



PARTNER

## MEHR ALS GRAUE THEORIE

Vor bald drei Jahren unterzeichneten die Ruhr-Universität Bochum und unser VfL einen Kooperationsvertrag. So unterschiedlich die beiden Partner auch sind – die Zusammenarbeit klappt hervorragend. Jüngster Beweis: Studenten des Weiterbildungsstudiengangs Organizational Management widmeten ihre Praxiswoche dem VfL und lieferten der Vereinsführung eine Reihe sehr nützlicher Anregungen.

In einer Praxiswoche dürfen die Studierenden als eine Art Beratungsunternehmen ins Unternehmen einsteigen und hinter die Kulissen gucken. Letztes Jahr war Opel an der Reihe, dieses Jahr der VfL. Das Thema entspricht dem jeweiligen Studien-Modul. Bei Opel und dem VfL war es Change Management. „Letztes Jahr gab es immer wieder Diskussionen um die mögliche Übernahme von Opel, das ist ein Wandlungsprozess, mit dem man umgehen muss“, erzählt Monika Küpper, Mitarbeiterin am Lehrstuhl für Arbeitsmanagement und Personal am Institut für Arbeitswissenschaften, die für die Unternehmenskooperationen verantwortlich ist. „Der VfL muss zurzeit mit dem Abstieg aus der 1. Bundesliga zurechtkommen – auch ein Wandel, den es zu gestalten gilt.“

Die Woche startete mit einem Besuch in der Castroper Straße. Vorstandsmitglied Ansgar Schwenken, Marketing-Leiterin Andrea Peschke sowie der Stellvertretende Pressesprecher Jens Fricke nahmen sich Zeit für die elfköpfige Studierendengruppe, die sich mit ihrem Untersuchungsgegenstand vertraut machte. Gespräche, aber auch Blicke hinter die Kulissen standen auf dem Programm, z. B. eine Stadionführung mit Besuch des Schuhrums und der Kabinen.

Dann ging es zurück in die Ruhr-Uni. Hier entwickelten die Studierenden ein Konzept, überlegten sich Interviewfragen, sammelten Ideen, recherchierten Theorien und Methoden. Als gewinnbringend stellte sich dabei besonders die „Mischung“ der Gruppe heraus. Die Teilnehmer, zwischen Ende 20 und Mitte 40, kamen aus ganz unterschiedlichen Branchen und Berufen. Nur einer war wirklich Fußballfan – von Mönchengladbach. Trotzdem entwickelte sich schnell Herzblut für den VfL, und die Ideen kamen wie von selbst.

Die Präsentation der Ergebnisse vor dem Vereinsvorstand war der krönende Abschluss des Ausflugs in die Praxis. Und die Ideen der Gruppe trafen genau den Nerv unserer Verantwortlichen und brachten Input

in eine Debatte, die der VfL selbst schon führte. „Kern des Ganzen war ein Perspektivenwechsel“, erklärt Monika Küppers. „Weg von dem Gedanken: Was können wir für die Fans, die Sponsoren tun, um sie bei der Stange zu halten, hin zu einer aktiven Beteiligung dieser Gruppen: Was können sie für uns tun?“ Und da gibt es eine ganze Menge. Zum Beispiel schlug die Gruppe vor, eine Ruhrdeutsch-Version des Vereinsleitbilds herauszugeben, um mehr Nähe herzustellen. Ein Schülerwettbewerb, ein neuer Slogan, ein spezieller Fangesang könnten den Wiederaufstieg beschwören und so das Engagement aller stärken. Schließlich, so das Fazit der Studenten, komme es auf fast nichts mehr an als auf die gemeinsam empfundenen Emotionen. ■



Monika Küpper (3. von rechts) mit ihren Studenten beim VfL