

PRESSEMITTEILUNG

Einzigartige Kombination:

B.A. Sportjournalismus & Sportmarketing ab Herbst 2013 an der FHM Köln

Köln, 06.06.2013. Die Fachhochschule des Mittelstands (FHM) in Köln bietet ab Herbst 2013 einen neuen Studiengang an, der bundesweit erstmals die Themenfelder Sportjournalismus und Sportmarketing zu einem dreijährigen Bachelor-Studiengang zusammenfasst. Damit reagiert die FHM auf die zunehmende Professionalisierung des Sportjournalismus und des Sportmanagements sowie auf die Entwicklung des Sports hin zu einem lokalen, regionalen und internationalen Wirtschaftsfaktor. Wie bei ihrem gesamten Studienprogramm legt die FHM auch bei dem neuen Bachelor-Studiengang großen Wert auf eine intensive Verzahnung von Wissenschaft und Praxis. Gestern wurde der Studiengang erstmals der Presse vorgestellt.

„Ziel des Studiengangs am FHM-Mediencampus in Köln ist es, jungen Menschen die Studieninhalte aus den Bereichen Sportökonomie, Sportkommunikation und Sportmarketing wissenschaftlich fundiert und berufspraktisch nahe zu bringen und ihnen dabei klarzumachen, dass ein qualitativ anspruchsvoller Sportjournalismus Unabhängigkeit und Distanz benötigt“, so Professor Dr. Jens Große. Leiter der FHM Köln und ehemaliger Sportjournalist. Insbesondere im Umgang mit den Marketingabteilungen großer Sportorganisationen und -unternehmen müsse ein angehender Sportjournalist die Mechanismen der Unterhaltungsindustrie Sport nachvollziehen, um seine Aufgabe unabhängig und kompetent umsetzen zu können. Ein PR- und Marketing-Experte wiederum müsse die Regeln des Umgangs mit der medialen Öffentlichkeit nicht nur kennen, sondern auch verstehen und akzeptieren lernen, so Große.

Rolf M. Kilzer, Geschäftsführer des Stadtsportbundes Köln, betont: „Köln ist eine sehr sportliche Stadt mit vielen populären Vereinen. Aber auch die Breitensportvereine professionalisieren sich zunehmend. Insbesondere im Bereich des Sportmanagement sind daher Fachkräfte gefragt, die sich im Sportjournalismus ebenso gut auskennen wie im Sportmarketing. Schließlich hat der Sport nicht nur eine gesellschaftspolitische Dimension, sondern ist vielfach auch lokaler und regionaler Wirtschaftsfaktor.“

Die Diskussionen rund um die Populärkultur des Sports sind in der Gesellschaft zur alltäglichen kulturellen Ausdrucksform geworden. Ihre medienwissenschaftlichen und marketingspezifischen Aspekte zu erkennen, zu verstehen und praktisch anwenden zu können, ist legitimes und notwendiges Interesse auch von wissenschaftlichen Bemühungen. Diesem Anspruch verpflichtet sich die Fachhochschule des Mittelstands mit ihrem neuen Bachelor-Studiengang Sportjournalismus & Sportmarketing. Der Start des neuen Studiengangs ist für Oktober 2013 geplant. Ein Auswahlverfahren für die Immatrikulation ist verpflichtend. Die Hochschule verfügt zudem über ein weitverzweigtes Netz an Kooperationspartnern in Form von Sportredaktionen von Tageszeitungen, Sportverbänden, Kommunikationsabteilungen der Großindustrie sowie einem erfolgreichen Fußball-Bundesligisten.

Weiterführende Informationen auch unter <http://www.fh-mittelstand.de/sportjournalismus>.

PRESSEKONTAKT:

Melanie Schulte M.A. | FHM Bielefeld | Ravensberger Str. 10G | 33602 Bielefeld
Tel 0521. 96655-122 | Fax 0521. 9665511 | schulte@fh-mittelstand.de