Gleichgesinnten im Sportmanagement. Nutzen Sie die Möglichkeit sich zu vernetzen. Der VSD ist auf einer Vielzahl von sport- und sportökonomischen Veranstaltungen, wie der ISPO, dem ISPO Sportsponsoringkongress (SpoBIS), dem Heidelberger Sportbusinessforum, dem Deutschen Sportökonomie-Kongress, u.v.m. regelmäßig präsent! Last but not least: Wir stehen in Verbindung mit den wichtigsten Aus- und Weiterbildungsstätten unserer Branche in Bayreuth, Bielefeld, Bochum, Braunschweig/Wolfenbüttel, Chemnitz, Düsseldorf, Gießen, Göttingen, Heidelberg, Heilbronn/Künzelsau, Köln, Leipzig, Koblenz / Remagen, Tübingen, St. Gallen/Schweiz, Stuttgart,... und dem Arbeitskreis Sportökonomie e.V.

Aktuelle Informationen, der VSD-Newsletter, Termine und die Online-Mitgliedschaft gibt es unter: www.vsd-online.de.



Achtung VSD ISPO-Aktion - Für Mitglieder und Personen in der Ausbildung:
Bestellen Sie ab 1.12.2008 unter www.vsd-online.de Freikarten für die ISPO in München (1.-4. Februar 2009) mit VSD-Get-Together!



Sportmanagement: Praxiswissen für Sie



Faszination Sportevent

Wie gelingt es Sportevents zu Zuschauer magneten zu machen? Das erfahren Sie in diesem Buch. Namhafte Experten

- benennen wesentliche Maßgaben aus Sicht von Medien, Agenturen, Wissenschaft und Verwaltung
- beschreiben die Kernelemente von Sportevents, Eventarten, Kosten und Nutzen, rechtliche Aspekte, PR-Strategien
- geben aufschlussreiche Analysen der Sportevent-Praxis anhand zahlreicher konkreter Beispiele.

Ihr Medienpaket: Die zum Buch gehörende DVD gewährt Ihnen zusätzliche Einblicke mit Videointerviews, Veranstaltungstrailern, Fotostrecken und Clippings. Im Internet können Sie eine Video-Podcast-Serie nutzen und über die virtuelle Welt „Secondlife“ aktiv an Vorträgen und Diskussionen teilnehmen.

Eventmanagement und Marketing im Sport

Emotionale Erlebnisse und kommerzieller Erfolg
Dr. Andreas Hebbel-Seeger und Jörg Förster (Hrsg.)
2008, 232 Seiten, mit DVD, Euro (D) 49,95
ISBN 978 3 503 10684 4

Weitere Informationen zum Werk online unter [www.ESV.info/978 3 503 10684 4](http://www.ESV.info/978_3_503_10684_4)

Steuern Sie Ihren Verein zum Erfolg!

Wie bleiben Sie mit Ihrem Club sportlich erfolgreich und sichern gleichzeitig seine finanzielle Stabilität? Christian Keller bietet Ihnen einen fundierten Leitfaden zur Steuerung wirtschaftlicher und sportlicher Aufgaben im Profisport:

- Vor- und Nachteile verschiedener Steuerungswerkzeuge
- Konzepte zur Leistungsoptimierung
- Gestaltungsempfehlungen für den erfolgreichen Wandel vom Verein zum Unternehmen.

Umfassend und praxisnah: Das Werk beleuchtet strategische wie auch operative Managementaufgaben mit zahlreichen Beispielen. So führen Sie Ihren Verein zielorientiert und noch professioneller!

Steuerung von Fußballunternehmen

Finanziellen und sportlichen Erfolg langfristig gestalten

Von Dr. Christian Keller
2008, XX, 381 Seiten, mit zahlreichen Abbildungen und Checklisten, Euro (D) 49,95, ISBN 978 3 503 11040 7
KulturKommerz, Band 16

Weitere Informationen zum Werk online unter [www.ESV.info/978 3 503 11040 7](http://www.ESV.info/978_3_503_11040_7)

Das Unternehmen Sport

Solide wirtschaften – innovativ führen: Renommiertere Sportökonomie-Experten verraten Ihnen,

- welche Besonderheiten für den Wirtschafts- und Wachstumsmarkt Sport gelten,
- wie Sie die betriebswirtschaftlichen Disziplinen im Sportmanagement anwenden,
- welche aktuellen Trends das Sportmarketing prägen und
- wie sich der Arbeitsmarkt für Sportmanager entwickelt.

Mit zahlreichen Beispielen, Fallstudien und Kontrollfragen – ideal für Praxis und Studium.

Management und Marketing im Sport

Betriebswirtschaftliche Grundlagen und Anwendungen der Sportökonomie

Prof. Dr. Gerd Nufer und Dr. André Bühler (Hrsg.)
2008, IX, 559 Seiten, mit zahlreichen Abbildungen, fester Einband, Euro (D) 59,95, ISBN 978 3 503 11007 0

Weitere Informationen zum Werk online unter [www.ESV.info/978 3 503 11007 0](http://www.ESV.info/978_3_503_11007_0)

Bestellungen bitte an den Buchhandel oder direkt an:

Erich Schmidt Verlag GmbH & Co.
Genthiner Str. 30 G · 10785 Berlin
Fax: 030/25 00 85-275 · Tel.: 030/25 00 85-265
ESV@ESVmedien.de · www.ESV.info



Unser besonderer Dank gilt folgenden Unternehmen und Institutionen:

Premium Partner



Partner



Förderer



Gesellschaft der Freunde und Förderer der Deutschen Sporthochschule Köln e.V.

Impressum



Deutsche Sporthochschule Köln
German Sport University Cologne

Institut für Sportökonomie und Sportmanagement

Am Sportpark Müngersdorf 6
50933 Köln
Fon: +49 (0)2 21 / 49 82-64 80
Fax: +49 (0)2 21 / 49 82-81 40

info@dsk2008.de
www.dsk2008.de

Programmheft:

Redaktion: Stefan Walzel (Leitung), Stefan Eickelmann, Jan Kremer, Mark Ludwig, Dr. Gerhard Nowak, Dr. Manfred Schubert

Gestaltung: Jasmina Schröder

Fotos: Stefan Eickelmann, Kölner Sportstätten GmbH, Laureus Sport for Good Foundation Deutschland, Pressestelle DSHS Köln, Lena Overbeck, Foto Seite 21: photocase.de © stm, Foto Seite 6: photocase.de © daniel.schoenen



WIR SUCHEN TEAMPLAYER BRINGEN SIE SICH INS SPIEL

Als das führende internationale Forschungs- und Beratungsunternehmen überwachen, bewerten und optimieren wir die Engagements unserer Kunden im Sportbusiness.

Unsere Kernkompetenzen sind:

- **Strategische und operative Sponsoringberatung**
- **Sponsoring- und Werbeerfolgskontrolle**
- **Bewertung und Kontrolle von Medien-, Marken- und Marketingrechten**

Wir entwickeln individuelle Lösungen für zahlreiche Unternehmen, Verbände, Clubs und Vermarkter. Zu unseren Kunden zählen BMW, Sportfive, Coca Cola, FIFA, FC Bayern München, UEFA und viele mehr.

Unser Team besteht aus über 100 sportbegeisterten Kolleginnen und Kollegen aus dem In- und Ausland.

Wenn auch Sie Interesse daran haben, Teil unseres erfolgreichen Teams zu werden, dann freuen wir uns darauf, Sie kennen zu lernen. Informationen zu aktuellen Stellenangeboten und unseren Einstellungs-voraussetzungen finden Sie auf unserer Homepage.

„Sportssponsoring-Kongress“ heißt jetzt „SpoBiS“

von 1998 bis 2008



NEU ab 2009



SpoBiS

Sports • Business • Summit

02. / 03.02.2009 | ICM München

Europas größter Sportbusinesskongress ändert seinen Namen!

Der ISPO Sportssponsoring-Kongress ändert seinen Namen und wird in Zukunft „ISPO SpoBiS“ heißen. Die Abkürzung „SpoBiS“ steht für den

neuen Namen des Branchentreffs in München, der künftig „Sports Business Summit“ lauten wird.

- über 1.500 Teilnehmer
- mehr als 180 Referenten
- bis zu 17 Foren zu Spezialthemen
- über 30 aktive Kongress-Partner

Veranstalter:

