

Nationale und internationale Referenten beim ersten Social Media und Sport Workshop im Signal Iduna Park

RESULT Sports und die Fachhochschule für angewandtes Management (FHAM) kooperieren beim ersten Social Media und Sport Workshop in Dortmund.

Die Fakultät für Sportmanagement an der Fachhochschule für angewandtes Management beteiligt sich am ersten Social Media und Sport Workshop im Signal Iduna Park. Host des am 07.11.2011 ab 9:30 Uhr stattfindenden Workshops ist das Münchner Unternehmen RESULT Sports.

Referenten und Zuhörer der als Fachtagung konzipierten Veranstaltung sind Manager, die in ihren Vereinen diesen Bereich verantworten. Die Veranstaltung wird gegen 17 Uhr enden. Neben Referenten aus dem Fußball vom VfL Wolfsburg, Borussia Dortmund und dem Hamburger SV wird auch die Basketball Bundesliga, der Deutsche Olympische Sportbund und mit den Kölner Haien der Eishockeysport auf dem Podium vertreten sein. Ein besonderes Highlight ist die Teilnahme des türkischen Spitzenclubs Galatasary Istanbul.

„Wir haben mittlerweile rund 44 Anmeldungen, das Interesse an diesem Workshop ist riesig und wir freuen uns darüber, ein erstklassig besetztes Referentenfeld präsentieren zu können“, so der Geschäftsführer der RESULT Sports Mario Leo, Veranstalter des Workshops.

Prof. Dr. Florian Kainz, Vizepräsident der Fachhochschule für angewandtes Management und Dekan der Fakultät Sportmanagement meint dazu: „Social Media ist im Sport ein Feld, das zunehmend an Bedeutung gewinnt und an der Fakultät für Sportmanagement im Bereich der Forschung und als Arbeitsfeld für Absolventinnen und Absolventen eine hohe Bedeutung hat. Der Workshop bietet uns Gelegenheit, unser Verständnis von anwendungsorientierter Ausbildung zu dokumentieren und weiter zu verzahnen.“

„Die Zuwachsraten der Vereine an Fans auf Facebook sind beeindruckend. Teilweise gewinnen die Clubs 40, 50 und mehr Prozent an Fans innerhalb von vier Wochen dazu. Wichtiger aber als dieser Effekte ist, dass seit ca. zweieinhalb Jahren ein stetes Wachstum zu beobachten ist. Die Vereine bilden immer größere Communities. Die sozialen Medien verändern die Kommunikation stark und bieten Potential auch für Sportarten, die nicht so stark wie Fußball im TV vertreten sind.“, so Prof. Dr. Dirk Jungels, Mitherausgeber des Social Media und Sport Newsletters und Prodekan der Fakultät für Sportmanagement an der Fachhochschule für angewandtes Management.