



Zeit Lupe

**Likes, Ligen,
Liveticker:
Sport in den
Medien**

**#PAROO-
KAVILLE**
*Im Moshpit mit
Studentin Sina*

HÜA!
Trendsport
Hobby Horsing

**Zimmer mit
Aussicht**

Zu Besuch bei Pförtner
Ralf in seiner Loge

ENTSCHEIDE DICH!

*Beachvolleyball im digitalen Raum –
Ein Forschungsprojekt*





AUFSTIEG

Dort oben soll es hingehen. Ganz schön hoch ...
genauer gesagt: 6.893 Meter hoch. Zum Gipfel des
Ojos del Salado, des höchsten aktiven Vulkans der Erde an
der Grenze zwischen Chile und Argentinien. Bezwungen
werden soll der feuerspeiende Riese mit dem Rad. Klingt
verrückt? Ist es auch!

Denn abgesehen von Schnee, Geröll und dünner Luft ist
für gewöhnlich bei 25 Prozent Steigung Schluss.
Das Vorderrad verliert die Bodenhaftung, der Fahrer/die
Fahrerin muss absteigen. Am Ojos del Salado warten jedoch
Passagen mit bis zu 65 Prozent Steigung.

Was für die meisten unmachbar klingt, ist für Dr. Frank
Hülsemann erst recht ein Anreiz. Der Mitarbeiter am
Institut für Biochemie ist Extremsportler. Besonders
das Bikesteigen hat es ihm angetan. Ob er die magische
6.000er-Marke geknackt hat, erfahren Sie ab Seite 54.

Außerdem widmen wir uns in dieser Ausgabe künst-
lerischen Studierenden, besuchen Pförtner Ralf in seiner
Pförtnerloge, werfen einen Blick hinter die Kulissen des
Parookaville-Festivals, lassen uns von Professor Raab
erklären, wie Entscheidungen im Sport getroffen wer-
den und zeigen an einem Forschungsbeispiel, wie die
Sportwissenschaft zur Lösung gesamtgesellschaftlicher
Herausforderungen beitragen kann – etwa beim Thema
Überalterung.

Der klassische Sportjournalismus steckt in der Krise.

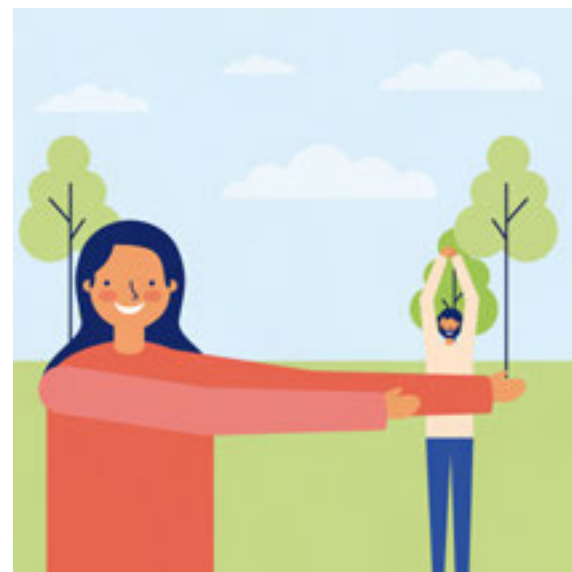
*Aber warum?
Das beleuchten wir in unserer
Titelgeschichte*

Seite 6



„Wir müssen den Alltag der Älteren in Bewegung denken“

Gesund altern **Seite 34**



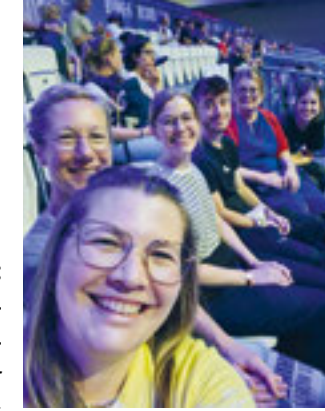
Aufsitzen!

In unserer neuen Rubrik „Ist das wirklich Sport?“ beschäftigen wir uns in dieser Ausgabe mit Hobby Horsing **Seite 30**



Wir waren auch dabei:

Bei den Weltspielen der Studierenden durfte das ZeitLupe-Redaktionsteam natürlich nicht fehlen. Mehr zu den FISU World University Games 2025 gibt's auf **Seite 48**



18 Im Hauptquartier des Sports

Absolventin Eva Werthmann leitet beim DOSB die Verbandskommunikation – wir werfen mit ihr einen Blick hinter die Kulissen.

40 Zimmer mit Aussicht

Ralf hat den Durchblick. Der 54-Jährige gehört zum fünfköpfigen Team der Pforte und nimmt uns mit in seine Loge.

42 Sich weiterentwickeln

Seit 1997 konzipiert und organisiert die Spoho Weiterbildungen. Ein Interview über das vielfältige Angebot.

20 Entscheidungen im Sand

Ein aktuelles Forschungsprojekt des Psychologischen Instituts untersucht, wie Beachvolleyballer*innen Entscheidungen treffen.



46 In the City of Dreams

Studentin Sina Nyhuis hat diesen Sommer bei der Parookaville GmbH gearbeitet – im Artist Advancing. Ein persönlicher Einblick.



24 Ein Tag im Leben einer Professorin

Was machen eigentlich die Professor*innen in der vorlesungsfreien Zeit? Kaffee trinken und ein paar Mails checken?

50 Vom Zuckerhut an den Rhein

Flavia Mazzoli hat Brasilien gegen Köln eingetauscht, um an einer Herz-Studie zu forschen.

26 Ein kreatives Leben

Ruben Tönnis ist Sportstudent und Künstler. Wir haben ihn in seinem Atelier auf dem Campus besucht.



54 Zwischen Labor und Lagerfeuer

Dort, wo die meisten längst umkehren würden, beginnt für Frank Hülsemann das Abenteuer. Der Extremsportler im Porträt.

Editorial

Anpfiff

Das Spiel ist eröffnet – diesmal nicht im Stadion, in der Halle oder auf der Laufbahn, sondern in den Medien. In unserer Titelgeschichte werfen wir einen Blick hinter die Kulissen einer Branche, die seit Jahrzehnten dafür sorgt, dass Siege zu Legenden werden, Niederlagen zu Dramen und Interviews zu Schlagzeilen. Wir fragen, was gute Sportberichterstattung ausmacht, wie sich der Sportjournalismus verändert hat und welche Herausforderungen Journalist*innen heute zwischen Stadion, Redaktion und Social Media meistern müssen.

Daneben erwarten Sie Beiträge, die so vielseitig sind wie unser Campus: mal ernst, mal leichtfüßig, mal überraschend. Wir stellen Mitarbeitende von ihrer persönlichen Seite vor, beleuchten aktuelle Forschungsprojekte und zeigen, wie bunt das Campusleben ist.

Kurz gesagt: eine Ausgabe wie ein guter Live-Kommentar – mitreißend und mittendrin.

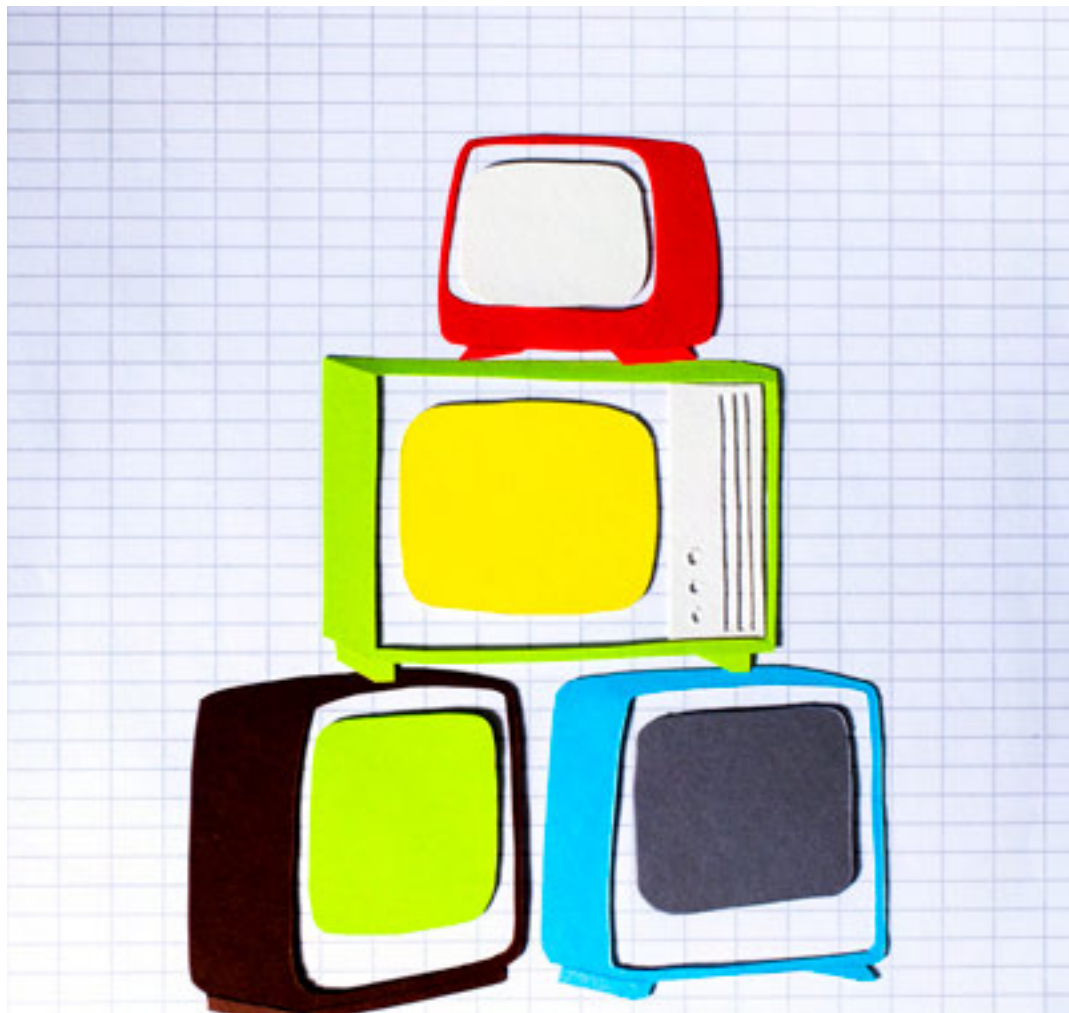
Wir laden Sie herzlich ein, mit uns durch die Seiten zu blättern, mitzujubeln, nachzudenken oder einfach mal abzuschalten. Viel Freude bei der Lektüre!

Ihr ZeitLupe-Redaktionsteam

Sport und Medien

- » Machen wirtschaftliche Interessen den Sport kaputt?
- » Sportjournalismus: von der Krise in die Nische
- » Wie die Medien das Bild von Sportlerinnen formen
Unsere drei **Übersichtstexte** – S. 8
- » Warum steckt der Sportjournalismus in der Krise?
Das haben wir Medienwissenschaftler
Dr. Christoph Bertling gefragt.
Kommentar – S. 11
- » „Der Sportjournalismus darf gerne noch ein bisschen bunter
und mutiger werden.“ **Interview** mit Sportjournalistin
Jana Wosnitza – S. 12
- » **Mixed Zone:** Schlaglichter, Trends und Statements
rund um Sport & Medien – S. 13

TEXT Julia Neuburg,
Lena Overbeck,
Theresa Templin
FOTOS plainpicture/
Eva Lichtenstern



– lukrative Liaison oder verspieltes Vertrauen?



Sport ist in unserer modernen Gesellschaft ein omnipräsentes Massenphänomen. Dafür haben vor allem „die Medien“ gesorgt. Früher waren Live-Zuschauer*innen die primäre Zielgruppe von Sportereignissen. Heute ermöglichen Internet, soziale Netzwerke, Fernsehen und Streaming einem breiten Publikum den Zugang. Die Art, wie wir Sport konsumieren, ist also maßgeblich von den Medien abhängig. Dies verändert wiederum den Sport selbst, wie er organisiert und vermarktet wird. Sportevents haben die höchsten Einschaltquoten und Klickzahlen. Sport ist zur Show geworden. Die Medien präsentieren Sport visuell beeindruckend und emotional mitreißend, oft aber auch unausgewogen, kommerziell getrieben und klischeehaft. Das Thema Sport und Medien vollumfänglich abzubilden, ist nahezu unmöglich. Auf nur zwölf Seiten in diesem Magazin sowieso. Daher setzen wir einen Fokus auf drei Aspekte: die Ökonomie des Sports, Sportkommunikation/Sportjournalismus und den Einfluss, den mediale Sportdarstellung auf die Gesellschaft hat.



Machen wirtschaftliche Interessen den Sport kaputt?

Ob Champions-League-Spiele auf Amazon Prime oder Bundesliga-Partien bei DAZN: Der Kampf um Streamingrechte zeigt, dass Sport längst mehr ist als ein Wettbewerb auf dem Spielfeld. Heute ist er ein Milliarden-geschäft, in dem Medien, Sponsoren und Vereine um jede Minute Aufmerksamkeit kämpfen. Die Art und Weise, wie Sport medial inszeniert wird, von packenden TV-Übertragungen bis zu viralen Social-Media-Clips, entscheidet darüber, wie Fans ihn erleben und welche Einnahmen daraus entstehen. Sport, Medien und Wirtschaft sind eng verflochten: Sie profitieren voneinander, stehen aber zugleich in einem

permanenten Wettstreit um Zuschauer*innen, Klicks und Gewinne. Am Ende dreht sich alles um eines: die Begeisterung des Publikums in wirtschaftlichen Erfolg zu verwandeln. Wir werfen einen Blick auf Themen, die diese Entwicklung prägen: Kommerzialisierung, digitale Plattformen, neue Kommunikator*innen und die Rolle von Sportler*innen.

Die Medienlandschaft rund um den Sport wird immer unübersichtlicher. Nicht nur neue Technologien, auch Tech-Giganten wie Amazon Prime, Apple TV oder Telekommunikationsanbieter wie Magenta mischen den Markt auf. Alle wollen Sport zeigen und treiben mit ihren Geboten für Übertragungsrechte die Preise in die Höhe. Besonders profitieren davon die Top-Clubs im Fußball: „Die Medienrechte sind so teuer geworden, dass es für klassische Medien schwieriger geworden ist, die Einkäufe zu refinanzieren“, erklärt Univ.-Prof. Dr. Christoph Breuer vom Institut für Sportökonomie und Sportmanagement. Sportarten, die medial weniger präsent sind, etwa Eishockey, Handball oder Volleyball, müssen ihre Einnahmen hauptsächlich über Ticketverkäufe erzielen. Das führt dazu, dass Ligen vergrößert oder zusätzliche Spieltage eingeführt werden, um mehr Zuschauer*innen anzuziehen und ihre Einnahmen zu steigern.

Umkämpfte Aufmerksamkeitsökonomie

Parallel dazu nimmt die „Eventisierung“ von Sportereignissen zu: Super Bowl, Champions-League-Finale oder andere Großevents werden inszeniert wie Partys. Breuer spricht in diesem Zuge von einer „Globalisierung des Mediensports“: Dass sich immer mehr Zuschauer*innen für internationale Ligen, zum Beispiel für die National Football League in den USA, interessieren, führt auch dazu, dass Sender einen Teil ihrer Budgets für ausländische Übertragungsrechte einsetzen. Gleichzeitig verschärft der Eintritt neuer Akteure den Konkurrenzdruck und erschwert es manchen nationalen Sportangeboten, in der stark umkämpften Aufmerksamkeitsökonomie Fuß zu fassen. Digitale Plattformen und Streamingdienste rücken mehr und mehr ins Zentrum der Sportvermarktung. Insbesondere im Fußball ist zu beobachten, dass die teurer werdenden Rechte für Champions-League-Spiele oder internationale Ligen zunehmend bei Streaminganbietern landen, sodass klassische und öffentlich-rechtliche Medien nicht mehr automatisch die Topspiele zeigen können. Für die Sender bedeutet das, ihre Sportstrategie neu auszurichten und gezielt auf Inhalte zu setzen, die für ihr Publikum ebenfalls interessant sein könnten, so Breuer. Gleichzeitig eröffnet die Fragmentierung des Ange-

bots Chancen für kleinere Sportarten, die so eigene Geschichten erzählen, Aufmerksamkeit gewinnen und neue Zielgruppen erschließen können. Auch Social Media und die direkten Kanäle von Vereinen und Athlet*innen verschieben die Kontrolle über Inhalte weg von klassischen Medien und stärken die Position der Sportakteure in der Aufmerksamkeitsökonomie. Wer seine Inhalte clever platziert, bleibt sichtbar in der Informationsflut. Wie daraus langfristig Erlösmodelle entstehen, etwa über Werbung, Paid Content oder die Nutzung von Daten, ist noch offen. Klar ist aber schon jetzt: Sportmedieninhalte werden immer stärker von wirtschaftlichen Interessen gelenkt, wodurch sich klassische Rollenbilder von Medien, Vereinen und Athlet*innen grundlegend verändern.

Individualvermarktung als ökonomische Strategie

Besonders deutlich wird das bei Sportler*innen. Sie werden immer stärker als Persönlichkeiten und Marken wahrgenommen und nicht nur als reine Leistungsträger*innen. „Eigene Social-Media-Auftritte erlauben es ihnen, die Präsenz von Vereins- und Sponsorenmarken zu verlängern, zusätzliche Werbeplattformen zu schaffen und eigene Botschaften zu platzieren“, sagt Prof. Christoph Breuer. Prominente Beispiele wie Serena Williams zeigen, dass Sportler*innen so nicht nur wirtschaftliche Power im Sport selbst, sondern auch übergreifend als Markenbotschafter*innen entwickeln können. Gleichzeitig sind die Spielräume hier unterschiedlich: Während Profisportler*innen in populären Disziplinen und Clubs mit großen Sponsoren umfangreiche Vermarktungsmöglichkeiten haben, müssen Athlet*innen in weniger medial präsenten Sportarten kleinere Schritte gehen. Insgesamt zeigt sich jedoch, dass die Individualvermarktung von Sportler*innen eine direkte Folge der zunehmenden Aufspaltung der Medienlandschaft ist und immer mehr Teil der ökonomischen Strategie von Sport und Medien wird.

Sportjournalismus: von der Krise in die Nische



Sport boomt und mit ihm die Sportkommunikation. Streamingriesen wie Amazon und Netflix setzen auf Sportformate; Vereine und Verbände betreiben eigene Medienhäuser; Sportler*innen inszenieren sich längst selbst auf Social Media. Derweil steckt der klassische Sportjournalismus in der Krise: Redaktionen schrumpfen, Reisekosten werden gestrichen, Personal wird abgebaut. Medienwissenschaftler*innen sind sich einig, dass diese Entwicklungen eine schlechtere Berichterstattung über zahlreiche Sportveranstaltungen und Sportarten zur Folge haben. Waren Kommentator*innen früher bei fast jedem Sportevent live vor Ort, werden immer mehr Sportereignisse „remote“ kommentiert – also abseits der Wettkampfstätte.

Vertikalisierung und Owned Media

Gleichzeitig sprießen neue, kommerziell getriebene Sportformate aus dem Boden. Fans können überall und jederzeit Spiele verfolgen, während Teams und Sportler*innen direkten Kontakt zu ihrem Publikum pflegen. Mächtige Sportverbände und finanzstarke Vereine bauen sogenannte vertikale Medienstrukturen auf: Sie bilden eigene Medienhäuser, die die gesamte Kommunikation und Vermarktung steuern. Damit sind sie nicht mehr darauf angewiesen, mit Medienvertreter*innen zusammenzuarbeiten. Stattdessen setzen sie ihre eigenen Themen und bieten durch ihre eigene Medien- und Öffentlichkeitsarbeit (Owned Media) eine hoch-

wertige Berichterstattung, die es ihnen erlaubt, Botschaften selektiv und gezielt zu senden. Ein Beispiel: das IOC. „Mit einer solchen Struktur können Sportveranstalter wie das IOC aber nicht nur eine autonome Berichterstattung mit hoher Qualität realisieren, sondern diese eben auch zu enorm hohen Preisen verkaufen, weil die Nachfrage auf dem Bietermarkt so groß ist“, erläutert Dr. Christoph Bertling, kommissarischer Leiter des Instituts für Kommunikations- und Medienforschung (IKM). Bislang sind es zumeist die großen Player auf dem Sportmarkt, die vertikale Medienstrukturen aufbauen. „Die zunehmende Integration von KI-Technologien wird höchstwahrscheinlich den Trend verstärken. Auch kleinere Sportorganisationen haben die Chance, ihre Medienstrukturen zunehmend zu verfeinern. Hierfür müssten sie allerdings stark in ihre digitalen Grundstrukturen investieren“, ist Bertling überzeugt.

Dass sich Sportarten und -ereignisse den Gesetzmäßigkeiten der Medien anpassen, ist nichts Neues. Aktuell liegen vor allem Kleinfeld-Ligen wie Icon League und Co. im Trend, deren mediale Reichweite vor allem von Influencern, Webvideoproduzent*innen und Twitch-Streamern getragen wird. „Auf den ersten Blick haben diese neuen kompakten Sportformate mit Sonderregeln und Showeffekt nicht direkt etwas mit klassischem Sportjournalismus zu tun. Es handelt sich eher um gut gemachte Unterhaltungsprodukte, aber es gibt einige interessante Schnittstellen zum Wandel im Sportjournalismus“, erklärt Dr. Mark Ludwig, stellvertretender Leiter des IKM. Dies führe mitunter dazu, dass die junge Zielgruppe moderner Sportformate nicht mehr zwischen journalistischen Angeboten und reinen Unterhaltungsformaten unterscheidet. Unterhaltung und Journalismus haben sich also immer mehr angenähert. Umso wichtiger: „Auch die Schattenseiten, zum Beispiel Doping, Korruption oder Gewalt, müssen gesehen werden. Das findet natürlich nicht statt, wenn der Sport ein reines PR-Produkt ist“, erläutert Ludwig. Wie also überlebt der Sportjournalismus? Ludwig sagt: „Sportjournalistische Medien, die Wert auf kritische

Berichterstattung und Unabhängigkeit legen, könnten in der Zukunft eine Nische füllen: mit exklusiven Recherchen oder datengetriebenen Analysen.“ So konnten bereits Recherchenetzwerke wie Sportsleaks.com oder Football Leaks weltweit beachtete Enthüllungsgeschichten über Doping, Wettmanipulation oder Korruption platzieren. Der Einsatz digitaler Assistenten in Sportredaktionen kann ebenfalls den Sportjournalismus unterstützen und bereichern (s. S. 16). Keine Frage: Technik, Daten und Künstliche Intelligenz verändern den Sportjournalismus, sowohl was die Produktion von Inhalten als auch was ethische Fragen angeht. Christoph Bertling ist sich sicher: „Eine Auseinandersetzung mit neuen Techniken, ihren Gefahren und Möglichkeiten scheint dabei auch auf der Seite der Sportredaktionen, Sportjournalistinnen und -journalisten unumgänglich.“



Wie die Medien das Bild von Sportlerinnen formen

Wenn wir an berühmte Sportler*innen denken, haben wir sofort Bilder im Kopf: Jubelszenen, emotionale Interviews, glamouröse Auftritte. Doch die wenigsten von uns kennen die Athlet*innen persönlich. Unsere Wahrnehmung entsteht fast ausschließlich über die Medien. Genau darin liegt ihre enorme Macht; Sportler*innen werden so zu Medienprodukten. Bereits viele Jahre weiß die Forschung, dass weibliche Athletinnen unabhängig

vom Medium (Print, online, TV etc.) in der Sportberichterstattung deutlich unterrepräsentiert sind; der Anteil von Frauensport variiert zwischen zehn und 20 Prozent. Ausgeglichen ist die Berichterstattung lediglich bei Olympischen Spielen. Es wird also in der Regel nicht nur seltener über Sportlerinnen berichtet, sondern auch anders. Man spricht hier vom sogenannten Gender Bias in der Sportberichterstattung.

Diverser und facettenreicher

„Wir haben früher häufig von der Entsportlichung und Trivialisierung der Athletinnen gesprochen, das heißt Sportlerinnen wurden weniger in der Sportausübung, mehr im Privaten gezeigt. Leistung und Erfolge traten eher in den Hintergrund. Das hat sich durchaus verändert; die Berichterstattung über Sportlerinnen ist diverser und facettenreicher geworden“, erklärt Dr. Birgit Braumüller, Abteilung Diversitätsforschung am Institut für Soziologie und Genderforschung. Lange dominierten Frauen in den Medien vor allem die sogenannten „weichen“ Sportarten wie Turnen, Gymnastik oder Volleyball. „Das passte früher zum gesellschaftlichen Bild, Frauen seien weniger stark oder nicht für kontaktintensive Sportarten geeignet“, sagt Dr. Inga Oelrichs vom Institut für Kommunikations- und Medienforschung. Doch auch hier hat sich etwas verschoben: Frauen im Fußball beispielsweise bekommen heute nicht nur mehr mediale Aufmerksamkeit als früher, sondern es wird auch vielfältiger berichtet, zum Beispiel über Aspekte wie Gleichberechtigung und Bezahlung im Fußball. Des Weiteren ist zu beobachten, dass der Sport von Frauen generell an Bedeutung gewonnen hat und ernster genommen wird. „Es hat einen Wandel in der Geschlechterordnung gegeben und es partizipieren auch mehr Frauen am Sport“, hält Braumüller fest und ihre Kollegin Oelrichs ergänzt noch einen weiteren wichtigen Wert: „Es schafft eine ganz andere Aufmerksamkeit, wenn auch viel über Frauensport berichtet wird. Gerade für Kinder und Jugendliche ist es entscheidend, ob sie starke Sportlerinnen in Spitzenpositionen sehen oder eben nicht.“ Tauchen Frauen im Sport kaum auf,

könne dies das Bild vermitteln, sie wären nicht so aktiv oder ihre Leistung wäre nicht gut genug, dass über sie berichtet wird. Besonders die eigenen Social Media-Kanäle geben mittlerweile Sportlerinnen die Möglichkeit, sich so zu präsentieren, wie sie es für gut und richtig erachten. Braumüller: „Manche Sportlerinnen inszenieren vor allem ihr Privatleben, andere betreiben Sponsoring und wieder andere veröffentlichen rein sportbezogenen Content. Sportlerinnen haben dadurch die Möglichkeit, ein größeres Publikum zu erreichen, die Bekanntheit zu steigern und auch Einnahmen zu erzielen.“

„Frauen sehen Frauen anders“

Bei einem Thema legt Dr. Birgit Braumüller aber den Finger in die Wunde: „Die Themen sexuelle und vor allem geschlechtliche Identität von Sportler*innen sehe ich aktuell in der medialen Berichterstattung als problematisch an. Das betrifft häufig Frauen, die nicht weiß sind und nicht den westlichen Idealen entsprechen.“ Ein Beispiel: die Berichterstattung über die algerische Boxerin Imane Khelif, die letztes Jahr in Paris Olympiagold holte. „Bis heute gibt es in den Medien wilde Spekulationen und nicht überprüfte Aussagen über die Geschlechtsidentität von Imane Khelif, die dann bei den Rezipient*innen viele negative und verletzend Reaktionen ausgelöst haben“, erläutert Braumüller.

Um die Wahrnehmung von Sportlerinnen zu verändern, könnte ein Schlüssel in der Zusammensetzung von Sportredaktionen liegen. Aber auch hier ist sich die Wissenschaft nicht ganz einig. „Frauen sehen Frauen anders“, erklärt Dr. Inga Oelrichs. „Je mehr weibliche Journalistinnen über Sport berichten, desto vielfältiger werden auch die Porträts von Athletinnen.“ Braumüller ist da noch skeptisch. Im Rahmen eines Scoping Reviews beschäftigt sie sich mit Geschlechterdifferenzen bei den Strukturen und Arbeitsbedingungen sowie mit Diskriminierungserfahrungen von Sportjournalist*innen. Während sich also in der Gesamtbetrachtung die Sportkommunikation über Frauen verändert hat, scheinen sich bestimmte Muster hartnäckig zu halten. ○



Dr. Christoph Bertling (50) ist kommissarischer Leiter des Instituts für Kommunikations- und Medienforschung der Deutschen Sporthochschule Köln. Vor seiner Zeit an der Spoho war er als selbstständiger Journalist und Korrespondent tätig, unter anderem für die SZ, FAZ, Financial Times, den Kölner Stadt-Anzeiger und Spiegel Online.

Warum steckt der Sportjournalismus in der Krise?

EIN KOMMENTAR VON Christoph Bertling

Die Liste der Verfehlungen ist lang: Eine KI-generierte Persona wird als Sportreporter ausgegeben. Ein frei erfundenes Interview lässt Mike Tyson von Prosa träumen. Fake News über Sportstars kursieren im Netz. TV-Kommentatoren moderieren Firmenevents. Manipulierte Berichte sorgen für einen TV-Skandal und Gefängnisstrafen. Keine Frage: Der Sportjournalismus ist in der Krise. Doch wie ist er dort hingelangt?

Die Antwort: Der Sportjournalismus ist ein Sonderling, der in finanziell schwierigen Zeiten immer sonderlicher wird – und dem dringend aus seinen Dilemmata geholfen werden muss.

Gehen wir es der Reihe nach an. Zuerst lässt sich festhalten: Der Sportjournalismus ist ein Sonderling. Wie ein Chamäleon wechselt er zwischen wirtschaftlichem Handeln und gesellschaftlicher Verantwortung. Eine Ambivalenz, die viel stärker als im Politik- oder Wirtschaftsjournalismus zutage tritt.

Im Vordergrund steht beim Sportjournalismus die Unterhaltung. Die Show. Der Wettkampf. Die Höchstleistung. Das soll hohe Reichweiten und Werbeeinnahmen bringen. Doch das ist erst mal teuer. Olympische Spiele, Welt- und Europameisterschaften im Männer-Fußball sind die teuersten Lizenzwaren, die der Medienmarkt bietet. Sportredaktionen stehen deshalb unter besonders starkem wirtschaftlichen Druck. Da solche Waren enorm kostenintensiv sind, muss ein Massenpublikum mit einer kolossalen Unterhaltungsshow bespaßt werden. Einerseits. Andererseits soll die teure Medienware kritisch-investigativ behandelt werden. Sportjournalismus soll ein Wächter der Demokratie sein. Doping-skandale aufdecken, Korruptionen recherchieren. Er soll informativ, objektiv, kritisch sein. Zur Meinungsbildung beitragen. Eine Quadratur des Kreises. Wie soll Sportjournalis-

mus objektiv sein, wenn sein Medienunternehmen die Übertragungsrechte sündhaft teuer eingekauft hat und eine bestmögliche Vermarktung einfordert?

Viele solcher Paradoxien und Dilemmata brechen in krisenhaften Zeiten außergewöhnlich stark durch. Ein Hauptschuldiger ist die Intransparenz des Medienmarktes. Während unterhaltende Inhalte als Erfahrungsgut seitens des Publikums eingeschätzt werden können (und es sich lohnt, qualitativ hochwertig zu produzieren), ist dies beim kritisch-investigativen Sportjournalismus als Vertrauensgut anders. Hier lässt sich seitens des Publikums so gut wie gar nicht einsehen, wie qualitativ hochwertig produziert wird. Und das lässt sich ausnutzen. Und zwar gewaltig. Ein Beispiel: Man spricht mit niemandem, produziert „remote“, recherchiert nur im Internet und bedient sich an PR-Materialien. Otto-Normalverbraucher merkt es nicht.

In Zeiten, in denen der Sportjournalismus durch digitale Konkurrenz stark unter wirtschaftlichem Druck steht, ist das moralische Risiko sehr groß, geringe Produktqualität anzubieten. Die ist besonders kostengünstig, da das Publikum denselben Preis dafür zahlt. Es weiß ja von nichts. Wirtschaftlich ist dies äußerst erfolgreich, publizistisch eine Katastrophe.

Insbesondere dem Sport muss daran gelegen sein, dass sich der Sportjournalismus wieder fängt. Seine kritisch-investigative Seite besser pflegt. Noch gibt es strahlende Leuchttürme des Sportjournalismus. Doch längst kursieren auch fatale Fehleinschätzungen in der Gesellschaft. Gerade weil die Sportberichterstattung en gros zu eng geführte, boulevardeske Aufbereitungen nach den Mustern des showorientierten Unterhaltungsjournalismus vornimmt. Gängige Trugschlüsse sind: Sportler seien steinreiche Millionäre, sexualisierte Gewalt im Sport ein randständiges Problem, Doping ein Kavaliärsdelikt und Sport eigentlich eine Fußballdomäne. Einschätzungen, die den Sport vor erhebliche Schwierigkeiten stellen. Seine Probleme, Herausforderungen, die zur Lösung einer gesellschaftlichen Aufmerksamkeit und Akzeptanz bedürfen, verschwinden hinter der medialen Hochglanzfassade. Auch seine schillernde, faszinierende Vielfalt.

Es wird Zeit, einen übergreifenden, ernsthaften Versuch zu starten, um schon bald die heutigen Verfehlungen als skurrile Erscheinungen einer längst vergangenen Zeit abtun zu können.





„Der Sportjournalismus darf gerne noch ein bisschen bunter und mutiger werden“

Frau Wosnitza, Sie haben zunächst Betriebswirtschaftslehre studiert. Wie kam es zum Wechsel in den Sportjournalismus?

Ehrlich gesagt habe ich schnell gemerkt, dass mir die Leidenschaft für die BWL gefehlt hat. Das Studium habe ich trotzdem abgeschlossen, um eine gute Basis zu haben. Als ich mich gefragt habe, wofür ich wirklich brenne, war die Antwort sofort klar: Sport. Also habe ich den Weg in Richtung Sportjournalismus eingeschlagen.

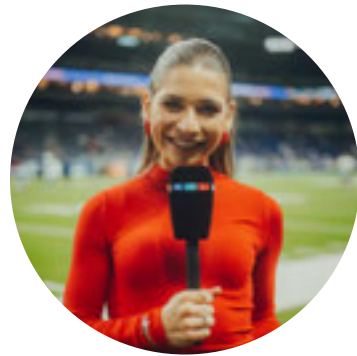
Seit dieser Saison sind Sie Teil des Fußballteams von RTL. Wie fühlt sich das an?

Für mich ist das eine Rückkehr zu meinen Wurzeln. Ich komme aus einer fußballverrückten Familie, der 1. FC Köln war bei uns zu Hause immer Thema. Jetzt auch beruflich wieder nah am Fußball zu sein, den Rasen unter den Füßen zu spüren, Interviews am Spielfeldrand zu führen und die Atmosphäre im Stadion mitzuerleben – das ist genau das, wofür ich brenne.

Ist diese Leidenschaft Ihr Erfolgsgeheimnis?

Ich glaube schon. Mein Grundprinzip lautet: Es muss Spaß machen. Wenn man Freude an dem hat, was man tut, strahlt man das auch aus. Gleichzeitig muss man bereit sein, hart zu arbeiten. Nichts kam bei mir über Kontakte oder Glück – ich habe viel investiert, und das hat sich ausgezahlt. Kloppo hat mal gesagt: Die Lust zu gewinnen muss größer sein als die Angst vorm Verlieren. Das ist mein Leitsatz, den ich mir immer wieder vor Augen führe.

Wie sehen Sie die Rolle von Frauen im Sportjournalismus?



Von der BWL-Studentin in Mannheim zur Sportjournalistin bei RTL: Jana Wosnitza (31) hat einen ungewöhnlichen, aber zielstrebigsten Weg eingeschlagen. Nach ihrem Bachelor entschied sie sich, ihrer Leidenschaft für den Sport zu folgen und schrieb sich an der Spoho für den Masterstudiengang Sport, Medien- und Kommunikationsforschung ein. Heute berichtet sie von den großen Sportbühnen und gehört zu den prägenden Gesichtern einer neuen Generation von Sportjournalistinnen.

Wir sind heute schon deutlich sichtbarer, gerade im Fußball. Aber für mich zählt nicht die Quote, sondern Leistung. Frauen bringen Qualitäten mit, die Männer vielleicht nicht haben – und umgekehrt. Am Ende entsteht das beste Produkt, wenn sich beides ergänzt.

Was macht für Sie gute Sportberichterstattung aus?

Wenn sie unterhaltsam ist. Sie soll den Menschen eine wirklich gute Zeit verschaffen. Natürlich soll sie auch informieren, aber in erster Linie verstehe ich Sport als Unterhaltungsprodukt – das Emotionen transportiert und nicht vorhersehbar ist. Genau wie der Sport selbst sollte auch die Bericht-

erstattung unberechenbar und abwechslungsreich sein. Nach meinem Geschmack darf der Sportjournalismus gerne noch ein bisschen bunter und mutiger werden.

Zum Schluss: Welchen Rat haben Sie für unsere Studierenden, die in den Sportjournalismus möchten?

Hinterfragt euer Motiv: Was ist eure initiale Passion? Bleibt offen, probiert verschiedene Dinge aus und seid bereit, hart zu arbeiten. Es gibt so viele unterschiedliche Möglichkeiten: vor der Kamera, im Schnitt, als Field-Reporter, als Autor. Die Branche ist sehr dynamisch und ständig verändert sich was. Vor allem aber: Glaubt an euch selbst und bringt einen langen Atem mit – das macht am Ende den Unterschied.

WERDEGANG

- » 2018-2020: Volontariat bei Sport1
- » Ab 2019: erste Moderationen (u.a. Fantalk, Europaspiele 2019, PDC World Darts Championship 2022)
- » Ab Mai 2021: Co-Moderatorin der Fußball-Talkshow Doppelpass
- » Juni 2023: Wechsel zu RTL und Moderation der NFL, EURO 2024, Promi Touchdown u.v.m.
- » Seit September 2024: Moderation der Kleinfeld-Liga The Icon League
- » Seit Februar 2025: Moderation von Stefan Raabs Pokernacht (RTL)
- » Seit Saison 2025/26: Verstärkung des RTL-Fußballteams (UEFA Europa League, UEFA Conference League, 2. Bundesliga, Matchday)
- » Fun Fact: Teilnahme bei Let's Dance 2024 - 2. Platz

Fotos: Simon Stoeckl;

Mixed Zone

Die Mixed Zone ist ein Bereich in einem Stadion oder an einer Wettkampfstätte, wo Sportjournalist*innen und Sportler*innen zusammenkommen, um Fragen zu stellen beziehungsweise kurze Interviews zu geben.



Podcasts haben großes Potenzial für den Sportjournalismus

„Eines der Hauptmotive, warum Menschen Podcasts hören, ist der Wunsch, sich zu informieren und Hintergründe zu erfahren, aber auch komplexe Sachverhalte nachvollziehen zu können. Für mich ist ein erfolgreicher Podcast der, der es schafft, eine Community aufzubauen, regelmäßig Hörer*innen zu generieren, mit denen idealerweise in den Austausch zu kommen und dadurch Wissen zu vermitteln.“

Nora Hespers ist Spoho-Absolventin und arbeitet als freie Journalistin, Podcasterin und Autorin. Sie produziert eigene Podcasts und ist Teil des Podcast-Teams von „Sport inside“, dem Sport-Hintergrundmagazin des WDR. (Quelle: www.youtube.com/watch?v=tF5n86GJDdc)

Remote Reporting: technische Sicherheit vs. Atmosphäre und Einordnung

„Es kann sogar sein, dass du in der Box sicherer bist, was die Technik angeht [...] Aber natürlich fehlt dann das Authentische: Der Reporter kann nicht einordnen, was gerade im Stadion passiert. Da fühlst du dich manchmal hilflos – und das ist der große Vorteil, vor Ort zu sein.“

Sportkommentator und Spoho-Absolvent Tom Bartels auf die Frage, ob Remote Reporting, also die Sportkommentierung abseits der Wettkampfstätte, die Zukunft des Live-Kommentars ist. (Quelle: www.youtube.com/watch?v=3g8q7iDpjfc)

27,154
Millionen



Menschen schauten am 5. Juli 2024 das Fußball-EM-Halbfinale in der ARD – die meistgesehene Fernseh-Übertragung des vergangenen Jahres.

Mehrwert durch Perspektiven

„Am Montag in der Zeitung noch auf die Bundesligaspiele vom Wochenende zurückzuschauen, ist nur noch in besonderen Fällen zeitgemäß. Seit dieser Saison bringen wir montags neben anderen feststehenden Elementen Kolumnen von Gastautoren, die über das rein Sportliche hinausgehen. Manchmal auch losgelöst vom Spieltag, aber immer mit Fokus auf Fußball. Zum Beispiel die Analyse einer Schiedsrichterentscheidung oder einer Taktikvariante. Mit Einordnung und Hintergründigem schafft der Printjournalismus immer noch einen großen Mehrwert.“

Daniel Theweleit ist Spoho-Absolvent und arbeitet als Print- und Onlinejournalist im Sportressort der Frankfurter Allgemeinen Zeitung (FAZ). Sein Schwerpunkt: Fußball.



„Bite-Sized“-Sport: Wie Icon League und Co. den Sportmarkt revolutionieren

„Kings League, Icon League oder Baller League ... Kleinfeld-Ligen sind voll im Trend: Hallenfußball-Formate, die sich vor allem an junge, digitalaffine Menschen unter 30 wenden. Sie vereinen traditionelle Fußballregeln mit innovativen, unterhaltungsgetriebenen Sonderregeln und werden digital in Szene gesetzt und vermarktet. „Bite-Sized“-Formate – auch schon im Basketball oder Golf zu finden – sind kompakt, schnell konsumierbar und somit an die Mediennutzung junger Sportfans angepasst, mit unterhaltsamen Inhalten, einfachen Regeln, kürzeren Spielzeiten und digitalem Zugang.“

Quelle: Moritz Neumann, www.spobis.com

11% Frauenanteil
in deutschen Sportredaktionen

Die Marginalisierung von Frauen in der Sportberichterstattung hat Kontinuität

„Wir sehen durchaus, dass mehr Frauen in Sportredaktionen arbeiten, aber es herrscht immer noch eine traditionelle Arbeitsteilung und Themenverteilung. Frauen kriegen eher Randsportarten, Nischenthemen, Frauensport und sie bearbeiten oft bestimmte Darstellungsformen, keine Spielberichte, sondern eher Human-Interest-Stories.“

Dr. Birgit Braumüller, Institut für Soziologie und Genderforschung, beschäftigt sich mit Geschlechterdifferenzen in der medialen Berichterstattung (Tagespresse und Olympische Spiele) und arbeitet aktuell an einem Scoping Review zu vergeschlechtlichten Strukturen und Arbeitsbedingungen im Sportjournalismus. Die Veröffentlichung ist für Ende 2025 geplant.

Sportstreaming: zwischen Konkurrenz und Allianz

Okay, die Sportschau läuft im Ersten und das „Aktuelle Sportstudio“ am späten Samstagabend im ZDF. Dann wird's kompliziert ... DAZN, Sky, Magenta Sport, RTL+, Amazon Prime Video, Dyn, Sport1, Sportdigital, Apple TV und so weiter – für die Sportübertragung in Deutschland gibt es unzählige Anbieter. Diese Zersplitterung des Marktes treibt Kosten und Komplexität in die Höhe und zwingt Sportfans dazu, gleich mehrere Abos abzuschließen, wenn sie viele Sportinhalte konsumieren möchten. Jetzt könnte das Sport-Streaming in eine neue Ära eintreten und zwar in eine, „in der Kooperationen über Plattformgrenzen hinweg zum Erfolgsfaktor werden“, etwa so wie im August Sky Deutschland und Amazon eine strategische Allianz geschmiedet haben.

Quelle: Petra Schwegler, blog.medientage.de

Live-Sport: Warum eine ganze Generation nicht mehr einschaltet

Junge Menschen interessieren sich für Sport, konsumieren ihn aber anders. Live-Übertragungen verlieren an Bedeutung, während Clips, soziale Medien und On-Demand-Angebote dominieren. Laut einer aktuellen Studie bevorzugen 44 Prozent der jungen Zuschauer*innen Highlights, weil sie flexibel abrufbar sind, 41 Prozent interessiert primär das Endergebnis und 36 Prozent schätzen die Möglichkeit, Clips einfach mit Freunden zu teilen.

Quelle: <https://spobis.com/article/live-sport-warum-eine-ganze-generation-nicht-mehr-einschaltet>



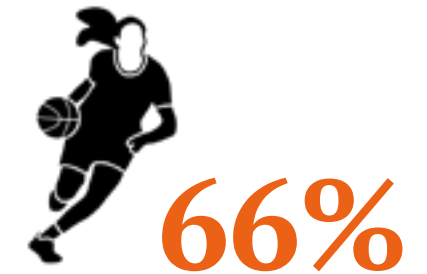
ca. 10%

der Sportberichterstattung im Print handeln von Sportlerinnen

„Netflix und Co. sind eine große Chance für Sportarten und Sportverbände“

„Menschen interessieren sich für Menschen. Das beweisen viele Studien. Sportdokus über Einzelathleten, die im Vordergrund stehen, sind wesentlich erfolgreicher als Mannschaftssportarten-Dokus.“

Marketingexperte Felix Appelfeller von der Agentur Jung von Matt Sports erklärt den Erfolg von Sportdokus, zum Beispiel der beiden Netflix-Serien „Break Point“ (Tennis) und „Drive to Survive“ (Formel 1); (Quelle: Deutschlandfunk)



der 16- bis 29-Jährigen
nutzen mindestens
einen kostenpflichtigen
Sport-Streamingdienst

TV-SPORTBERICHT-ERSTATTUNG:

Kommentatorinnen sind unterrepräsentiert, Moderatorinnen gleichauf mit den männlichen Kollegen





Robert Bauguitte (37) promoviert am Institut für Kommunikations- und Medienforschung bei Jun.-Prof. Dr. Daniel Nölleke zum Einsatz von Künstlicher Intelligenz im deutschen Sportjournalismus. Im Kurzinterview erklärt er, wo KI bereits Anwendung findet und welche Fragen seine Forschung leiten.

Wenn Algorithmen berichten: Chancen und Risiken für den Sportjournalismus

Was ist konkret unter dem Einsatz von KI im Sportjournalismus zu verstehen?

Zunächst ist zwischen datenjournalistischen Verfahren – also bereits länger etablierten Methoden – und KI-Anwendungen zu unterscheiden. Letztere nutzen maschinelles Lernen, um Muster in Daten zu erkennen und auf dieser Basis Texte, Bilder, Videos oder Audios zu generieren. Der entscheidende Unterschied liegt im Lerncharakter dieser Systeme. Doch bei all dem Hype: Von einer starken KI, die weiß, dass sie intelligent ist, und die völlig autonom arbeitet, sind wir noch weit entfernt.

Und was beobachten wir aktuell?

KI kommt vor allem bei Routineaufgaben zum Einsatz: etwa in Livetickern, bei automatisierten Spielberichten oder personalisierten Newsfeeds. Ein erster Meilenstein war 2016 in Rio der Einsatz des sogenannten Heliografen, ein Computerprogramm, das automatische Info-Tweets erstellt hat. Mittlerweile können die heutigen Systeme komplexere Texte generieren, Kontext liefern und sogar Zitate einfügen – auch wenn diese nicht immer authentisch sind. KI unterstützt Prozesse entlang der gesamten journalistischen Wertschöpfungskette, das heißt von der Recherche über die Produktion und Distribution bis hin zur Interaktion.

Können Sie ein paar konkrete Beispiele nennen?

Da wäre zum Beispiel der Softwareanbieter Retresco zu nennen, der Medienhäusern die Möglichkeit bietet, Spielzusammenfassungen in Echtzeit zu generieren. Der Kölner „Express“ veröffentlicht seit zwei Jahren Artikel, die mithilfe Künstlicher Intelligenz erstellt werden, unter dem Alias

Klara Indernach, einer KI-Autorin. Auf Fussball.de entstehen jedes Wochenende 75.000 neue Texte zu Amateurfußballspielen. Plattformen wie OneFootball und DAZN sammeln Daten und Vorlieben von Fans und spielen gezielt personalisierte Inhalte aus. Erste Pilotprojekte testen sogar automatische Kommentierungen mit Sportbezug, zum Beispiel im eSport. Hierbei werden sogar längst verstorbene Kommentatoren kurz wieder lebendig.

Was haben Sie im Rahmen Ihrer Promotion geplant?

Ich untersuche drei Ebenen: etablierte Medienhäuser, neuere digitale Anbieter und Vereinsmedien. Meine Annahme: Zwischen den drei Akteuren gibt es erhebliche Unterschiede, was die Nutzung und Bewertung von KI angeht. Geplant sind zudem Interviews und Befragungen von Journalist*innen, um herauszufinden, ob KI als Bedrohung oder Entlastung wahrgenommen wird. Und mich interessiert, ob Rezipient*innen KI-generierte Berichterstattung akzeptieren oder mit Skepsis betrachten. Hier scheint sich der Sportjournalismus wesentlich von anderen Ressorts wie etwa Wirtschaft oder Politik zu unterscheiden.

Ihr vorläufiges Fazit: KI – Feind oder Helfer im Sportjournalismus?

Weder noch. KI ist vor allem eine Herausforderung. Sie birgt Chancen und Risiken. Ich würde mir wünschen, dass wir etwas hoffnungsvoller mit dem Thema umgehen und diskutieren, wie wir die Chancen nutzen können. Und ich bin überzeugt: KI an sich wird den Menschen nicht ersetzen, aber sie wird den ersetzen, der KI ablehnt.



Podcasts, Projekte, Personen

Aktuelles aus dem Institut für Kommunikations- und Medienforschung zu unserer Titelstory Sport und Medien

Die Macht der Sportmedien

Warum gehören Fußballübertragungen nach wie vor zu den quotenstärksten Fernsehsendungen? Wie wandelt sich der Sportjournalismus? Was sind Filterblasen und welche Rolle spielt Künstliche Intelligenz in der Berichterstattung? Diese Fragen beantwortet Sport- und Medienwissenschaftler Dr. Christoph Bertling im Wissenschaftspodcast „Eine Runde mit ...“. Bertling hat nicht nur viele Jahre als Journalist gearbeitet, sondern befasst sich am Institut für Kommunikations- und Medienforschung der Spoho seit über 20 Jahren mit Sportberichterstattung, Massenmedien und Kommunikationsstrategien.

Folge 22: Die Macht der Sportmedien

Hate Speech im Sport

Heute schon auf Instagram oder TikTok gescrollt oder gepostet? Vielleicht etwas gelikt – und dabei zufällig einen fiesen Kommentar entdeckt? Oder sogar selbst mal eine Hassnachricht bekommen? Hate Speech ist mittlerweile in allen sozialen Netzwerken und Lebensbereichen verbreitet – auch im Sport. Dieses Forschungsfeld bearbeitet Jun.-Prof. Dr. Daniel Nölleke vom Institut für Kommunikations- und Medienforschung. Bei „Eine Runde mit ...“ erklärt er, wieso es für Sportlerinnen und Sportler so schwierig ist, sich dem zu entziehen, welche Lösungen es geben kann und was Hate Speech im Sport über unsere Gesellschaft aussagt.

Folge 47: Hate Speech im Sport

Projekt zu Sportdokus erhält Förderzusage

„FC Hollywood“, „Being Franziska“ von Almsick, „Mythos Tour“: Sportdokumentationen boomen in den Mediatheken von ARD und ZDF. Doch kann der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Deutschland mit den großen Streaminganbietern Netflix und Amazon mithalten? Dieser Frage widmet sich Dr. Simon Rehbach vom Institut für Kommunikations- und Medienforschung in einem Vorhaben, das eine hochschulinterne Forschungsförderung erhält. Das Projekt „Repräsentation von Sport in Dokumentationen der ARD- und ZDF-Mediathek“ hat zum Ziel, die Darstellung von Sport in Dokumentarformaten in den Mediatheken der beiden Sender zu analysieren und Erkenntnisse über die narrativen Merkmale, die visuelle Gestaltung und die gesellschaftlichen Kontexte der Sportdokumentationen des öffentlichen Rundfunks zu gewinnen.

Ausgezeichnete Lehre

Gleich zwei Kollegen des Instituts für Kommunikations- und Medienforschung hat die Hochschule in diesem Jahr mit dem Lehrpreis ausgezeichnet: Robert Bauguitte für sein Seminar „Mediengestaltung“ im Bachelor-Studiengang Sportjournalismus und Jun.-Prof. Dr. Daniel Nölleke für sein Seminar „Medienforschung“ im Master-Studiengang Sport, Medien und Kommunikationsforschung. Der Lehrpreis prämiiert diejenigen, die durch ihr Handeln besondere Akzeptanz bei den Studierenden finden, Maßstäbe setzen und das Selbstverständnis der Deutschen Sporthochschule prägen.

Tagung: Der soziale Einfluss von Sportkommunikation

Sportmedien beeinflussen öffentliche Diskurse und machen soziale Themen innerhalb der Sportbranche, aber auch in der Gesellschaft insgesamt, sichtbar. Wissenschaftler*innen, die sich mit dieser Beziehung zwischen Sportkommunikation und ihrem gesellschaftlichen Einfluss befassen, sind im November bei einer Tagung an der Deutschen Sporthochschule Köln zu Gast. Das Institut für Kommunikations- und Medienforschung organisiert die Konferenz der ECREA-Arbeitsgruppe „Kommunikation und Sport“ vom 13. bis 15. November 2025. Die ECREA, European Communication Research and Education Association, ist eine wissenschaftliche Vereinigung von Kommunikationswissenschaftler*innen, organisiert in 25 thematische Sektionen und sechs temporäre Arbeitsgruppen, die für vier Jahre eingerichtet sind. Eine dieser Arbeitsgruppen trägt den Titel „Kommunikation und Sport“ und wird geleitet von Jun.-Prof. Dr. Daniel Nölleke von der Spoho.



Noch
Zeit:
hier direkt
zu allen
Folgen

Im Hauptquartier des Sports



TEXT Julia Neuburg

DIE OTTO-FLECK-SCHNEISE IN FRANKFURT ist das Herzstück des deutschen Sports; hier haben zahlreiche Sportverbände ihren Sitz, so auch der 2006 gegründete Deutsche Olympische Sportbund (DOSB). Mittendrin arbeitet Eva Werthmann (42). Sie leitet die Verbandskommunikation und ist Pressesprecherin des DOSB.

großes Bild: Eva Werthmann zusammen mit Schwimmer Lukas Märten bei der Pressekonferenz in Paris 2024; Bilder rechts: Eva Werthmann mit der Triathlon-Mixed-Staffel, die in Paris Gold gewann; an ihrem Arbeitsplatz während der Olympischen Spiele im Stade Jean-Bouin; am 3. bundesweiten Trikottag im Mai 2025.

In der Otto-Fleck-Schneise 12 hat Spoho-Absolventin Eva Werthmann ihr Büro. Und im selben Gebäude nutzt sie ein kleines Apartment; jede Woche pendelt sie von ihrem Hauptwohnsitz Bonn nach Frankfurt, um als Abteilungsleiterin im Büro präsent zu sein. In der Verbandskommunikation leitet sie ein Team von insgesamt neun Personen. „Wir kümmern uns um die Gesamtkommunikation des DOSB, sowohl intern mit unseren Mitgliedsorganisationen als auch extern mit der Öffentlichkeit, Politik und Medien“, fasst Werthmann ihre Aufgaben zusammen. Diese

umfassen die strategische Planung der Kommunikation und die Durchführung und Auswertung aller Kommunikationsaktivitäten. „Als Dachverband des organisierten Sports vertritt der DOSB die Interessen seiner Mitglieder und Sportvereine. Als Verbandskommunikation ist es unsere Aufgabe, die Botschaften des DOSB in der Öffentlichkeit zu platzieren und eine positive Wahrnehmung zu fördern“, sagt Werthmann. Dabei spielen die politische Kommunikation eine wichtige Rolle. „Als die Stimme des organisierten Sports in Deutschland ist es unsere Aufgabe, Forderungen an die

Politik zu stellen und den Wert, den der organisierte Sport auch für die Gesellschaft hat, immer wieder klar zu machen. Dafür braucht man einen langen Atem“, erklärt sie.

Die Themen, die der DOSB bearbeitet und kommunizieren möchte, sind vielfältig: Safe Sport, Gesundheit, Vereinswesen und Ehrenamt, Sportabzeichen, Nachhaltigkeit ... – eine Herausforderung für Werthmann und ihr Team: „Die Balance muss stimmen: Wir dürfen nicht zu viel kommunizieren, weil wir sonst mit unseren Botschaften nicht durchdringen. Wir versuchen, uns daran zu orientieren, was unsere Zielgruppen interessiert und uns auf die großen Themen zu fokussieren.“ Wie dies gut umgesetzt werden kann, zeigt laut Eva Werthmann die neue Webseite des DOSB: modern, übersichtlich, am Rezipienten orientiert.

Viele Themen, moderne Kommunikation

Den Weg in den organisierten Sport hat die 42-Jährige durch ein Praktikum beim Internationalen Paralympischen Komitee gefunden: „Am Ende meines Studiums habe ich mir nochmal ein Semester Zeit genommen, um verschiedene Praktika zu machen, unter anderem beim Radio, bei einer Lokalzeitung und eben beim IPC. Beim IPC habe ich gemerkt, dass das einfach mein Ding ist.“ Nach dem Praktikum arbeitet sie fast zehn Jahre für den Verband, wechselt dann als Pressesprecherin zur Triathlon-Union nach Frankfurt und im November 2021 zum DOSB. An vielen Stellen hat Eva Werthmann immer noch Berührungspunkte mit „ihrer Spoho“, zum Beispiel im Rahmen des Safe Sport Codes, den das Institut für Sportrecht zusammen mit dem DOSB entwickelt hat, im Rahmen des Sportentwicklungsberichts, den die Abteilung Sportmanagement seit Jahren für den Verband erstellt oder auch bei der Gremienarbeit, bei der Wissenschaftler*innen der Spoho in Kommissionen des DOSB aktiv sind. Als Absolventin kommt Eva Werthmann immer gerne an die Spoho zurück, wegen ihrer Begeisterung für den Sport und auch wegen der schönen Erinnerungen an ihr Studium: „Ich hatte einfach echt viel Spaß im Studium und habe das machen können, worauf ich Lust hatte. Ich habe viele tolle Leute

hier kennengelernt und konnte mir ein Netzwerk aufbauen, von dem ich heute noch profitiere.“

Gelassen, klar, zielstrebig – auch wenn’s heiß wird

Ein besonderes Highlight liegt für Eva Werthmann im Sommer 2024: die Olympischen Spiele in Paris. In der Zeit schreibt die Zeitung Main Echo über sie: „Gelassen. Klar. Zielstrebig. Wer Eva Werthmann (41) in diesen Tagen bei den Olympischen Spielen in Paris beobachtet, sieht Professionalität und Lösungsorientierung. Diese Frau bringt so leicht nichts ins Schwitzen, nicht einmal die mehr als 35 Grad Celsius zu Wochenbeginn in der Olympiastadt.“ Als sie das Zitat liest, muss sie schmunzeln. „Ich freue mich über diese positiven Worte, auch wenn es sehr hochtrabend formuliert ist“, lautet ihr Kommentar. Im Kern sei die Beschreibung ihrer Charaktereigenschaften aber recht treffend. Vor allem Gelassenheit sei in ihrer Funktion entscheidend. „Nach außen hin Ruhe bewahren, das kann ich ganz gut. Auch, wenn es in mir drin manchmal ein bisschen anders aussieht“, gesteht sie lächelnd.

In Paris war Werthmann unter anderem für die Arbeit mit den Medienvertreter*innen, für die Interviewvermittlung und die täglichen Pressekonferenzen des DOSB verantwortlich. Dreieinhalb Wochen war sie vor Ort, arbeitete jeden Tag zwölf Stunden und mehr, wohnte im Olympischen Dorf, feierte im Deutschen Haus mit den Athlet*innen. Persönlich bereichernd waren für sie vor allem die täglichen Pressekonferenzen. „Was die Athletinnen und Athleten erzählt haben und welche beeindruckenden Persönlichkeiten und Geschichten dahinter stecken, das hat mich total begeistert und auch berührt“, berichtet sie. Ein bisschen Glück war in Paris für Werthmann und ihr Team auch dabei: „Bei so einem Event kann ja ganz schnell mal etwas Unvorhergesehenes passieren; in Paris hatten wir auch einfach Glück, dass es keine Krise gab.“ Über ein Praktikum hat Eva Werthmann ihren Weg ins Herz des Sports gefunden; heute vergibt sie selbst Praktika an Spoho-Studierende. Vielleicht lohnt sich eine Bewerbung ...



WERDEGANG

- » *Heimatstadt: Marktheidenfeld (Landkreis Main-Spessart)*
- » *2003-2007 Studium Sportwissenschaften mit Schwerpunkt Medien/Kommunikation an der Spoho; Job bei RTL; Praktika bei Deutsche Welle, IPC, Main Post*
- » *2008-2017 Media Operations Senior Manager beim International Paralympic Committee (IPC)*
- » *2017-2021 Pressesprecherin Deutsche Triathlon Union*
- » *seit 1.11.2021 Leiterin Verbandskommunikation DOSB und Pressesprecherin*

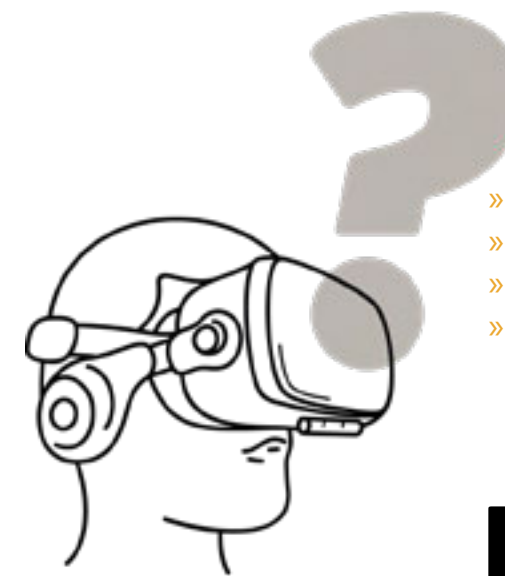


Fotos: DOSB; Medienhaus Main-Echo/Martin Schwarzkopf

TEXT Theresa Templin

Was Athletinnen und Athleten wirklich sehen

STELL DIR VOR, DU STEHST IM SAND. DER BALL FLIEGT, der/die Gegner*in täuscht an und du musst in Sekundenbruchteilen entscheiden: Welche/n Spieler*in spiele ich an? Oder spiele ich den Aufschlag nach links oder rechts? Genau um solche Momente geht es in der neuen Studie des Psychologischen Instituts. Die Forscher*innen wollen herausfinden, wie Beachvolleyballer*innen Entscheidungen treffen – und wie sie ihre Strategien mit der Zeit verändern. Mit smarten Modellen, Hightech-Brille und einer Start-Up-Kooperation zeigt die Forschung, was Athlet*innen wirklich sehen.



- » Aber wie funktioniert das
- » Warum gerade Beachvolleyball
- » Warum eine Kooperation mit einem Start-Up
- » Und welche Auswirkungen haben immersive Studien auf die Forschung

Entscheidungen im Sport laufen anders ab als im Alltag. Sie sind dynamisch. „Wenn ich dreimal erfolgreich nach links gespielt habe, stellt sich der Gegner darauf ein und ich muss meine Strategie blitzschnell ändern. Genau das macht die sequentielle Entscheidungsfindung im Sport so spannend“, erklärt Prof. Markus Raab vom Psychologischen Institut. Eine sequentielle Entscheidung ist ein Prozess, bei dem Entscheidungen schrittweise und in einer bestimmten Reihenfolge getroffen werden, wobei jede Entscheidung den Verlauf und die verfügbaren Optionen für nachfolgende Schritte beeinflusst. Aber warum eignet sich gerade Beachvolleyball, um diese Prozesse zu untersuchen? Die Antwort liegt in den Rahmenbedingungen: Es gibt nur zwei gegnerische Spieler*innen, der Aufschlag muss nach dem Anpfiff in Sekundenbruchteilen erfolgen und die Entscheidungsmöglichkeiten sind begrenzt – gleichzeitig ist das Tempo hoch. Vor allem bei einem guten Aufschlag steigt die Wahrscheinlichkeit eines Punktergebnisses an, da üblicherweise das gegnerische Team im Angriff einen Vorteil hat. Hier die Stellschrauben so zu set-

zen und zu verändern, dass Siege noch wahrscheinlicher werden, liegt nicht nur im sportlichen, sondern auch im sportpolitischen Interesse. Das Projekt wird übrigens vom Bundesinstitut für Sportwissenschaft gefördert.

Anpassungsstrategien, Taktiken und Trainer*innenperspektive

In vorausgegangenen Studien haben das Psychologische Institut und die Technische Universität München zahlreiche Aufschläge und Strategien von männlichen und weiblichen Leistungssportler*innen während der Olympischen Spiele und Weltmeisterschaften analysiert. Dabei zeigte sich: Ab einem bestimmten Leistungsunterschied zwischen den gegnerischen Spielleistungen wechseln Athlet*innen ihre Strategie. So werden zum Beispiel bestimmte, vermeintlich schwächere Spieler*innen häufiger angespielt als vermeintlich starke. Gleichzeitig variiert die Taktik – es wird nicht ausschließlich auf Spieler*in A gesetzt, sondern auch weiterhin Spieler*in B einbezogen. Grund dafür: Die Leistung eines Spielers oder

einer Spielerin schwankt, und das kontinuierliche Anspielen beider Gegner*innen liefert wertvolle Informationen über deren Anpassungsstrategien und Taktiken. Weitere Untersuchungen richteten sich auf die Perspektive der Trainer*innen – unter anderem mit Nationalspielerin Dr. Sandra Ittlinger – sowie auf die Aufschlagstrategien von Nachwuchssportler*innen an allen deutschen Olympiastützpunkten. All diese Daten fließen nun in eine neue Studie ein, in der die Mixed-Reality-Brille „Apple Vision Pro“ eingesetzt wird. Ziel ist es, Erkenntnisse praxisnah ins Training zu übertragen: Spielsituationen sollen realistisch abgebildet werden, damit Athlet*innen die richtigen Rückmeldungen erhalten und ihr Training optimal an die echten Spielbedingungen anpassen. Dass speziell die Apple Vision Pro zum Einsatz kommt, liegt an der technischen Varianz. So kann sehr einfach zwischen realen Abbildungen, realen Abbildungen mit eingeblendeten Informationen wie Wahrscheinlichkeiten (Augmented Reality) bis hin zur vollständigen Virtual Reality gewechselt werden. Dieses Spektrum schafft ideale Voraussetzungen für ein neuartiges Training, bei dem nicht nur Bewegungen nachvollzogen, sondern auch Entscheidungsprozesse sichtbar gemacht werden. Doch wie funktioniert dieser Transfer in der Praxis?



WER MEHR ERFAHREN MÖCHTE:

SMART-ER-Modell:

» Die Grundlage der Studie ist das SMART-ER-Modell (situation model of anticipated consequences of tactical decisions – expanded and revised). Dieses Modell beschreibt, wie wahrgenommene Informationen, zum Beispiel „Wo stehen die Gegner?“, mit sogenannten Top-down-Prozessen verknüpft werden. Dazu gehört, das vorhandene Wissen über die Stärken und Schwächen des Gegners zu kombinieren. Ziel des Modells ist es, zu erklären und nachvollziehbar zu machen, wie Spieler*innen in Spielsituationen handeln. Der Zusatz „expanded and revised“ weist darauf hin, dass auch berücksichtigt wird, unter welchen Bedingungen Spieler*innen bestimmte Entscheidungen treffen und welche Strategien sie dabei wählen.



Link, D. & Raab, M. (2022) 'Experts use base rates in real-world sequential decisions'



Ittlinger, S., Lang, S., Link, D. & Raab, M. (2024) 'Sequential Decision Making in Beach Volleyball – A Mixed-Method Approach'

Beachvolleyball im digitalen Raum

Stellen wir uns eine Trainingseinheit vor: Der Athlet oder die Athletin blickt durch die Mixed-Reality-Brille auf ein virtuelles Beachvolleyballfeld, komplett mit Netz und zwei gegnerischen Spieler*innen. Die Brille erfasst die Blickrichtung und damit auch den Fokus der ballspielenden Person. Fixiert er oder sie einen Gegenspieler, wird dies als Entscheidung gewertet: „Den spiele ich an!“ Im nächsten Schritt erscheinen neun virtuelle Felder rund um die gewählte Person. Mit einem gezielten Blick wählt der Athlet oder die Athletin das Feld aus, das er*sie anspielen möchte. Hinter jedem Feld liegen statistische Daten – gewonnen aus öffentlichen Spielen und bisherigen Analysen –, die anzeigen, wie gut der Gegenspieler oder die Gegenspielerin in genau diesem Bereich performt. So bekommt der/die Athlet*in eine unmittelbare Rückmeldung über die Wahrscheinlichkeit des eigenen Erfolgs und auch einen objektiven Abgleich zur subjektiv getroffenen Entscheidungsstrategie. Ein weiterer Vorteil: Trainer*innen können die Perspektive ihrer Athlet*innen parallel auf einem separaten Bildschirm verfolgen. So erhalten sie einen unmittelbaren

Einblick in die Entscheidungsprozesse ihrer Spieler*innen und können gezielt Feedback geben.

Herausforderung Datenzugang und Datenschutz

Damit das Mixed-Reality-Training überhaupt funktioniert, brauchen die Forscher*innen vollständigen Zugriff auf die erhobenen Daten. Genau das erwies sich jedoch als Hürde, denn Apple-Systeme sind streng geschützt. „Daten rauszuholen, geht nur, wenn man eine App und ein eigenes Programm entwickelt. Daher war die Zusammenarbeit mit einem Softwareunternehmen entscheidend“, erklärt das Forschungsteam. Neben der technischen Umsetzung standen auch ethische und datenschutzrechtliche Fragen im Raum: Wie verhindert man, dass leistungsbezogene Informationen Rückschlüsse auf einzelne Sportler*innen zulassen? Und wie schützt man diese sensiblen Daten davor, gegnerischen Teams möglicherweise einen entscheidenden Vorteil zu verschaffen? Das Beispiel zeigt: Hinter einem solchen Forschungsprojekt steckt nicht nur technisches Know-how, sondern auch eine Menge Bürokratie – von der Softwareentwicklung bis zur Klärung rechtlicher Rahmenbedingungen.

Breite Einsatzmöglichkeiten

Für Prof. Markus Raab eröffnet die Technologie weitaus mehr als nur neue Trainingsformen im Beachvolleyball. „Nicht immer trainieren alle Spieler*innen am gleichen Ort. Manchmal geht es auch um individuelle Szenarien und Spielzüge“, erklärt er. Genau hier könne Mixed Reality ihre Stärken ausspielen, etwa beim gezielten Training einzelner Entscheidungen. Das Potenzial reicht jedoch über eine Sportart hinaus: Überall dort, wo Athlet*innen vor dynamischen, aber begrenzten Wahlmöglichkeiten stehen, lässt sich die Methode einsetzen. Ein naheliegendes Beispiel: das Elfmeterschießen im Fußball.



SKT 2025

„Auch in diesem Jahr verwandelt sich die Deutsche Sporthochschule Köln wieder in einen lebendigen Treffpunkt für Austausch, Inspiration und Zukunftsperspektiven: Am 19. November 2025 findet der 8. Spoho-Karrieretag statt. Er bringt Studierende, Lehrende und Alumni mit spannenden Unternehmen und Verbänden aus der Sport-, Gesundheits- und Bildungsbranche sowie mit Serviceeinrichtungen und Institutionen der Spoho zusammen. Als Studierende*r hast du die Möglichkeit, dir deinen ganz persönlichen Tag zusammenzustellen: Aus über 50 Vorträgen, Workshops und Angeboten wählst du genau die Programmpunkte, die dich interessieren – und erlebst so einen besonderen Unterrichtstag voller Impulse für deine Zukunft! Der Spoho-Karrieretag richtet sich dabei an alle Studierenden der Spoho, an den wissenschaftlichen Nachwuchs sowie an Absolvent*innen bis zwölf Monate nach Studienabschluss. Auch Mitarbeiter*innen der Universität sind herzlich eingeladen, diesen Spoho-Tag mitzuerleben. Gemeinsam bietet sich so die Chance, Impulse zu sammeln, Kontakte zu knüpfen und vielfältige Perspektiven auf den Arbeitsmarkt Sport, Karriere und Berufsorientierung zu gewinnen. Anmeldeschluss ist der 12. November! Alle weiteren Informationen zum Programm und zur Anmeldung unter www.dshs-koeln.de/skt



Fotos: Deutsche Sporthochschule Köln

„HerForm“ stärkt Athletinnen



Wie gelingt der Einstieg in den Hochleistungssport? Das EU-Projekt „HerForm“ liefert Antworten – mit einer digitalen Lernplattform, die speziell auf die Bedürfnisse von Athletinnen zugeschnitten ist. Das Psychologische Institut der Deutschen Sporthochschule Köln begleitet das Projekt als zentraler Forschungspartner. Kernstück ist ein rund zehnstündiger Online-Kurs, der ab Dezember 2025 kostenlos verfügbar sein wird. Er behandelt Themen wie Gesundheit, Work-Life-Balance, Selbstvermarktung und Finanzen und wird barrierefrei sowie mehrsprachig angeboten. Mit „HerForm“ entsteht so ein europaweit einzigartiges digitales Angebot für Sportlerinnen am Beginn ihrer Karriere. www.herform.eu

Noch
Zeit für
mehr?

www.dshs-koeln.de/news



Spoho und FC Erfolgreiche Kooperation

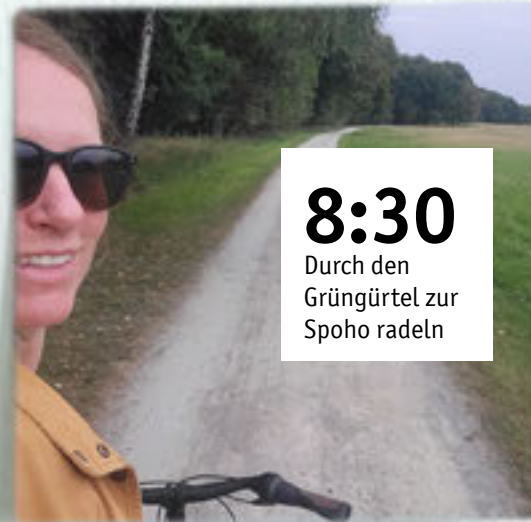
Die Deutsche Sporthochschule Köln bleibt bis 2030 Wissenschaftspartner des 1. FC Köln. Die seit 2015 bestehende Kooperation wird um fünf Jahre verlängert und umfasst Themen wie Talententwicklung, Sportpsychologie, Kommunikation, Ökonomie, digitale Innovation und Nachhaltigkeit. „Wir haben eine enge und vertrauensvolle Zusammenarbeit aufgebaut, von der sowohl unsere Universität als auch der 1. FC Köln profitieren“, sagt Prof. Dr. Tobias Vogt, Prorektor für Forschung und Transfer. „Studierende sammeln praxisnahe Erfahrungen, während wir wissenschaftliche Expertise in die Vereinsarbeit einbringen.“ Auch FC-Geschäftsführer Philipp Liesenfeld unterstreicht die Bedeutung: „In einem dynamischen Fußballumfeld ist es entscheidend, vorauszudenken. Die Kooperation mit der Sporthochschule ist ein wichtiger Baustein unserer Weiterentwicklung – von Nachwuchsförderung über Innovationen bis hin zur Nachhaltigkeit.“ Ein Schwerpunkt bleibt die sportpsychologische Betreuung des Nachwuchsleistungszentrums, ergänzt durch trainingswissenschaftliche und ökonomische Projekte. Zudem profitieren Studierende von praxisnahen Seminaren, Praktika und Jobangeboten. Mit der Verlängerung setzen beide Partner ein starkes Zeichen für die Verbindung von Wissenschaft und Spitzenfußball.

Ein Tag im Leben einer Professorin in der vorlesungsfreien Zeit

Während ihr euch in der Sonne aalt, Iced Coffee schlürft oder verzweifelt versucht, eure Hausarbeit kurz vor der Deadline noch irgendwie hübsch aussehen zu lassen, bleibt eine Frage offen: Was machen eigentlich die Professor*innen in der vorlesungsfreien Zeit? Kaffee trinken und ein paar Mails checken?

Genau das wollten wir herausfinden und haben Professorin Claudia Steinberg vom Institut für Tanz und Bewegungskultur gebeten, uns einen Tag lang in den Semesterferien mitzunehmen. Zwischen Meetings, Forschung und kreativen Projekten zeigt sie, wie ein Uni-Alltag hinter den Kulissen wirklich aussieht.

EIN TAG ...



8:30

Durch den Grüngürtel zur Spoho radeln

9:30

Jour fixe mit
Institutssekretärin
Brigitte Joepen



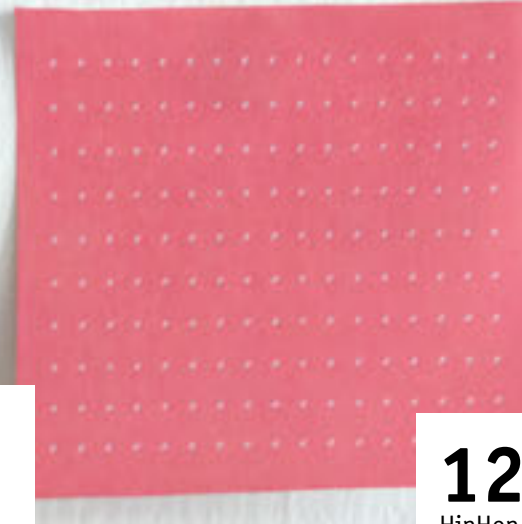
10:00

Sprechstunde mit
Bachelorkandidatin
Rosa Fraundorf



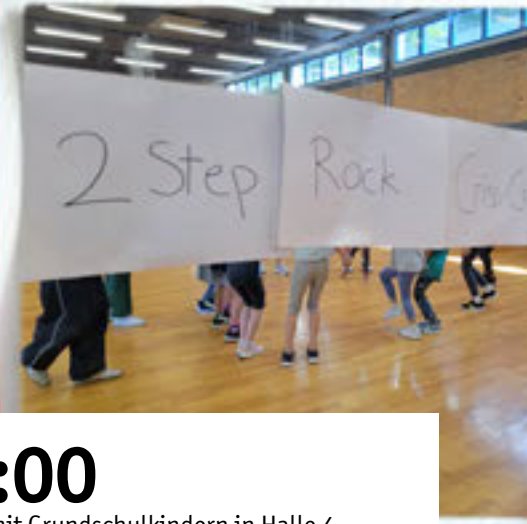
11:00

Start des Transferprojektes
„Spoho-Tanz-Tag“ für Grund-
schul Kinder



12:00

HipHop mit Grundschulkindern in Halle 4



13:00

Zeit für Kaffee



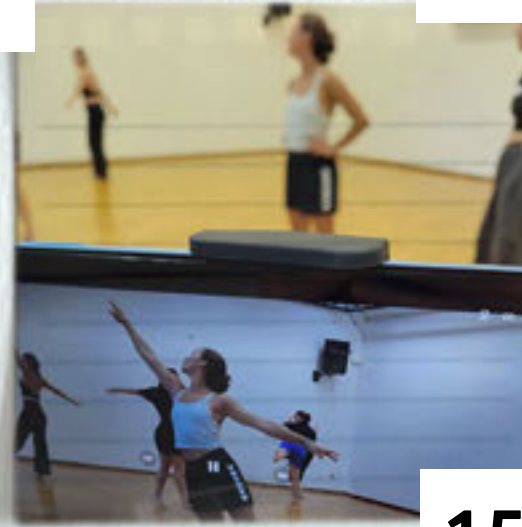
17:00

Ab nach Hause



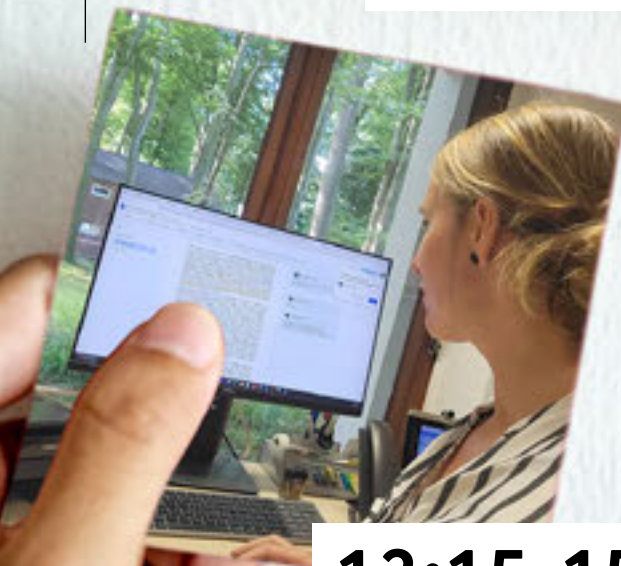
15:00

Casting im MuFo für
TerraX Doku im Winter-
semester



13:15-15:00

Arbeit am DFG Netzwerkantrag
„Ästhetik-Digitalität-Kultur“



Ein



PORTRÄT

TEXT Mona Laufs

STECKBRIEF

- » Ruben Tönnis
- » Geboren am 26.02.2001 in Köln
- » Wohnort: Berlin
- » Studium: Sportmanagement und -kommunikation
- » Lieblingsfarbe: Dunkelblau
- » Lieblingsstadt: Paris



kreatives Leben

RUBEN TÖNNIS IST KÜNSTLER. Neben seinem Sportstudium nutzt er jede freie Minute, um sich kreativ auszuleben. Nicht nur in Köln, auch auf Reisen durch die ganze Welt, findet er Inspiration. Mit Pinsel und Stift lässt er täglich seinen Ideen freien Lauf.

Mit einem Kunstprofessor als Opa ist es keine große Überraschung, dass Ruben Tönnis Talent hat. Schon als Kind hat er zusammen mit seinem Großvater herumgekrizelt und herumgemalt. Im Kunst-Leistungskurs in der Schule hat er wieder zum Malen gefunden und kann es sich seitdem aus seinem Leben nicht mehr wegdenken. Objektiv, leicht abstrahiert oder naturalistisch, Ruben probiert in seinen Bildern gerne alles aus. Mit Acryl, Öl,

Kreide, Wachsmalstiften, Kohle oder Bleistift verarbeitet er auf Papier und Leinwand Eindrücke, Erlebnisse und Emotionen, die ihn im Alltag begleiten. Doch auch andere Techniken und Ideen begleiten ihn in seinem Künstlerleben: „Man kann mit allem malen und man kann alles in seine Kunst einbauen.“ Typisch für Rubens Werke sind Gesichter, Blumen, Städte und sogenannte Sphären, die er oft in Schachbrettmustern gestaltet: „Die Sphären stehen zum Beispiel für Gedanken über den Sinn

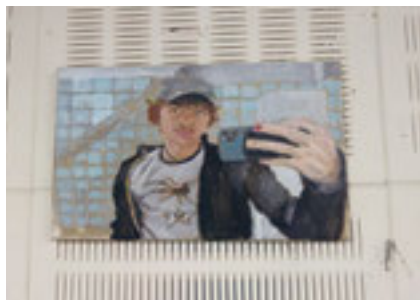
Hier geht's zu Rubens Instagram-Profil



des Lebens, über das Streben nach Unendlichkeit oder über ein Leben nach dem Tod. Es beschreibt den kollektiven Gedanken des Ungreifbaren.“

Aktuell arbeitet Ruben viel mit dem Motiv ‚Menschen am Handy‘. Inspiriert wurde er durch seine Skizzen unterwegs – etwa in der Bahn, wo Passagiere gerne minutenlang bewegungslos auf ihren Bildschirm schauen. Ein unbewegtes Motiv, perfekt für jede Skizze. Diese Eindrücke haben Ruben inspiriert, sie auch in seiner Malerei zu verarbeiten. „Das spiegelt irgendwie unsere Zeit wider. Das gehört ja dazu.“ Überraschenderweise fällt den Betrachter*innen seiner Zeichnungen und Malereien oft gar nicht auf, dass ein Handy bewusst eingearbeitet wurde.

Das Studium an der Spoho hat Ruben viel Zeit gegeben, sich intensiv seiner Kunst widmen zu können. Für ihn sind Kunst und Sport auch gar nicht so verschieden: Beides macht ihm in Gesellschaft mehr Spaß und trotzdem ist er am Ende auf sich selbst angewiesen. Kunst und Sport sind außerdem Mög-



lichkeiten, sich selbst auszudrücken. Genau diese Kombination aus Gemeinschaft und persönlicher Entfaltung verbindet für ihn die beiden Welten.

Unterwegs in Taiwan

Für ein Auslandssemester hat Ruben ein halbes Jahr in Taiwan gelebt. An der National Taiwan Sport University (NTSU) durfte er sich eine Ecke im Musikraum einrichten und weiter an seiner Kunst arbeiten. Ein Höhepunkt seines Aufenthalts waren die Reisen durchs Land: Für ein paar Wochen hatte er die Möglichkeit, bei einer Künstlerin zu wohnen und in ihrer Kunstschule selbst zu unterrichten. Zusätzlich konnte er dort auch eine kleine Ausstellung für seine

Werke aus Taiwan organisieren. Rubens Reisen durch die Welt helfen ihm, neue Inspiration zu finden und mit vielen Menschen und Künstler*innen in Kontakt zu kommen: „Ich finde, jede Erfahrung, bei der du in einen neuen Raum reingeworfen wirst und niemanden kennst, ist immer eine Erweiterung für die Persönlichkeit. Weil du dann aus deiner Komfortzone raus musst und über dich hinauswachsen kannst. Am besten je verrückter, desto besser.“ Ob in Taiwan, Köln oder Venedig – Ruben konnte seine Werke schon international präsentieren. Eine Ausstellung ist ihm dabei besonders in Erinnerung geblieben: Für zwei Monate durfte er in Frechen in den Bürogebäuden der Firma Schaabens seine Werke ausstellen.

Fotos: Ruben Tönnis; Presse und Kommunikation

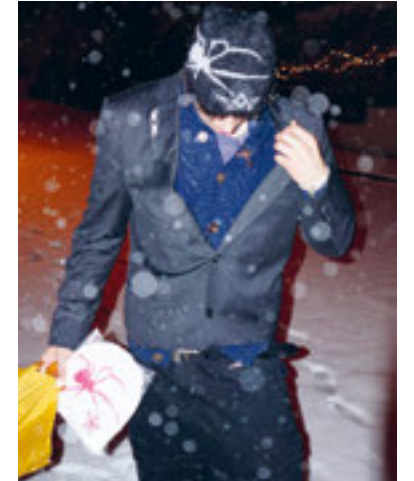


Unter dem Thema „Vergänglichkeit“ hat er dort das Leben im Hamsterrad in den Blick genommen. „Das Hamsterrad ist der Job, den wir unser Leben lang machen und teilweise gar nicht unterstützen, was wir da eigentlich machen. Das erfüllt uns ja dann nicht und macht uns nicht glücklich. In meiner Kunst spiegle ich oft das Streben nach Freiheit wider, das Genießen des Momentes. Meine Bilder dann in einem Büroraum auszustellen, war einfach der perfekte Kontrast“. Unterstützt hat er seine Ausstellung mit Performancekunst: In der Mitte des Raumes saß eine Frau, die den ganzen Abend schweigend in einen Laptop tippte: „I would love to watch the exhibition but i need to work harder to buy things i don't need“. Zur Eröffnung hatte Ruben 200 Leute aus der ganzen Welt eingeladen, 40 Plätze hatte er über Instagram an Leute verlost, die er noch gar nicht kannte.

Seine Bilder verkauft Ruben vor allem bei diesen Ausstellungen. „Es ist immer besonders, wenn ich Leute treffe, die sich wirklich für meine Kunst interessieren, etwas kaufen und mich damit unterstützen“. Seine Kunst ist nicht kommerziell. Ruben malt nicht das, was sich gut verkaufen lässt, sondern das, worauf er Lust hat. Jeden Tag verbringt er mindestens fünf Stunden mit seiner Malerei, weil er weiß, dass es ihm einfach gut tut. Ruben ohne Kunst, das kann er sich überhaupt nicht mehr vorstellen. Vor ein paar Monaten ist er nach Berlin gezogen. Er wollte immer mal aus Köln wegziehen und etwas Neues erleben. Nach seiner Bachelorarbeit und ganz vielen neuen Bildern möchte Ruben noch ein Kunststudium besuchen. Ob das dann auch in Berlin sein wird, das wird sich zeigen.

22VALERIE

» Für Ruben ist Mode viel mehr als nur etwas zum Anziehen, sie ist eine weitere Leinwand für seine Kreativität und eine Möglichkeit, sich selbst auszudrücken. Diese Leidenschaft hat er in einen Onlineshop fließen lassen und verkauft dort selbst entworfene Kleidungsstücke. Sein meist gefragtes Produkt ist ein Gürtel mit integriertem Feuerzeug. Aber auch Hosen mit Farb- und Pinselhalterungen, Pullis, Mützen oder Ansteckpins in Spinnenform gehören zu seiner Kollektion. <https://22-valerie.com>



TEXT Lena Overbeck
FOTOS DtHHV



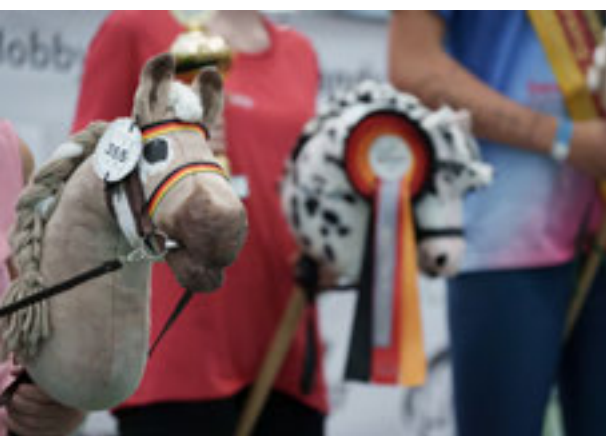
HOBBY HORSING IN KÜRZE

- » Beim Hobby Horsing oder auch Steckenpferdreiten werden Elemente aus dem Pferdesport nachgestellt
- » Es gibt verschiedene Disziplinen; zum Beispiel: Dressur, Springen, Western
- » Dabei übernehmen die Hobby Horser sowohl die Rolle des Reiters/der Reiterin als auch die des Pferdes
- » Alle Steckenpferde sind erlaubt – gekauft oder gebastelt
- » Viele Hobby Horser haben für jede Disziplin ein eigenes Hobby Horse (Springen: leicht und kurz, Dressur: länger und anmutig)
- » Die Regeln sind ähnlich wie beim Reitsport; beim Springreiten etwa muss ein Parcours möglichst fehlerfrei und schnell absolviert werden
- » Gerten und Sporen sind nicht zugelassen



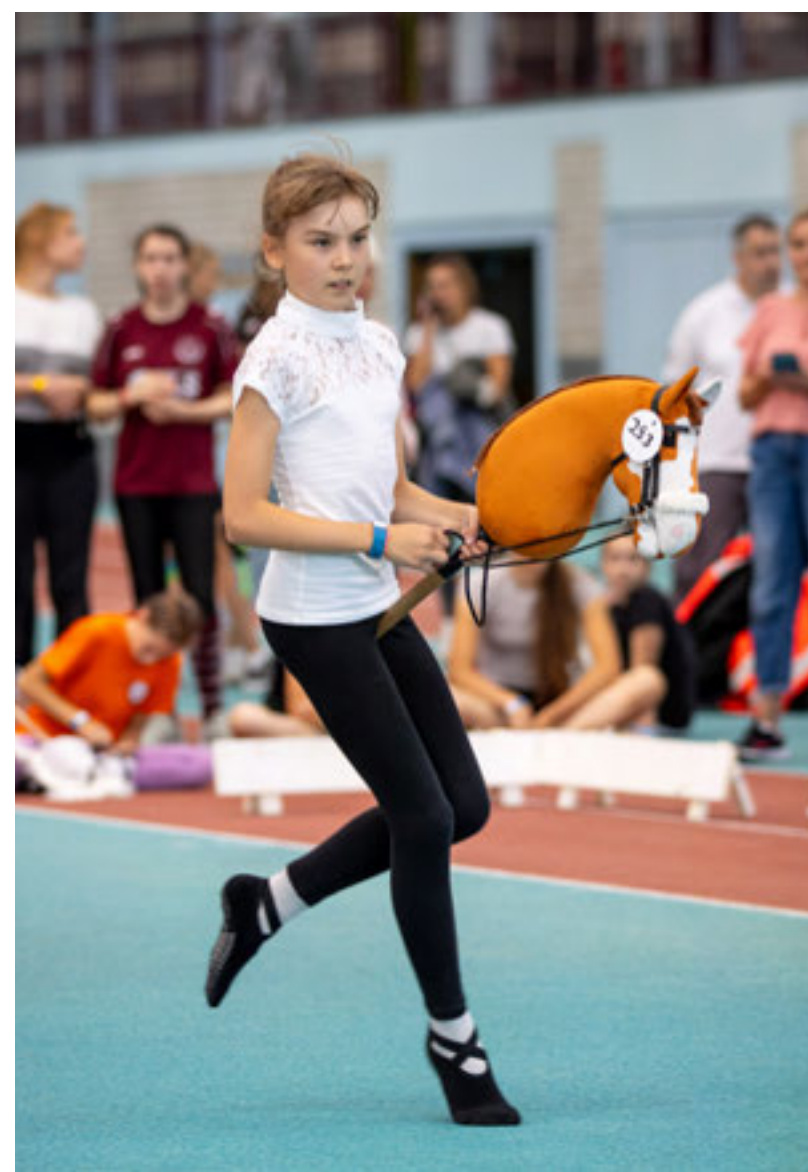
ZAHLEN & FAKTEN

- » In Deutschland gibt es über 9.500 aktive Hobby Horser
- » Mehr als 350 Vereine bieten Hobby Horsing als eigene Sparte an
- » Davon sind rund 200 Reitvereine und etwas über 150 Sportvereine
- » Die meisten Aktiven sind zwischen 12 bis 15 Jahre alt, gefolgt von den 9- bis 12-Jährigen
- » Niedersachsen ist das Bundesland mit den meisten Aktiven (25%), gefolgt von Baden-Württemberg (22,4) und Schleswig-Holstein (9%); NRW liegt auf Platz vier (7,2%)
- » Im September 2023 wurde der erste Deutsche Hobby Horsing Verband e. V. (DtHHV) gegründet
- » Letztes Jahr fanden die ersten Deutschen Hobby Horsing Meisterschaften statt



SPORT

Auf die Pferde, fertig, los!



MUSIK ERTÖNT, DIE REITERIN GRÜSST UND STRAFFT DIE ZÜGEL. Elegant und in möglichst sorgfältiger Ausführung vollführt sie die Piaffe, Zickzack-Traversalen und die Pirouette. Rund drei Minuten dauert die Dressurkür, dann grüßt die Reiterin erneut und reitet vom Feld – nur ohne Pferd.

Genauer gesagt: ohne ein echtes Pferd. Zwischen ihren Beinen hält sie ein Steckenpferd aus Holz und Plüsch. Neben der Dressur sind weitere Wettkampfformen das Springreiten, das Pferderennen oder das Puissance. Die Rede ist von Hobby Horsing. Im September letzten Jahres fanden die ersten Deutschen Hobby Horsing Meisterschaften in Kalbach bei Frankfurt am Main statt, mit rund 300 Teilnehmer*innen und mehr als 1.500 Zuschauer*innen. Die Trendsportart, die ursprünglich aus Finnland stammt, erfreut sich stetig steigender Beliebtheit.

Vor rund zwei Jahren wurde der Deutsche Hobby Horsing Verband (DtHHV) gegründet, der sich als nationaler Dachverband für die Anerkennung und Weiterentwicklung der Sportart einsetzt. Auch ein offizielles Hobby Horsing Regelwerk für Dressur und Springen wurde im Juli 2024 erstmals veröffentlicht. Für die Wettkämpfe gelten ähnliche Regeln, wie beim Reitsport mit echten Pferden. Beim Springreiten etwa muss ein Parcours mit acht bis zwölf Hindernissen in verschiedenen Höhen möglichst fehlerfrei und schnell bestritten werden. Beim Dressurreiten bewerten die Kampfrichter*innen Schwierigkeit und Ausführung der verschiedenen Elemente der Kür. Die Disziplin Hochsprung ist vor allem bei den Zuschauer*innen sehr beliebt. Hier gilt es, ein möglichst hohes Hindernis zu bezwingen. Der aktuelle Weltrekord liegt bei 1,42m. Der Sprung wird im Galopp ausgeführt, der Stock des Pferdes muss vom Absprung bis zur Landung den Oberschenkel der Reiterin

bzw. des Reiters berühren. Tut er dies nicht oder wird das Hindernis gerissen, sind Pferd und Reiter*in disqualifiziert.

Viele der Hobby Horses sind selbst gemacht. Strenge Gestaltungskriterien gibt es dabei nicht. Es wird lediglich empfohlen, die Größe und das Gewicht des Pferdes auf die Körpergröße des Reiters bzw. der Reiterin anzupassen. Viele Hobby Horser haben für jede Disziplin ein eigenes Pferd: Fürs Springen leicht und kurz, für die Dressur länger und anmutig. Wer nicht selbst basteln möchte, findet in spezialisierten Onlineshops sämtliches Zubehör: Decken, Ohrenkappen, Fliegenmasken, Stricke, Trensen, Halfter mit Fell und noch viel mehr. Sogar die Möglichkeit einer Spezialanfertigung, etwa nach Fotovorlage, ist gegeben. Immer häufiger sind Kleidung und Pferd aufeinander abgestimmt – feste Regeln für die Kleiderwahl gibt es jedoch nicht. Wie im Reitsport gibt es auch beim Hobby Horsing keine Geschlechtertrennung. Klassifiziert wird nach Alter und gegebenenfalls nach Körpergröße, etwa bei Hochsprung-Wettbewerben.

In Deutschland gibt es bereits über 350 Vereine, die Hobby Horsing als eigene Sparte anbieten. Rund 200 davon sind Reitvereine, etwa 150 Sportvereine. Die Zahl der aktiven Hobby Horser beläuft sich aktuell auf mehr als 9.500. Aber: Ist das wirklich Sport? Darüber haben wir uns mit Matthias Bojer unterhalten. Der Dozent der Deutschen Sporthochschule Köln ist ehemaliger Profi-Springreiter, hat eine eigene Pferdezucht und ist an unserer Universität für die Reitlehrausbildung der Studierenden zuständig.



DAS SAGT DER VERBAND

Hobby Horsing ist ein Leistungssport, der eine beeindruckende Bandbreite an sportmotorischen Fähigkeiten erfordert. Der Sport, bei dem Athleten auf Steckenpferden anspruchsvolle Parcours bewältigen und Choreografien vorführen, fordert körperliche Fitness und Ausdauer. Vor allem die Bein-, Bauch- und Rückenmuskulatur werden stark beansprucht, da sowohl das Springen über Hindernisse als auch das Laufen im Vordergrund stehen. Darüber hinaus sind Beweglichkeit, Koordination und Sprungkraft essenziell, um die präzisen und eleganten Bewegungen auszuführen, die für den Erfolg in dieser Disziplin nötig sind. Regelmäßiges und gezieltes Training ist daher unerlässlich, um den hohen Anforderungen des Sports gerecht zu werden und das kreative Zusammenspiel von Sport und Fantasie zu meistern.



Ist Hobby-Horsing wirklich Sport? Das haben wir unseren Reitsport-Dozenten Matthias Bojer gefragt.

Herr Bojer, was geht Ihnen durch den Kopf, wenn Sie an Hobby Horsing denken?

Ich muss gestehen, dass es mir ein Schmunzeln entlockt. Erwachsene Menschen, die mit einem Besenstil zwischen den Beinen Pirouetten drehen, ist schon ein bisschen zum Piepen. ABER: Ich bin auch unbedingt der Meinung, dass jede Bewegung sinnvoll ist und sowieso alle Menschen, ob Kind oder Erwachsener, das machen sollten, was ihnen Freude bereitet.

Hobby Horsing ist aus Ihrer Sicht also keine ernstzunehmende Sportart?

Das würde ich nie sagen. Die Hobby Horser vollbringen sportliche Leistungen, definitiv. Aber es hat aus meiner Sicht wenig mit Reitsport zu tun.

Weil die Pferde aus Holz und Plüsch und nicht aus Fleisch und Blut sind?

Ja. Pferde sind mit sehr hoher Sozialkompetenz ausgestattete Lebewesen. In meinem Verständnis von Reitsport steht die Mensch-Tier-Beziehung an erster Stelle. Der richtige Umgang mit Pferden, die Pflege, die Haltung, das Füttern – all das und noch viel mehr gehört zwingend dazu. Es genügt nicht, reiten zu können. Und dieser Aspekt, der verantwortungsvolle Umgang und die Interaktion mit dem Tier, ist im Hobby Horsing nicht gegeben.

Die Deutsche Reiterliche Vereinigung, der Bundesverband für Pferdesport und Pferdezucht, führt Hobby Horsing unter Breitensport auf ...

Ich finde nicht, dass sich das widerspricht. Die FN (Anm. d. Red.: Fédération Equestre Nationale) hat den Trend erkannt und nutzt ihn zur Nachwuchsförderung. Hobby Horsing kann eine gute Möglichkeit sein, um Kinder früh an den Reitsport heranzuführen. Zudem ist der Zugang deutlich einfacher und kostengünstiger. Aber irgendwann muss der Übergang zum echten Pferd erfolgen.

Haben Sie es einmal ausprobiert?

Ich glaube, jeder ist schon einmal auf einem Stock oder Besenstil geritten – nicht nur die Bibi Blocksberg – oder Pferde-Fans unter uns. Einen Hindernis-Parcours auf einem Steckenpferd habe ich noch nicht bestritten. Vor allem meine Kinder hätten Spaß bei dem Anblick. Das Thema Hobby Horsing ist spannend und mit Sicherheit polarisierend. Ich werde das im nächsten Semester mit in meine Hausarbeits-Themenliste aufnehmen.

Ihr Fazit zum Schluss ... Hobby Horsing: Ist das wirklich Sport?

Ja! Hobby Horsing ist Sport, aber kein Reitsport.



Ach was ...

Bis 1998 war im Vorlesungsverzeichnis der Deutschen Sporthochschule Köln eine Skihalle unter den Sportstätten aufgeführt. Ja, Sie haben richtig gehört! Errichtet vom belgischen Militär, das bis in die 1990er Jahre Teile unseres Campus für den Sport seiner in Deutschland stationierten Streitkräfte nutzte, stand sie zwischen Halle 10 und dem heutigen Institutsgebäude V. „Im Grunde war die Skihalle nicht mehr als eine rund neun mal zwölf Meter große Holzbaracke, in der sich ein breites Laufband befand“, sagt Dr. Ansgar Molzberger, unser Experte für die Hochschulgeschichte. „Aber tatsächlich wurde sie auch von unseren Lehrkräften für erste praktische Übungen zur

Vorbereitung auf Skiexkursionen genutzt.“ Auf den Diastreifen sieht man das Innere der Skihalle. Mit der Erneuerung des Spoho-Campus nach dem Abzug der belgischen Streitkräfte musste die Skihalle weichen. Üb-

rigens: Die Beachvolleyballanlage „Playa in Cologne“ ist das ehemalige Belgier-Schwimmbad.

Fotos: Rik Voorhelst, Archiv DSHS Köln



Mit Köpfchen und Körper: Gesund altern

TEXT Julia Neuburg

Der demografische Wandel vollzieht sich unaufhaltsam: Das Statistische Bundesamt prognostiziert, dass im Jahr 2050 jede zweite Person in Deutschland älter als 50 Jahre sein wird. Dieser Prozess stellt unsere Gesellschaft schon heute vor große Herausforderungen, die sich in den nächsten Jahren noch verstärken werden. Bereits jetzt sind so viele Menschen pflegebedürftig wie nie zuvor: Ende 2023 waren es 5,7 Millionen (Statista). Mit der Verlängerung unserer Lebenserwartung stellt sich also zwangsläufig die Frage nach der Qualität des Alterns. Der Wunsch nach einem selbstständigen und selbstbestimmten Leben, auch im höheren Lebensalter, spielt hierbei eine besondere Rolle. Dabei scheint körperliche Aktivität ein bedeutender Baustein zu sein, um gesund zu altern. Genau dies erforscht das Institut für Bewegungs- und Sportgerontologie der Deutschen Sporthochschule Köln. Das Institut befasst sich in Forschung und Lehre mit der Frage, wie und warum sich im Verlauf des Alterns körperliche Aktivität und Funktionsfähigkeit verändern. Die Forschungsergebnisse werden genutzt, um effektive evidenzbasierte Interventionen zu entwickeln, die Menschen ermöglichen, ein aktives und selbstständiges Leben bis ins hohe Alter zu führen. Denn: Je älter die Menschen werden, desto größer ist auch das Sturzrisiko (siehe dazu auch S. 33). Die Sturzprävention hat als Forschungsthema eine lange Tradition am Institut. Forschungsprojekte wie iStoppFalls, My Active and Healthy Aging (My-AHA), FARSEEING u.v.m. wurden in den vergangenen Jahren erfolgreich durchgeführt. Aus einigen Projekten haben sich konkrete Konzepte entwickelt, zum Beispiel ein gerätegestützter Sturzpräventionszirkel, ein Steppingprogramm, ein Trainingskarussell für Demenzpatient*innen; aktuell wird im Rahmen eines VR-Projekts eine virtuelle Welt programmiert, die zur Sturzprävention dienen soll oder auch ein Step-Aerobic-Training als spezifisches Trainingsprogramm für ältere Erwachsene entwickelt.



Übrigens: Für seine Lehrveranstaltung „Praktische Trainingsumsetzung mit Älteren“ im B.A. Sport und Gesundheit in Prävention und Therapie hat in diesem Jahr Dr. Tobias Morat vom Institut für Bewegungs- und Sportgerontologie den Lehrpreis in der Kategorie Praxiskurs/Übung (dotiert mit 3.000 Euro) erhalten.

»Wir müssen den Alltag der Älteren in Bewegung denken«

Dr. Kyungwan Kim (39) forscht an der Schnittstelle von Bewegung und Kognition – mit einem besonderen Fokus auf das Altern. Seine Studien beschäftigen sich mit der Frage, wie ältere Menschen geistig und körperlich fit bleiben können. Dr. Kim hat von 2013 bis 2016 den M.Sc. Sport- und Bewegungsgerontologie studiert und danach an der Sporthochschule promoviert. Wir haben mit ihm über seine Forschung, deren gesellschaftliche Relevanz und seine persönliche Motivation gesprochen.



Was bedeutet gesundes Altern?

Für mich bedeutet gesundes Altern, den Alltag immer wieder neu zu gestalten und Neues zu lernen. Wenn wir Routinen aufbrechen, fordern wir das Gehirn heraus, flexibel zu bleiben, und trainieren gleichzeitig, unsere Bewegungen bewusster und sicherer auszuführen. Das gilt nicht nur für ältere Menschen. Menschen jeden Alters sollten Neues ausprobieren – sei es ein Sport, eine Sprache oder eine andere Fähigkeit, um Körper und Geist langfristig gesund und anpassungsfähig zu halten.

Was erforschen Sie in dem Zuge?

Ich beschäftige mich mit der Frage, wie Bewegung und Denken zusammenwirken und wie beides im Alter trainiert werden kann. Besonders interessiert mich, wie Alltagsroutinen unser Altern beeinflussen. Wenn wir über viele Jahre hinweg Tag für Tag die gleichen Bewegungen machen und immer wieder die gleichen Gedanken denken, wird das irgendwann zur Routine und schließlich zur Gewohnheit. Doch wenn wir uns auf Neues einlassen, können wir unseren Geist und Körper wachhalten und dem Alterungsprozess aktiv entgegenwirken. In meiner Forschung untersuche ich deshalb, wie man gewohnte, automatische Reaktionen hemmen und stattdessen sicher reagieren kann.

Was hat Sie persönlich zu diesem Forschungsthema gebracht?

Nach meinem Sportstudium in Südkorea habe ich in einem großen Seniorenzentrum gearbeitet und dort Gespräche mit älteren Menschen geführt – über ihr Leben und ihre Wünsche. Auch mit Blick auf meine eigene Familie, meine Großeltern und Eltern wollte ich besser verstehen, wie ältere Menschen länger selbstständig und mobil bleiben können. Es hat mich gereizt, tiefer in dieses Forschungsthema einzutauchen, weshalb ich 2013 den Masterstudiengang Sport- und Bewegungsgerontologie an der Sporthochschule begann – das war für mich der ideale Einstieg in die Forschung.

Das Thema Sturzprävention im Alter wird schon lange an Ihrem Institut bearbeitet. Wie lassen sich Stürze vermeiden?

Um Stürze zu vermeiden, reicht es nicht, nur die Muskulatur zu trainieren. Wichtig ist auch, die geistige Fitness und die Flexibilität im Alltag zu fördern. Hier gilt es, Routinen zu hinterfragen, neue Bewegungs- und Denkaufgaben einzüben und komplexe Alltagssituationen gezielt zu trainieren, zum Beispiel, wie man bei unerwarteten Hindernissen oder plötzlichen Reizen bewusst reagiert. Genau hier setzen wir mit unseren

Forschungsprojekten an. Wir entwickeln Trainings, die motorische und kognitive Elemente verbinden, sodass ältere Menschen lernen, sicherer, aufmerksamer und anpassungsfähiger zu handeln.

Sie beschäftigen sich auch mit der Wegfindungs- oder Orientierungsfähigkeit im Alter. Welche Erkenntnisse haben Sie dazu bereits gewonnen?

Für die räumliche Orientierung sind zwei Fähigkeiten wichtig: die Ich-Perspektive, die Orientierung aus der eigenen Sicht, und die Vogelperspektive, die Fähigkeit, sich zum Beispiel auf einer Straßenkarte zurechtzufinden. Im Alter können diese Fertigkeiten nachlassen, was die Alltagsmobilität älterer Personen einschränken kann, weil sie sich etwa in neuen Umgebungen nicht mehr so gut zurechtzufinden. Interessanterweise haben wir in einer Studie aber festgestellt, dass sich diese Defizite in der Realität oft weniger stark zeigen als in Laborsettings. Bewegung im Alltag, zum Beispiel im Straßenverkehr, scheint also ein wichtiger Schlüssel zu sein, weil sie das Gehirn auf vielfältige Weise fordert und unterstützt. Orientierungsfähigkeit hängt also nicht nur von körperlicher Fitness ab, sondern auch davon, wie wir unsere Alltagsroutinen gestalten.

Welche gesellschaftliche Relevanz hat Ihre Forschung – etwa mit Blick auf den demografischen Wandel?

Wir wissen, dass der Anteil älterer Menschen in unserer Gesellschaft deutlich zunimmt. Damit steigt auch das Risiko von Stürzen und kognitiven Einschränkungen. Wenn eine ältere

STÜRZE IM ALTER

Zahlen, Risiken, Folgen

- » Jede dritte Person über 65 stürzt mindestens einmal pro Jahr
- » Bei den über 80-Jährigen ist es sogar mehr als jede zweite

TYPISCHE URSACHEN:

Kognition

- » Nachlassende Aufmerksamkeit
- » Verlangsamte Reaktion
- » Abbau exekutiver Funktionen

Körper

- » Muskelschwäche
- » Gleichgewichtsstörungen
- » Seh- und Hörprobleme

Umgebung

- » Stolperfallen (Teppiche, Kabel)
- » Schlechte Beleuchtung
- » Glatte Böden

Medikamente

- » Beruhigungsmittel
- » Blutdrucksenker
- » Kombination mehrerer Präparate

MÖGLICHE FOLGEN

Körperlich:

- » Prellungen
- » Knochenbrüche
- » Schädel-Hirn-Trauma

Psychisch & sozial

- » Angst vor erneutem Sturz
- » Rückzug & Vereinsamung
- » Verlust der Selbstständigkeit

Ökonomisch

- » Kosten für Reha, Pflege & Krankenhaus
- » Belastung für Angehörige und Pflegesysteme

WAS HILFT?

Kombinierte Prävention

- »  Kraft- und Gleichgewichtstraining
- »  Kognitives Training (z. B. Aufmerksamkeit, Reaktionsfähigkeit)
- »  Anpassung der (Wohn-)Umgebung
- »  Medikamenten-Check

Person stürzt oder sich nicht mehr so gut orientieren kann, hat das nicht nur gesundheitliche Folgen, sondern auch Auswirkungen auf das gesamte soziale Umfeld. Prävention ist daher nicht nur medizinisch, sondern auch gesellschaftlich enorm wichtig. Mein Ziel ist es, präventive Ansätze zu entwickeln, die über klassisches Training hinausgehen.

Gibt es bereits Beispiele, in denen Ihre Forschung in der Praxis Anwendung findet?

Aktuell entwickeln wir in Kooperation mit der Polizei Köln, Direktion Verkehr, ein Trainingskonzept für den sicheren Straßenverkehr im Alter. Wir haben bereits zwei Workshops mit älteren Menschen durchgeführt, bei denen die Polizei wichtige Kenntnisse zur sicheren Verkehrsteilnahme vermittelt und unser Team ein Bewegungsprogramm beisteuert, das Fähigkeiten wie Reaktionsvermögen, Aufmerksamkeit und Orientierung gezielt fördert. Ein weiteres Projekt war eine Studie zur Orientierung in Zusammenarbeit mit dem Museum Ludwig in Köln. Hier haben wir untersucht, wie sich ältere Menschen in komplexen räumlichen Umgebungen zurechtfinden – sowohl in der Realität als auch in virtuellen Simulationen. Solche Ergebnisse können perspektivisch helfen, öffentliche Räume altersgerechter zu gestalten und ältere Menschen zu unterstützen, ihre Selbstständigkeit zu bewahren.

Woran arbeiten Sie aktuell und was wünschen Sie sich für die Zukunft Ihrer Forschung?

Neben den Projekten zur Sturzprävention im Straßenverkehr und zur bewegungsbezogenen Wegfindung beschäftige ich mich auch mit sportlichen Kontexten. Mich interessiert, wie unterschiedliche Sportarten die körperliche und geistige Gesundheit älterer Menschen fördern können und welche Rolle kognitive Funktionen dabei spielen. Langfristig wünsche ich mir, dass wir Trainingskonzepte entwickeln, die direkt in der Praxis Anwendung finden, sodass ältere Menschen konkrete, leicht zugängliche Angebote nutzen können, die sowohl ihre körperliche Fitness als auch ihre geistige Flexibilität fördern und damit ihren Alltag spürbar verbessern.

Fotos: Freepik

Klimawandel Auswirkungen auf den Winter- und Bergsport

Das Expertenforum Klima.Schnee.Sport, an dem auch die Deutsche Sporthochschule beteiligt ist, hat ein neues Positionspapier zum Einfluss des Klimawandels auf den Winter- und Bergsport veröffentlicht. Es zeigt u.a., dass natürliche Schneedecken in tiefen und mittleren Lagen weiter zurückgehen, sommerliche Trockenphasen und Naturgefahren zunehmen und damit neue Herausforderungen für Sport und Tourismus entstehen. Gleichzeitig betonen die Fachleute die Verantwortung der Branche, Klimaschutz- und Anpassungsmaßnahmen konsequent umzusetzen.

Positionspapier:
<http://bit.ly/42L04Ie>



Die für den Schneesport geeignete natürliche Schneedecke geht langfristig besonders in tiefen und mittleren Lagen bis etwa **1.500 Meter** Seehöhe weiter zurück.

„Gateway Factory“ erhält Millionenförderung

Wirtschaftsministerin Katherina Reiche hat die Gewinner des Leuchtturmwettbewerbs „Startup Factories“ bekanntgegeben: Die „Gateway Factory“, ein Zusammenschluss von Hochschulen aus Köln, Aachen und Düsseldorf, gehört zu den zehn bundesweit geförderten Zentren. Sie erhält in den kommenden fünf Jahren bis zu zehn Millionen Euro vom Bund, um Deeptech-Startups mit Wachstumsprogrammen, Produktions- und Laborflächen sowie Zugang zu Industriepartnern und Investoren zu unterstützen.

Zu den beteiligten Partnern gehören neben der Universität zu Köln, der RWTH Aachen und der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf auch die TH Köln, die Deutsche Sporthochschule Köln, die Rheinische Hochschule Köln, die CBS International Business School sowie die Münchner Start2 Group. Bereits zuvor hatte das Konsortium rund zehn Millionen Euro an privaten Mitteln eingeworben.

„Wir freuen uns sehr auf die Umsetzung der Gateway Factory in Zusammenarbeit mit den leistungsstarken Hochschulen der Region von Düsseldorf bis Aachen. Als profilspezifische Universität begleiten wir Startups in der Skalierungsphase mit sportwissenschaftlicher Expertise und strategischen Branchennetzwerken – insbesondere in den wachstumsstarken und gesellschaftsprägenden Zukunftsfeldern Gesundheit, Sport und Bewegung“, sagt Prof. Dr. Ansgar Thiel, Rektor der Deutschen Sporthochschule Köln.

Rund
85%

der Handwerker*innen schätzen ihre Gesundheit trotz hoher körperlicher und mentaler Anforderungen als gut oder sehr gut ein – im Vergleich zu knapp 70 Prozent der Gesamtbevölkerung.

Aktuelle Studie „So gesund ist das Handwerk“

Dein Studium. Dein Profil. Deine Wahl

– Entdecke die Profilergänzungen!

THEORIE

- PE 1.1 Management
- PE 1.2 Marketing
- PE 1.3 Öffentlichkeitsarbeit und mediale Kommunikation
- PE 1.4 European Sport Studies

- PE 1.5 Medizinische und technische Aspekte im Leistungs-, Erlebnis- & Gesundheitssport
- PE 1.6 Leistungsphysiologisch-internistische Aspekte menschlicher Leistung im Leistungssport
- PE 1.7 Das Gehirn in Bewegung – Neuromuskuläre und neurophysiologische Aspekte
- PE 1.8 Genderstudies

- PE 1.9 Sport und Umwelt
- PE 1.10 Public Health und Gesundheitsförderung
- PE 1.11 Werte, Wettkampf, Weltereignis: Aktuelle und historische Facetten der Olympischen Spiele
- PE 1.12 Kindlicher Lebensstil und Bewegungsförderung
- PE 1.13 Motorische Entwicklung, körperliche Aktivität und Bewegungsförderung im Kindes- und Jugendalter

- PE 1.14 Internationale Sportpolitik und Entwicklungszusammenarbeit

- PE 1.15 Sport und Ernährung
- PE 1.15b Sport and Nutrition
(Modul findet auf Englisch statt)
- PE 1.16 Sport und Recht
- PE 1.17 Gender und Diversity im Sport

- PE 1.18 Bewegung und Sport in Suchtprävention und -therapie
- PE 1.19 Doping und Dopingprävention
- PE 1.21 Sport Entrepreneurship



Damit du eine bessere Vorstellung bekommst, was in der Profilergänzung gelehrt wird, haben die jeweiligen Modulbeauftragten Info-Clips erstellt. Diese findest du über den QR-Code!



PRAXIS

- PE 2.1 Rückencoaching
- PE 2.2 Gesundheitssport mit Älteren
- PE 2.3 Erlebnispädagogik
- PE 2.4 Individuelle motorische und bewegungstechnische Leistungsgrenzen

- PE 2.5 Bergsport
- PE 2.6 Segel- und Surfsport
- PE 2.7 Rudersport
- PE 2.8 Sporttauchen
- PE 2.9 Alpiner Schneesport
- PE 2.10 Winter-Erlebnissport
- PE 2.11 Radsport

- PE 2.13 Trendsport Golf
- PE 2.15 Teamsport Fußball
- PE 2.16 Teamsport Basketball
- PE 2.17 Varianten des Hockeysports
- PE 2.18 Teamsport Volleyball
- PE 2.19 Teamsport Handball
- PE 2.20 Racketsport Tennis
- PE 2.21 Racketsport Badminton
- PE 2.22 Racketsport Tischtennis

- PE 2.23 Theorie und Praxis in der Leichtathletik
- PE 2.24 Theorie und Praxis des Schwimmsports
- PE 2.25 Gerätturnen, Trampolin und Akrobatik
- PE 2.30 Teamsport Beachvolleyball

- PE 2.31 Kanusport
- PE 2.32 Tanz – Improvisation, Komposition, Technik
- PE 2.33 Körperorientierte Trainingsmethoden für Tanz und Sport
- PE 2.34 Bewegungstheater
- PE 2.35 Kampfsport, Kampfkunst und Selbstverteidigung
- PE 2.36 Nordische Sommer- und Wintersportarten
- PE 2.37 Klettersport am Fels

Die Profilergänzungen ermöglichen dir, das Studium an der Deutschen Sporthochschule Köln gezielt zu gestalten und individuelle Akzente zu setzen. Ab dem dritten Studienjahr kannst du neben den vorgeschriebenen Studieninhalten aus fast 50 Modulen frei wählen: ein Theoriemodul mit wissenschafts- und berufsfeldorientiertem Fokus sowie ein Praxismodul. Ob Sport-

recht, Sportmanagement oder Neurowissenschaft, ob Radsport, Klettern oder Segeln: Das Angebot ist breit gefächert und ermöglicht es dir, völlig neue Themenfelder zu entdecken und deine Kompetenzen zu erweitern. Damit bieten die Profilergänzungen nicht nur spannende Einblicke in unterschiedliche Bereiche des Sports, sondern auch wertvolle Qualifika-

tionen für dein späteres Berufsleben. Das Angebot der Profilergänzungen kann als ein „Werkzeugkasten“ verstanden werden, aus dem Du Dir die Tools aussuchst, welche am besten zu Dir und Deinem Studium passen.



Dr. Helge Knigge, Leitung des Studienbereichs der Profilergänzungen:

Die Profilergänzungen sind für Studierende deshalb besonders wertvoll, weil sie den Fokus ihres Studiengangs affinitätsgeleitet und akzentuiert auf das angestrebte Berufsfeld erweitern werden. Was für eine Auswahl!

Die Pforte: Hilfe und Auskunft rund um die Uhr

1 ZI., KÜCHE, DIELE, BAD, CA. 20M², GROSSZÜGIGE FENSTER-FRONT MIT TRAUMHAFTER AUSSICHT, verkehrsgünstige Lage, nette Nachbarn, Sportplätze und die schönste Uni der Welt direkt um die Ecke. Wer würde hier nicht wohnen wollen? Wer würde nicht sofort auf diese Anzeige antworten? Ralf – der Friedliche – Friedmann ist glücklich, dass er dieses Kleinod als seinen Arbeitsplatz bezeichnen kann: die Pforte der Spoho.



Zusammen mit Wolfgang Kretschmer, Nihat Gencel, Uwe Derenthal und Marco Moog von der Sitec Dienstleistungs GmbH bildet Ralf Friedmann das Team der Pforte, das 365 Tage im Jahr rund um die Uhr ansprechbar ist. Wenn Ralf Friedmann nicht an der Spoho ist, dann faulenz er gerne in seiner Hängematte, lauscht seiner Musikplaylist „Absolut Ralf 70er“ und verfolgt die Aktivitäten seines Herzclubs, des 1. FC Köln. Die Liebe zum Verein ist eine Gemeinsamkeit, die das Quintett verbindet. Ralf Friedmann ist verheiratet, wohnt in Buchheim und ist stolz auf seine drei Söhne im Alter von neun, 15 und 23 Jahren.



70 bis 80 Prozent aller Beschäftigten kennt Ralf Friedmann mit Namen. „Schwaaden mit den Studis und Mitarbeitern“ darf in keiner Schicht fehlen; er übernimmt zumeist die Tagschicht, die mit der Begrüßung des Reinigungsteams beginnt. Ab 5:30 Uhr ist er dann auf seinem Posten.



TEXT & FOTOS Julia Neuburg

Die Pforte ist für viele Besucher*innen des Spoho-Campus die erste Anlaufstelle. Wo finde ich das Institutsgebäude II? Ich habe eine Lieferung; können Sie bitte jemandem Bescheid geben. Ich möchte gerne den Schlüssel für Seminarraum 93 abholen. Diese und viele weitere Fragen und Anliegen hören die Mitarbeiter der Pforte tagtäglich. „Den Studierenden, Mitarbeiter*innen und Gästen mit Rat und Tat zur Seite stehen“, das ist Ralf Friedmanns oberstes Gebot – dabei hat er stets einen lockeren Spruch auf den Lippen und ein Grinsen im Gesicht. Die Freundlichkeit des 54-Jährigen kommt gut an, viele halten einen Plausch mit dem begeisterten FC-Anhänger oder laden ihn zu Events auf dem Campus ein. Sein Rezept: „Ich mag Menschen – so einfach ist das. Ich interessiere mich dafür, was sie machen und ich versuche, allen auf Augenhöhe zu begegnen – egal, ob Rektor, Studis oder Mitarbeiter“, sagt Friedmann. Viele Hochschulangehörige schätzen seine hilfsbereite und offene Art; so durfte er schon bei einigen Disputationen die Eltern der Prüflinge kennenlernen und der Spoho-Chor Sportissimo gibt ihm jedes Jahr vor Weihnachten ein kleines Privatkonzert vor „seiner Pforte“.

Das Team der Pforte arbeitet in zwei Schichten: von 6 bis 18 Uhr und von 18 bis 6 Uhr. Abends bzw. nachts gibt es eine Nachstreife, die den kompletten Campus abläuft und überprüft, ob alles in Ordnung ist. Ein weiterer Kollege, Sami Yalcin, betreut zusätzlich das Gästehaus am Bundesleistungszentrum Hockey und Judo. Das Team hat in den letzten Jahren immer mehr Tätigkeiten hinzugekommen, viel Technik ist in der Pförtnerloge eingezogen. Auf den Monitoren sehen die Mitarbeiter Aufnahmen der Videokameras, die an einigen Gebäudeeingängen angebracht sind. Meldet die Gebäudeleittechnik der Uni eine Störung, zum Beispiel einen Stromausfall oder einen Brand, informieren die Mitarbeiter den Bereitschaftsdienst. Des Weiteren empfangen und informieren die Pförtner Gäste, händigen Schlüssel für reservierte Hallen oder Räume aus, überwachen die Zufahrt zum Parkdeck. Auch Dopingproben, die nachts für das Institut für Biochemie angeliefert werden, nimmt die Pforte in Empfang und lagert diese übergangsweise in einem extra Kühlschrank. Ralfs Tipp an die Erstsemesterstudierenden: „Wenn Ihr Fragen habt, traut euch, uns anzusprechen, wir beißen nicht!“



Lernen, erleben, sich weiterentwickeln



SEIT 1997 KONZIPIERT UND ORGANISIERT DIE DEUTSCHE SPORHOCHSCHULE KÖLN WEITERBILDUNGEN und

macht damit ihr wissenschaftliches Know-how für Studierende und für Fachkräfte aus unterschiedlichen Berufsfeldern zugänglich. Juliane Kurzke, Leiterin der Universitären Weiterbildung, erklärt im Interview, was das Besondere an den Weiterbildungen der Spoho ist, für wen die Angebote gedacht sind und wie das Team immer wieder neue Formate entwickelt.

Warum bietet die Spoho Weiterbildungen an?

In der Sportwissenschaft entwickeln sich Methoden, Trainingsansätze und Forschungsergebnisse schnell weiter. Wer in diesem Feld arbeitet, profitiert enorm davon, neues Wissen aufzunehmen und in den Berufsalltag einzubringen. Damit leisten wir nicht nur einen Beitrag zur individuellen Karriereentwicklung, sondern auch zur Professionalisierung des gesamten Sport- und Gesundheitssystems sowie der schulischen Sportausbildung. Wir schaffen also eine Brücke zwischen akademischer Forschung und praktischer Anwendung.

Welche Formate gibt es?

Wir bieten drei unterschiedliche Formate an: berufsbegleitende Masterstudiengänge, Hochschulzertifikate und kürzere Weiterbildungen mit Teilnahmebescheinigung. Damit sprechen wir Personen an, die sich spezialisieren wollen, und auch solche, die kompakt ihr Wissen erweitern möchten, zum Beispiel Pädagog*innen, Trainer*innen, Fachkräfte aus dem Gesundheitswesen, Manager*innen im Sport und viele mehr. Manche Teilnehmende kommen aber auch mit einem ganz anderen beruflichen Hintergrund und finden bei uns neue Perspektiven. Unsere Zielgruppen sind also sehr vielfältig.

Was ist das Besondere an den Weiterbildungsangeboten der Spoho?

Unsere Teilnehmenden profitieren davon, dass sie neueste Erkenntnisse aus der Sportwissenschaft direkt für ihre berufliche Praxis nutzbar machen können. Dafür müssen sie kein komplettes Sportstudium absolvieren, sondern können sich häppchenweise spezifisches Wissen aneignen. Alle Inhalte basieren auf aktueller Forschung. Unsere Referent*innen sind Expert*innen, die besondere akademische bzw. spezifische praktische Erfahrung haben. Die Programme orientieren sich zudem eng an den Herausforderungen des Berufsalltags. Das gibt Sicherheit für die Praxis und eröffnet gleichzeitig den Raum, eigene Ideen weiterzuentwickeln. Wir setzen auf kleine Lerngruppen, individuelle Betreuung und die Möglichkeit, Beruf und Weiterbildung optimal zu verbinden. Durch die Mischung aus Präsenz- und Selbstlern-

phasen sind alle Programme realistisch machbar, auch wenn man bereits voll im Job steht. Und nicht zuletzt spielt die besondere Atmosphäre auf dem Campus eine Rolle: eine Umgebung, die ganz auf Sport und Bewegung ausgerichtet ist. Am Ende geht es bei uns also nicht nur um reines Lernen, sondern um Erlebnisse und Eindrücke, die einen persönlich weiterbringen.

Wie entwickelt Ihr neue Formate?

Wir beobachten sehr genau, welche Themen in Gesellschaft, Sport und Wissenschaft diskutiert werden. Ob große gesellschaftliche Themen wie Digitalisierung, Nachhaltigkeit, Gesundheit, Prävention und Integration oder auch spezifische Erkenntnisse aus Trainingswissenschaft, Psychologie, Pädagogik oder ähnlichem. Daraus entwickeln wir Angebote, die relevant sind, aktuelle Bedarfe aufgreifen und dabei immer wissenschaftlich fundiert bleiben. Häufig kommen Kolleg*innen aus den Instituten mit neuen Forschungsergebnissen oder innovativen Themen auf uns zu. Gemeinsam prüfen wir dann, für welche Zielgruppen diese Inhalte relevant sind und wie sie sich in ein passendes Weiterbildungsformat übertragen lassen.

Welche Angebote sind besonders gefragt?

Sehr gefragt ist zum Beispiel unser Masterstudiengang Sportphysiotherapie, für den wir regelmäßig mehr Bewerbungen erhalten, als Plätze zur Verfügung stehen. Unter den Zertifikatsprogrammen zählt die DSHS Athletiktrainer*in-Weiterbildung zu den gefragtesten. Im Bereich der Kompaktseminare sind vor allem die Fitnesstrainer-Lizenzen echte Dauerbrenner.

Und was ist neu?

Ganz neu starten wir 2026 mit der zweitägigen Weiterbildung 'Breathing Techniques – Evidenzbasierte Atemtechniken für Sport, Therapie und Alltag'. Hier geht es um die wissenschaftlich fundierte Anwendung verschiedener Atemmethoden, die sowohl für den Leistungssport als auch im Alltag relevant sein können, etwa zur Leistungssteigerung, Regeneration oder Stressbewältigung. Im Herbst findet zum ersten Mal die vertiefende Fortsetzung unserer Mental-Coaching-Weiterbildung statt, ein Seminar, das aktuelle Erkenntnisse der Sportpsychologie vermittelt und sehr praxisorientiert ist.

Welche Zukunftsthemen werden Sie und Ihr Team in den nächsten Jahren beschäftigen?

Zum einen möchten wir unser Qualitätsmanagement noch stärker auf die Angebote der Universitären Weiterbildung übertragen, um Transparenz, Vergleichbarkeit und Verlässlichkeit zu sichern. Darüber hinaus wollen wir den Wissenstransfer aus den Instituten weiter ausbauen. Ein weiteres wichtiges Ziel ist die Internationalisierung, sprich unsere Angebote noch stärker für den internationalen Markt zu öffnen und damit neue Zielgruppen zu erreichen. Und wir arbeiten an einigen strukturellen Verbesserungen, zum Beispiel an der Neugestaltung unserer Webseite und der Einführung eines neuen Buchungstools.

WEITERE INFORMATIONEN



Direkt zur
Webseite

Universitäre Weiterbildung
Telefon: 0221 4982 - 2130
E-Mail: weiterbildung@dshs-koeln.de

Was Teilnehmer*innen & Dozent*innen sagen

„Durch das Know-how und die technischen Standards, die es an der Sporthochschule gibt, können Inhalte vermittelt werden, die in einer normalen Physiotherapeut*innen-Ausbildung nicht vorkommen.“

Marvin Kreuzwieser (1. FC Köln), Teilnehmer M.Sc Sportphysiotherapie

„Inhaltlich hat mir besonders die Thematik der Charakterstärken gefallen. Wenn man weiß, welche Charakterstärken bei einem selbst stark oder schwach ausgeprägt sind, kann man das eigene Verhalten anderen gegenüber besser reflektieren, hinterfragen und gegebenenfalls modifizieren.“

Antonia Schubert, Teilnehmerin „Soziale und mentale Stärkung durch Sport“

„Ich konnte eine Vielzahl von Maßnahmen erfolgreich in meinen beruflichen Alltag integrieren und dort anwenden. Das erworbene Wissen hat auch dazu beigetragen, viele weitere Ideen und Gedanken für zukünftige Ernährungskonzepte anzuregen.“

Ben Theuermann (VfL Bochum), Teilnehmer Coach für Sporternährung

„Der Weiterbildungsmaster war eine tolle Möglichkeit, Beruf, Studium und Training zu kombinieren und mein Wissen zu Sporternährung und Sportmedizin noch einmal zu erweitern.“

Tilia Udelhoven (freiberufliche Dozentin & Doktorandin Sportmedizin), Absolventin M.Sc. Sport, Bewegung und Ernährung

„Wir haben einen Pool mit Referent*innen, die in ihrem Bereich hochqualifiziert sind. Mithilfe dieser Spezialkenntnisse versuchen wir, alle Teilnehmer*innen dort aufzufangen, wo sie sich gerade befinden.“

Prof. Dr. Klaus Baum, Studiengangsleiter des Zertifikats DSHS Athletiktrainer

„Die Besonderheit des DSHS Personal Trainers liegt auch in der Nähe zur Sporthochschule: Hier ist man in der Lage, Trends aus der Welt des Sports vor wissenschaftlichem und praktischem Hintergrund zu überprüfen und dieses Know-how in die Weiterbildung mit einfließen zu lassen.“

Dr. Heinz Kleinöder, wissenschaftlicher Leiter des Zertifikats DSHS Personal Trainer



adidas x Spoho: Kooperation mit Zukunft



QR-Code scannen und direkt zum Spoho-Onlineshop gelangen!

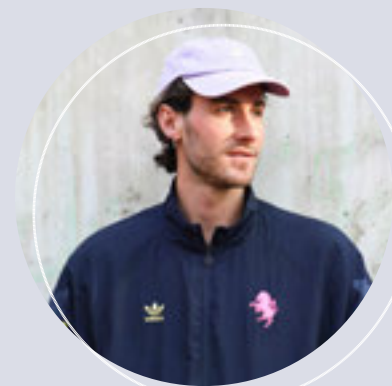
Noch mehr Auswahl sowie spezielle Angebote findet ihr im Campusshop. Öffnungszeiten: Mo-Fr, 11-14 Uhr

Ob auf dem Spielfeld, auf dem Campus oder im Labor – Spitzenleistungen entstehen immer dann, wenn Leidenschaft, Expertise und Teamgeist zusammenkommen. Genau das verbindet die Deutsche Sporthochschule Köln und adidas, Deutschlands einzige Sportuniversität und Deutschlands erfolgreichster Sportartikelhersteller: zwei Institutionen, die in ihrem jeweiligen Feld Spitzenreiter sein wollen. Was schon auf den ersten Blick gut zusammenpasst, macht auch auf den zweiten und dritten Blick Sinn und ergänzt sich in der Praxis gut. Seit 2021 verbindet die Deutsche Sporthochschule Köln und adidas eine umfangreiche Partner-

schaft, die weit über klassische Sponsoringmaßnahmen hinausgeht. Wenn Studierende im Spoho-Shop Uni-Merch von adidas kaufen können, die Uni-Teams bei ihren Meisterschaften im adidas-Dress auflaufen oder zahlreiche Absolvent*innen bei adidas auf der Gehaltsliste stehen, ist das einigermaßen naheliegend. Die Kooperation zeigt sich aber noch an ganz vielen anderen Stellen des Campuslebens. Neben Ausrüstung und Sichtbarkeit eröffnet sie vor allem eines: neue Möglichkeiten für Studierende, die Praxisluft schnupern, Kontakte knüpfen und sogar eigene Produkte mitgestalten können.

> 500
adidas-Artikel
im Spohoshop

TEXT Niclas von Hobe



„An der Spoho habe ich gelernt, meine Komfortzone zu verlassen und Soft Skills entwickelt, von denen ich heute bei adidas enorm profitiere.“

UNIVERSITÄT

Vom Karrieretag nach Herzogenaurach

Spoho-Student David Jamitzky ist einer von vielen Spoho-Absolvent*innen, die beim Sportartikelhersteller arbeiten. Wie er dort landete, ist allerdings bemerkenswert. Im Herbst 2023 besuchte David einen adidas-Workshop im Rahmen des Spoho-Karrieretags. Gemeinsam mit Kommiliton*innen präsentierte er dort seine Ideen zum Thema "Football Culture under the Influence of GenZ". Dies kam so gut an, dass adidas die Gruppe nach Herzogenaurach einlud. Dort war David scheinbar so überzeugend, dass ihm ein Praktikum am Hauptsitz angeboten wurde, nach dessen Ende er jetzt sogar fest bei adidas angestellt ist. Sein Weg macht deutlich: Die Partnerschaft eröffnet Studierenden nicht nur Networking-Möglichkeiten, sondern kann direkt zum Karriere-Sprungbrett werden. In Folge 77 des Spoho-Podcasts „Auszeit“ gibt David konkrete Einblicke, in seine Arbeit bei adidas.

Das Graphic Tee Projekt

Auch kreative Ideen haben in der Kooperation ihren Platz. In einem Workshop mit Designer*innen und Produktmanager*innen von adidas entwickelten Spoho-Studierende exklusive T-Shirt-Grafiken. Mittlerweile sind zwei solcher Shirts im Spohoshop verfügbar. Der Launch eines neuen Spoho-Shirts ist zum Sommersemester 2026 geplant. Hier verraten wir schon mal: Die Grundfarbe des Shirts ist weiß.



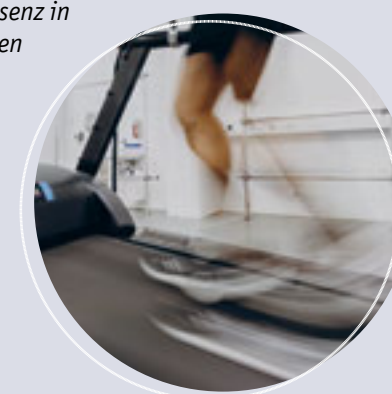
Sichtbarkeit auf dem Campus

Auch bei großen Sportereignissen ist die Kooperation spürbar – häufig mit Bezug zum Fußball. Während der Fußball-Europameisterschaft der Männer 2024 fand an der Spoho in Kooperation mit adidas ein „EM-Rausch“ auf dem Campus statt, bei dem Studierende und Mitarbeitende die Möglichkeit hatten, gemeinsam ein Deutschlandspiel zu schauen. Zur Fußball-EM der Frauen 2025 gab es Gewinnspiele und Social Media Aktionen. Auf vielfältige Weise ist adidas so als Partner auf dem Campus sichtbar. Die Teams des Hochschulsports tragen adidas-Outfits, ebenso die Prüfer*innen beim Eignungstest und die Helfer*innenteams verschiedener Hochschulevents, zum Beispiel beim Campustag, bei der Erstsemesterbegrüßung, bei der Absolventenfeier oder auch bei wissenschaftlichen Veranstaltungen wie dem Internationalen Kongress Nachwuchsförderung.



Wissenschaftliche Expertise

Die Sporthochschule arbeitet in verschiedenen Forschungsprojekten mit adidas zusammen, zum Beispiel aktuell das Institut für Biomechanik und Orthopädie in puncto Laufschuhtests. Auch das Institut für Sportökonomie und Sportmanagement hat bereits an Fragestellungen des Herstellers gearbeitet, etwa bezogen auf die Share of Voice (SOV), einem Indikator im Marketing, der die Präsenz eines Unternehmens in einem Markt misst. „Wir haben uns den Fußballschuhmarkt für adidas angeschaut und berechnet, welche Präsenz in der englischen Premier League nötig ist, um den Abverkauf an Fußballschuhen zu maximieren“, erklärt Projektleiter Prof. Dr. Christoph Breuer. In einem anderen Projekt ließ sich das Grafikteam von adidas von der Neurowissenschaft inspirieren: Aufnahmen von Hirnarealen und Messpunkten flossen in das Design für die Trail Run Kollektion 2023 ein.



Und noch mehr...

- » Verschönerung des Campus, z.B. Banner an Tennisplätzen, transportable Sitzmöbel, Branding in Sporthallen
- » Laufschuhtests „Test & Try“: Möglichkeit für Studierende, Laufschuhe zu testen
- » Spoho-Karrieretag: Auch dieses Mal ist adidas wieder dabei, jetzt schon den 19.11. vormerken!



PAROOKAVILLE

- » 225.000 Zuschauer*innen
- » Eines der größten Festivals für Elektro-Musik in Europa
- » Seit 2015
- » Wie eine eigene Stadt: City of Dreams

SAN HEJMO

- » 25.000 Zuschauer*innen
- » Pop, Indie, Hip-Hop, Elektro
- » Seit 2022
- » Kreatives Festival mit Kunstinstallationen und Workshops



TEXT Mona Laufs
FOTOS Parookaville



In the City of Dreams

Eigentlich wollte Sina Nyhuis nach ihrem Abitur eine Ausbildung in der Eventbranche als Veranstaltungskauffrau machen. Dank der Corona-Pandemie ist sie dann aber doch an die Sporthochschule gegangen. Sportmanagement und Eventmanagement sind ja auch nicht ganz verschieden. Trotzdem wollte sie die Eventbranche noch einmal richtig kennenlernen. Bei ihrem Besuch beim San Hejmo Festival im Jahr 2024 hatte sie die Idee, dort einfach ein Praktikum zu machen. Das hatte zur Folge, dass sie dieses Jahr drei Monate bei der Parookaville GmbH arbeiten durfte – und zwar im Artist Department, genauer im Artist Advancing. Sie und sechs andere Praktikant*innen waren dafür zuständig, dass die fast 400 Künstler*innen während der beiden Festivals Parookaville und San Hejmo gut versorgt wurden und pünktlich auf der Bühne standen: „So ein bisschen Mama für alles war ich dann“. In den Wochen vor den Festivals stand sie also mit den Künstler*innenteams ständig in Kontakt, um An- und Abreise, Verpflegung, Bühnentechnik, Kameraaufzeichnungen und vieles Weitere zu klären.

An Tag X, ungefähr drei Wochen vor Start des Parookaville, zogen alle aus dem Headquarter in Weeze auf das Festivalgelände. Dort hatte Sina ihren Arbeitsplatz bis zum Ende des zweiten Festivals San Hejmo: „Das ist auch sehr cool aus dem Container zu sehen, wie das Festival entsteht - Vom Aufbau der Main Stage bis zur ganzen Dekoration. Wir konnten uns am Anfang auch gar nicht alle Wege merken, da täglich etwas umgebaut wurde“.

Für die drei Monate entschied sich Sina, jeden Tag zwei Stunden von Köln nach Weeze zu pendeln. In der Produktionszeit, also der Zeit auf dem Festivalgelände, wurden den Mitarbeitenden jedoch Hotelzimmer zur Verfügung gestellt. Das war auch sehr hilfreich, da sie teilweise noch bis 22 Uhr im Büro letzte Informationen bearbeitet haben. „Das war aber trotzdem sehr cool. Man war nicht alleine im Büro, das ganze Team war sehr motiviert. Und irgendwann wurde es auch witzig,

man sagt ja auch, nach müde kommt blöd“. An den Festivaltagen des Parookaville hat Sina die Spätschicht von 18 Uhr bis 5 Uhr übernommen. Ihre Aufgabe: Im Artist Village, dem Rückzugsort für alle Künstler*innen, dafür sorgen, dass alles läuft - Probleme lösen, Wünsche entgegennehmen oder den Weg zur Bühne organisieren. „Wir haben zum Glück im Vorhinein gut organisiert, deswegen hatten wir dann nicht super viel zu tun und ich konnte jede Menge vom Festival genießen“. Mit ihrer Akkreditierung konnte Sina auch in den Backstagebereich und miterleben, wie ein Festival im Hintergrund abläuft. „Das war mega, das Behind-the-Scenes mitzerleben und auf der Main Stage in das Menschenmeer mit gut 50.000 Zuschauer*innen zu gucken. Das war schon ein Gänsehautmoment“.

Die größte Herausforderung für Sina war, dass sie eigentlich keine Vorerfahrung in der Event-, Musik-, und Festivalbranche hatte. Am Anfang wurde sie mit vielen neuen Fachbegriffen konfrontiert und stellte schnell fest, dass auch die Arbeitsweisen ganz anders sind als im Sport. „Ich habe so viel gelernt und ein neues Netzwerk kennenlernen dürfen. Ich bin sehr dankbar für diese Erfahrung und dass mein Traum, das Parookaville mitzerleben, in Erfüllung gegangen ist“. Sina konnte durch das Praktikum nicht nur Neues lernen, sondern auch Erinnerung fürs Leben sammeln. Tischtennis spielen mit Roberto Blanco, Gator (Produktionsfahrzeug) fahren mit Ikkimel oder Musikvideos mit Sido und Chap102 drehen. Sinas Lieblingsmoment war die zehnjährige Jubiläumsshow des Parookaville: Um 1 Uhr nachts haben sich die Mitarbeitenden vor der Main Stage getroffen und auf den Produktionsfahrzeugen die Drohnenschau und die ganzen Feuerwerke bestaunt. „Von den Autodächern hatte man einen super Blick auf die Bühne und die tausenden Zuschauer*innen sahen aus wie kleine Ameisen. Das war ein sehr besonderer Moment und ein super Abschluss des Parookaville“.



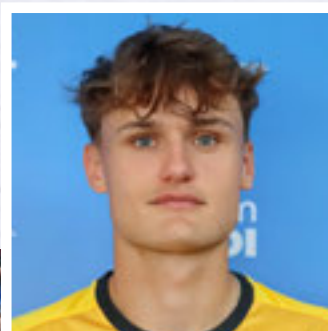
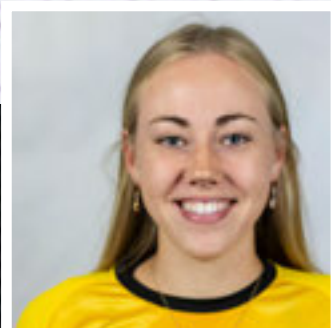
Leah Lawall – Taekwondo – SUL

„Die FISU-Games waren eine ganz besondere Erfahrung: Schon das Einlaufen ins Stadion als Gastgeberin war unbeschreiblich – und dann natürlich der Gewinn der Bronzemedaille! Diesen Erfolg vor heimischem Publikum und gemeinsam mit angereisten Freunden und Familie feiern zu können, war etwas ganz Besonderes. Die gesamte Veranstaltung war geprägt von einem durchweg positiven Spirit und einem starken Teamgefühl, was dieses Turnier für mich sowohl sportlich als auch persönlich zu einer sehr bereichernden Erfahrung gemacht hat, für die ich unglaublich dankbar bin.“



Anastasia Simonov – Tennis – SPJ

„Die FISU-Games waren wirklich ein einzigartiges Erlebnis. Es war eine große Ehre, Teil des Teams Studi zu sein, das Deutschland bei den Games vertreten durfte. Sowohl als Teilnehmerin als auch als Zuschauerin habe ich tolle Erfahrungen gemacht. Generell hat mich das Event sehr inspiriert, den Leistungssport weiterhin mit dem Studium zu verbinden und es hat mich noch mehr motiviert, mich weiter zu verbessern. Dass studierende Spitzensportler*innen aus über 100 Ländern zusammenkommen, bietet eine tolle Möglichkeit, sich auf höchstem Niveau zu messen und schafft ein großartiges Gemeinschaftsgefühl.“



Finn Bischof – Tennis – SMK

„Ich muss sagen, dass die FISU-Games wirklich eine der schönsten sportlichen Erfahrungen meiner Tenniskarriere waren. Im Doppel habe ich bis zum Viertelfinale in der ersten Runde vier Matchbälle gegen Großbritannien und in der zweiten Runde zwei Matchbälle gegen Indien (Platz 850 der Welt-rangliste) abgewehrt. Vor heimischem Publikum und hunderten Zuschauer*innen war das wirklich ein ganz besonderes Erlebnis.“

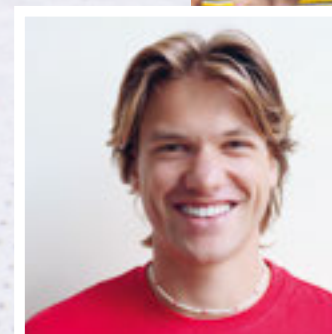


Voller Erfolg bei den FISU-Games

Über 150 Nationen, 18 Sportarten, mehr als 9.200 Athlet*innen, 1,2 Millionen Zuschauer*innen und sechs deutsche Städte: Das waren die FISU World University Games 2025. Alle zwei Jahre treffen sich studentische Athlet*innen aus der ganzen Welt, um bei den „studentischen Olympischen Spielen“ teilzunehmen. Vom 16. bis 27. Juli fanden die FISU-Games dieses Jahr in der Region Rhein-Ruhr statt. Das deutsche Team ging mit 305 Teilnehmer*innen an den Start – darunter auch Studierende der Sporthochschule, die bei diesem Sportevent Erinnerungen fürs Leben sammeln durften.

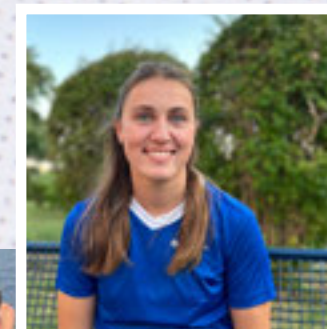
Eddie Reddemann – Leichtathletik – Lehramt GymGe

„Die FISU Games waren für mich der absolute Saisonhöhepunkt in diesem Jahr! Ich werde nie vergessen, wie das Stadion getobt hat, als wir die 4x100-Meter-Staffel gelaufen sind. Das hat mich schon alles sehr mitgenommen, die ganzen Eindrücke, die begeisterten Fans – da weiß man, wofür man's macht! Am Ende sind wir Platz 6 der Welt geworden.“



Adrian Bruchmann – Rudern – SUL

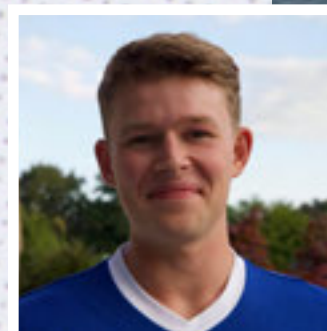
„Ich glaube, als wir uns zu Beginn des Semesters alle zum ersten Mal ins Boot gesetzt haben, hätte niemand von uns gedacht, dass wir in nur wenigen Monaten bei den World University Games mitfahren würden. Nach der Qualifikation bei den Deutschen Hochschulmeisterschaften dann neben Team Japan und Team Australien zu stehen, war schon ein sehr cooles Gefühl, zumal unser Team nur wenig bis gar keine Rudererfahrung hatte. Wir haben als Team sowohl auf dem Wasser als auch abseits davon bestens harmonisiert, nicht zuletzt auch durch die super Betreuung unseres Dozenten Stefan Mühl.“



Ileana Kuß – Rudern – SBV

„Zu Beginn des Semesters hätte ich nie damit gerechnet, dass ich mit so gut wie keiner Rudererfahrung erst bei den Deutschen

Hochschulmeisterschaften dabei sein und dann auch noch im Rahmen eines so großen Events wie den FISU Games starten kann. Es war eine unvergessliche Erfahrung, in der ich auch den Rudersport noch einmal von einer ganz neuen Seite kennenlernen durfte und durch welche ich auch in Zukunft an diesem Sport festhalten werde.“



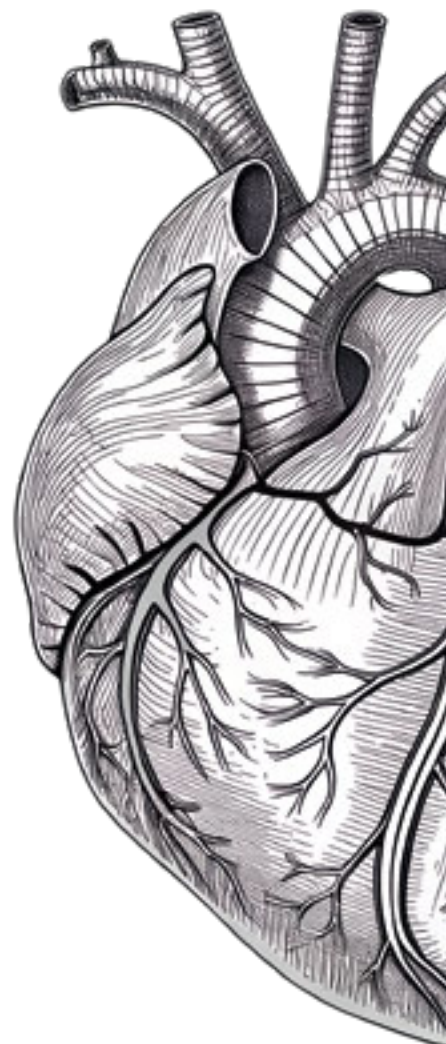
VOM ZUCKERHUT AN DEN RHEIN

TEXT Niclas von Hobe

FOTOS privat



Flavia mit ihrer Familie



WIE VIEL KRAFT- TRAINING VERTRÄGT EIN GESCHWÄCHTES HERZ?

Dieser Frage widmet sich die brasilianische Wissenschaftlerin Flavia Mazoli da Rocha an der Deutschen Sporthochschule Köln. Mit einem renommierten Stipendium im Gepäck und ihrer Familie an der Seite hat sie ihre Heimat Rio de Janeiro vor einem Jahr verlassen, um in Köln an einer Studie zu arbeiten, die die Rehabilitation von Herzpatient*innen nachhaltig verbessern soll.

Hinter Flavia liegt eine beeindruckende Laufbahn: 2004 schließt sie ihr Physiotherapie-Studium ab und arbeitet seither in der kardiologischen Rehabilitation. Eine bewusste Entscheidung, die ihre Karriere prägt. Neben der klinischen Tätigkeit absolviert sie an der Bundesuniversität von Rio de Janeiro einen Master und eine Promotion in Biowissenschaften mit Schwerpunkt Physiologie.

Auch nach der Promotion bleibt Flavia in der Arbeit mit Herzpatient*innen aktiv und beginnt parallel, als Dozentin für Physiotherapie zu lehren. Gleichzeitig treibt sie ihre Forschung voran und veröffentlicht insgesamt zehn wissenschaftliche Publikationen.

2019 übernimmt die Wissenschaftlerin schließlich eine unbefristete Forschungsstelle im Bereich

öffentliche Gesundheit an der renommierten Oswaldo Cruz Foundation (Fiocruz) in Rio de Janeiro.

Doch Flavia will mehr: International forschen, neue Methoden kennenlernen, ihre Expertise erweitern. Anfang 2023 stößt sie auf das CAPES-Humboldt-Forschungsstipendium, ein Programm der brasilianischen Wissenschaftsförderorganisation CAPES und der Alexander von Humboldt-Stiftung. Es richtet sich exklusiv an brasilianische Forscher*innen und ermöglicht Forschungsaufenthalte in Deutschland. Für Flavia ausschlaggebend: Das Stipendium bietet nicht nur hervorragende Bedingungen für die Forschung, sondern unterstützt gleichzeitig auch ihre Familie. Sie bewirbt sich – und erhält die Zusage. Über das Programm lernt sie Prof. Dr. Thomas Schmidt kennen, Juniorprofessor für Sport- und Bewe-

gungstherapie bei inneren Erkrankungen an der Deutschen Sporthochschule Köln. Er erforscht seit vielen Jahren, wie Herzpatient*innen durch gezieltes Training profitieren können – ein Thema, das direkt an Flavias eigenes Fachgebiet anknüpft.

Im August 2024 tauscht die Forscherin also die Copacabana gegen den Rhein und zieht mit ihrem Mann José Neto sowie ihren Töchtern Diana (7) und Joana (5) nach Köln. Die ersten Tage verbringt die Familie im Hotel, richtet die neue Wohnung ein und erledigt unzählige Formalitäten. Übersetzer helfen, den deutschen Papierberg zu bewältigen. Auch Kolleg*innen der Spoho stehen helfend zur Seite – bei Behördengängen, der Wohnungssuche und der Organisation eines Kindergartenplatzes. Um den Kin-

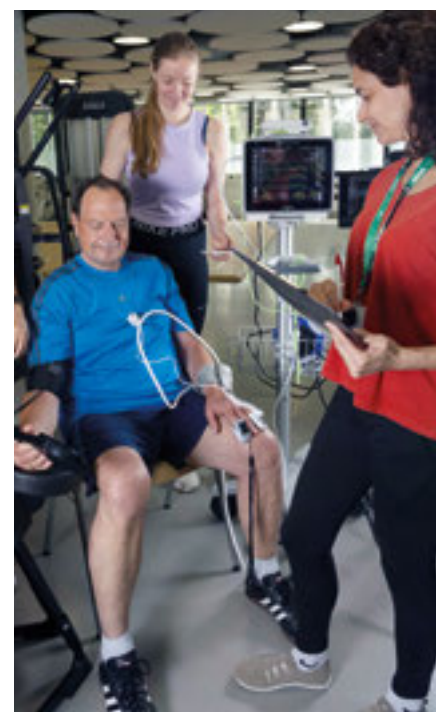
dern die Eingewöhnung zu erleichtern, reist die Familie bewusst einen Monat vor dem offiziellen Beginn des Stipendiums an. „Der Umzug war für mich persönlich anstrengend, aber auch sehr gut organisiert“, erinnert sich Flavia. Ab September 2024 kann sie schließlich an der Deutschen Sporthochschule starten.

„Einer der Gründe für meine Entscheidung, nach Deutschland zu kommen, war die Forschungsinfrastruktur“, sagt die Brasilianerin. „Die Möglichkeiten und Ressourcen hier sind besser als in Entwicklungsländern wie Brasilien. Als ich ankam, hatte Thomas bereits alles organisiert. Ich konnte sofort mit meiner Arbeit beginnen.“

Aktuell arbeitet Flavia am Institut für Kreislauffor-



Das Team um Flavia Mazzoli da Rocha mit einem ihrer Probanden (Mitte).



Flavia Mazzoli da Rocha

Bachelor in Physiotherapy
15.12.2004

Master in Biological Science
06.03.2008

PhD in Biological Science
03.03.2008

Physiotherapy in Intensive Care Unit,
Oswaldo Cruz Foundation
2009 – 2014

Professor of the bachelor's degree in
Physiotherapy, Serra dos Orgaos University
Center
2011 – 2018

Physiotherapy in Postoperative Cardiac
Surgery at University Hospital, Rio de
Janeiro State Universitydurchschnittlich
2013 – 2019

Professor of the bachelor's degree in
Physiotherapy, Federal University
of Rio de Janeiro
2014 – 2015

Volunteer visiting researcher, Sao Carlos
Federal University (UFSCar)
2014

Leader of the bachelor's degree in Physio-
therapy, Celso Lisboa University Center
2016 – 2021

Public Health Researcher, Oswaldo Cruz
Foundation (Fiocruz)
2019 – ...

Wir haben uns sehr gut an das Leben
in Köln gewöhnt und sind hier in ein
hervorragendes Forschungsprojekt
eingebunden.

schung und Sportmedizin gemeinsam mit einem interdisziplinären Team aus Sportwissenschaftler*innen, Physiotherapeut*innen und Ärzt*innen an einer umfassenden Krafttrainingsstudie. Ziel ist es, belastbare Daten zu gewinnen, welche Trainingsreize für Patient*innen mit koronarer Herzerkrankung tatsächlich sinnvoll und sicher sind. Diese Herzkrankheit zählt zu den häufigsten Volksleiden in Deutschland und führt dazu, dass die Herzkranzgefäße verengt oder geschädigt sind. Insgesamt 20 Teilnehmer*innen absolvieren im Rahmen der Studie drei Studientage von jeweils rund drei Stunden. Getestet werden vier verschiedene Übungen: isometrische Belastungen wie „Wandsitzen“ und Hand-

krafttraining, dynamische Bewegungen an Geräten wie der Beinpresse sowie ein gezieltes Atemmuskeltraining. Jede Übung wird sowohl in moderater als auch in hoher Intensität durchgeführt. Währenddessen erfassen moderne, nicht-invasive Messmethoden kontinuierlich Blutdruck, Herzfrequenz, Herzminutenvolumen und die Sauerstoffsättigung in Finger und Beinmuskulatur. Erste Ergebnisse werden in den kommenden Monaten erwartet und sollen wertvolle Impulse für eine noch individuellere und effektivere Rehabilitation liefern.

Bei aller Arbeit bleibt die Familie Flavias wichtigster Rückhalt. Während sie an der Spoho forscht, kümmert sich José Neto um die beiden

Töchter – und die haben sich in Köln längst eingelebt. „Diana geht gerne zur Schule. Ihr gefiel der Unterrichtsstil sofort, weil es viele Spielpausen gibt“, erzählt Flavia. Obwohl sie anfangs kein Wort Deutsch sprach, halfen ihr drei zweisprachige Klassenkamerad*innen über die ersten Wochen hinweg. Auch Joana fand schnell Anschluss im Kindergarten, feierte begeistert St. Martin und probierte neugierig deutsches Essen. „Köln ist im Winter nicht allzu kalt, deshalb fiel die Umstellung leicht. Tatsächlich lieben Diana und Joana den Schnee und können es kaum erwarten, dass es wieder schneit“, berichtet Flavia. Und noch etwas sorgt regelmäßig für Schmunzeln: „Sie sprechen inzwischen fließend Deutsch – im Ge-

gensatz zu uns Eltern. Zu Hause nutzen sie Deutsch untereinander als Geheimsprache. Mir bleibt also nichts anderes übrig, als mein Deutsch weiter zu verbessern.“

Wie lange die Familie noch in Köln bleibt, ist offen. Vorerst möchte Flavia ihr Stipendium um ein Jahr verlängern und bis 2027 an der Spoho arbeiten. „Wir haben uns sehr gut an das Leben in Köln gewöhnt und sind hier in ein hervorragendes Forschungsprojekt eingebunden“, sagt sie. Ihr Ziel: möglichst viel Wissen und Erfahrung zu sammeln, um es nach der Rückkehr nach Brasilien in ihre Arbeit einzubringen – und so auch weiteren Forscher*innen den Weg ins Ausland zu ebnet.



TEXT Lena Overbeck

FOTOS privat

Zwischen Labor und Lagerfeuer

Dr. Frank Hülsemann ist 53 Jahre alt, verheiratet und hat zwei Kinder. Mit seiner Familie lebt er in einem Fachwerkhaus in Bornheim, in dem auch seine hauseigene Werkstatt beheimatet ist. Er ist promovierter Chemiker und arbeitet seit 2000 am Institut für Biochemie der Deutschen Sporthochschule Köln in der Dopinganalytik. Sein Spezialgebiet ist die Isotopenverhältnis-Massenspektrometrie. Als Lehrbeauftragter unterrichtet er seit 2012 in den Themenfeldern Nahrungsergänzungsmittel und Doping. Frank Hülsemann ist seit seiner Jugend begeisterter und erfolgreicher Ausdauersportler.

Später kam der Extremsport dazu. Er ist zu Fuß durch die Atacama-Wüste gewandert, hat drei Wochen von Flaschenpfand gelebt und ist mit dem Fahrrad auf den höchsten Vulkan der Welt gefahren. Wenn er nicht gerade auf einer Expedition oder im Labor ist, tüftelt er an eigenen Erfindungen: ein Daniel Düsentrieb im weißen Kittel.



WENN DER WIND AUF 5.000 METERN HÖHE ÜBER DIE HOCHEBENE FEGT, ist an Romantik nicht zu denken. Steinwüste, Staub, Temperaturen weit unter null – und mitten-drin ein Mann auf dem Fahrrad, der sich im Schrittempo nach oben kämpft. „Spaß macht das nicht“, sagt er trocken. Und doch leuchten seine Augen, wenn er von diesen Momenten erzählt. Denn genau dort, wo die meisten längst umkehren würden, beginnt für ihn das Abenteuer.



Dr. Frank Hülsemann ist Chemiker, Familienvater, Abteilungsleiter am Institut für Biochemie – und Extremsportler. Einer, der Expeditionen organisiert, die auf den ersten Blick absurd klingen: mit dem Fahrrad über die Seidenstraße, mit historischen Lederschuhen über die Anden, 1.000 Gipfel im Sauerland in 1.000 Stunden. Und doch steckt hinter all dem kein Geltungsdrang, sondern ein leiser, aber hartnäckiger Wunsch: herauszufinden, was möglich ist.

Vom Labor hinaus in die Welt

Geboren in Duisburg, aufgewachsen mit Chemiebüchern und Laboranekdoten seiner Eltern, die beide Chemotechniker sind, führte ihn der Weg zunächst an die Uni Köln, ins Chemie-Studium. Nach der Diplomarbeit am Forschungszentrum Jülich zog es ihn im Jahr 2000 für die Promotion an die Deutsche Sporthochschule Köln, wo er bis heute geblieben ist. Am Institut für Biochemie leitet er die Abteilung für den Isotopennachweis körperfremder Herkunft von Steroiden. „Wir weisen körperfremdes Testosteron und seine Stoffwechselprodukte im Urin von Athleten und Athletinnen nach. Jeder von uns hat Testosteron im Urin. Aber handelt es sich nicht um körpereigenes, sondern synthetisches, ist das ein Dopingverstoß“, erklärt der 53-Jährige. Sein Tagesgeschäft: Daten kontrollieren, Berichte schreiben, Beweise sichern und nachweisen, wenn im Sport Grenzen überschritten werden. Sobald die Arbeit getan ist, zieht es ihn hinaus – um die eigenen Grenzen auszutesten. Schon während des Studiums schnürte er seine Laufschuhe – als Langstreckenläufer beim ASV Köln. Später zog es ihn aufs Rad – zunächst für Mittelstrecken, dann für weite Reisen. „Erst Italien, Frankreich. Dann irgendwann Alaska“, erzählt er. Aus den Radtouren wurden Expeditionen, aus Expeditionen Projekte, die nicht selten Wissenschaft und Sport verbanden.

Die Seidenstraße – 120 Kilometer pro Tag

Sein erstes großes Abenteuer: eine Radreise entlang der alten Handelsroute. Vier Monate Asien, 120 Kilometer pro Tag, mit Zelt und russischen Militärkar-

ten. Handys waren noch selten, erste Online-Tagebücher gerade neu. „Wir waren eine der ersten Gruppen, die unterwegs einen Blog führten“, erinnert er sich. Für Sponsoren, für die Daheimgebliebenen – und als Zeugnis einer Zeit, in der Abenteuerreisen noch weniger planbar waren. Gefährlich? Ja. Aber im Rückblick vor allem prägend. „Es ist immer gut ausgefallen. Wir wurden nie überfallen und es gab keine Unfälle. Aber der Reiz war da: andere Kulturen, unruhige Gegenden, das völlige Herausfallen aus dem Alltag.“

Wüsten, Staffelläufe und historische Experimente

Nach der Seidenstraße folgten die Mongolei, Sibirien, Wüstenwanderungen. Mal auf dem Rad, mal zu Fuß. Mal allein, mal in Staffeln, die er mitorganisierte: Läuferinnen und Läufer, die Eis von den Alpen nach Rom trugen, inspiriert von antiken Überlieferungen. Oder historische Rekonstruktionen: in Filzhose und mit Lederschuhen über die Anden, um nachzuvollziehen, wie Auswanderer im 19. Jahrhundert die Gebirge überwand. „Mit moderner Ausrüstung schaffst du 40 bis 50 Kilometer am Tag“, sagt er. „Mit den alten Sachen waren es 20.“ Eine Erfahrung, die Demut lehrt – und zeigt, dass viele Rekorde der Gegenwart gar nicht so einmalig sind, wenn man die Leistung der Menschen früher bedenkt.

Basteln am Limit

Heute kreist vieles um ein Ziel: die magische 6.000-Meter-Marke mit dem Fahrrad. 2010 wagte er mit zwei Mitstreitern den ersten Versuch am Ojos del Salado in Chile. Der höchste aktive Vulkan der Erde liegt am Rande der Atacama-Wüste in einer Gebirgskette, die von der chilenisch-argentinischen Grenze durchzogen wird. „Vor uns waren schon Radfahrer dort – manche trugen ihr Rad bis zum Gipfel, andere setzten auf Akkus. Doch alle machten dieselbe Erfahrung: Über 5.000 Metern lässt sich nur in Ausnahmefällen bergauf fahren. Klar könnte man schieben, aber der Reiz besteht ja im Fahren“, beschreibt Hülsemann die besondere Herausforderung. Seitdem tüftelt er. In seiner Werkstatt in seinem Fachwerkhaus in Bornheim verlängert er Rahmen, verändert Übersetzungen, experimentiert mit Reifen.



Handwerkliches Geschick ist auch hier gefragt – beim Fachwerkhaus der Familie Hülsemann in Bornheim.

Ein Jahr lang hat Frank Hülsemann gebaut und geschraubt, bis zwei Draisinen fertig waren – um 700 km von Mannheim nach Paris zu „fahren“. Die Laufmaschinen sind so gut gelungen, dass sie heute in einem Museum stehen.



„Inzwischen fahre ich Steigungen von 60 Prozent – normalerweise ist bei 25 Schluss.“ Das Tüfteln und viele weitere Testfahrten auf unterschiedlichste Berge dieser Erde sollten sich auszahlen: Im Frühjahr dieses Jahres fuhr er auf 5.608 Meter.

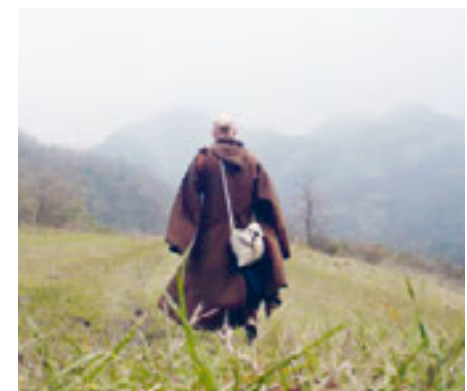
Seine jüngste Tour führte ihn zurück zum Ojos del Salado. Diesmal jedoch in den Nordwesten Argentiniens. Vier Wochen unterwegs, zwei davon zur Akklimatisierung auf 4.000 Metern. „Man lebt anders dort oben“, erzählt er. „Du brauchst eine gefühlte Ewigkeit, um das Zelt aufzubauen, weil du ständig pausieren musst. Selbst Wasser kochen ist eine körperlich anstrengende Aufgabe.“ Begleitet wurde er von zwei Freunden und einem Geländewagen. „Eigentlich wollten die nur ein bisschen wandern“, sagt er und lacht. Doch auch mit Unterstützung blieb es ein unmögliches Unterfangen. Am Ende musste er bei 5.608 Metern aufgeben. „Da war Schluss. Sand, Sturm, keine Spuren mehr. Aber das gehört dazu. Manchmal setzt die Natur die Grenze.“ Das Projekt lebt weiter. „Ich werde das noch einmal angehen. Jetzt kenne ich die Gegebenheiten vor Ort genau. Ich werde weiter tüfteln und einen neuen Versuch starten.“

Zwischen Risiko und Gelassenheit

Adrenalin-Kicks wie Bungee-Sprünge reizen den zweifachen Familienvater nicht. „Mir geht es nicht um Sekunden des Nervenkitzels. Es geht um lange geplante Expeditionen, um Ziele, die kaum einer anpackt.“ Dabei bleibt er erstaunlich gelassen. Ob Schneesturm, glühende Hitze oder Frost – er erzählt, als spräche er von einer Fahrradtour durch die Eifel.

Vielleicht liegt genau darin der Kern: dass Abenteuer für ihn kein Ausnahmezustand sind, sondern eine Haltung. Einer, der auslötet, was geht – im Labor und draußen in der Welt. Und wenn er irgendwann die 6.000-Meter-Marke auf dem Rad knackt, wird er wohl nur kurz nicken, bevor er die nächste Idee in Angriff nimmt.

»Die Vorbereitungen sind jedes Mal sehr aufwändig. Aber nur deswegen können die Projekte überhaupt funktionieren«



NOCH ZEIT?

- » Webseite von Frank Hülsemann mit allen Projekten: www.exyle.de
- » Facebook: www.facebook.com/FrankHuelsemann.exyle
- » Instagram: www.instagram.com/frankhuelsemann.bikesteigen/

ES SUMMT AUF DEM CAMPUS



An der Spoho wird es jetzt noch lebendiger – denn wir begrüßen neue, äußerst fleißige Mitbewohner*innen: Honigbienen! Seit Juni stehen die ersten Bienenkästen auf dem Campus. „Mit dem Projekt wollen wir die Artenvielfalt stärken und unseren eigenen SpoHonig gewinnen – nachhaltig, regional und von allen nutzbar“, erklärt Spoho-Mitarbeiter Dr. Helge Knigge, der das Vorhaben im Rahmen des Campusprojektes Campus Noster! initiiert hat. Die Bienenvölker werden in Zusammenarbeit mit dem Kölner Imkerverein betreut und stehen an einem geschützten Standort auf dem Campus. Ergänzend ist ein Kräutergarten geplant, um auch Wildbienen zu unterstützen. Helge Knigge: „Das Vorhaben verbindet Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein mit einem süßen Mehrwert für die Hochschulgemeinschaft.“

Wir freuen uns schon auf den SpoHonig!! 🐝🍯😊

Impressum

ZeitLupe
Das Magazin der
Deutschen Sporthochschule Köln
Nr. 2.2025, 4. Jahrgang
ZeitLupe erscheint zweimal jährlich

HERAUSGEBER:
Univ.-Prof. Dr. Ansgar Thiel
Rektor der Deutschen Sporthochschule Köln

REDAKTION:
Abteilung Presse und Kommunikation
Stabsstelle Hochschulkommunikation
und Universitäre Weiterbildung
E-Mail: presse@dshs-koeln.de
Telefon: 0221 4982-3850

REDAKTIONSLEITUNG:
Lena Overbeck

AUTOR*INNEN:
Niclas von Hobe, Mona Laufs, Julia Neuburg, Lena
Overbeck, Theresa Templin

Grafik:
Sandra Bräutigam, Tanja Görres

PRODUKTION:
Brandt GmbH - Bonn

ISSN-NR.:
2751-5117

AKTUELLE AUSGABE:
Wintersemester 2025

AUFLAGE:
2.000 Exemplare

Sofern nicht anders angegeben, liegen die Bildrechte bei der Deutschen Sporthochschule Köln. Trotz sorgfältiger Recherchen sind Änderungen, Irrtümer, Satz- und Druckfehler vorbehalten. Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck – auch teilweise – nur mit vorheriger Genehmigung.

In dieser Publikation wird in der Regel die männliche und weibliche Form verwendet. Sollte dies ausnahmsweise einmal nicht passiert sein, ist dies ausdrücklich nicht als Diskriminierung von Frauen zu verstehen. Die verkürzte Sprachform hat nur redaktionelle Gründe und beinhaltet keine Wertung.



www.blauer-engel.de/uz195

- ressourcenschonend und umweltfreundlich hergestellt
- emissionsarm gedruckt
- überwiegend aus Altpapier

ABFAHRT

Bei 5.608 Metern war für Extremsportler Frank Hülsemann am Ojos del Salado Schluss. **Respekt!** Aber: Nach der Expedition ist vor der nächsten Expedition. „Ich werde einen neuen Versuch starten“, sagt der Spoho-Mitarbeiter entschlossen. Wir drücken die Daumen und werden berichten. Auch bei uns ist an dieser Stelle Schluss. Vielen Dank für Ihre Zeit — und bis zur nächsten Ausgabe!

Fotos: Freepik; Frank Hülsemann

**ZeitLupe
online**

