

30. Juli 2017 12:01 Uhr

BUBESHEIM

# Bubesheimer Know-How für die Marke FC Bayern

**Janine Berger ist nicht nur Weltklasse-Turnerin, sie studiert auch Sportmanagement. Jetzt hat sie mit einer cleveren Marketing-Idee den Rekordmeister auf sich aufmerksam gemacht.** *Von Alexander Sing*

👍 Gefällt mir 66 Teilen

🐦 Twitemn G+



Eigentlich kennt man Janine Berger eher im Turndress. Doch die 21-Jährige aus Bubesheim ist gerade dabei, im Sportmarketing Fuß zu fassen. Deshalb findet man sie zur Zeit häufig im Kapuzenpullover vor dem Laptop.

Foto: Bernhard Weizenegger

Janine Berger kommt gerade aus dem Training. Sie hat sich nur schnell einen Kapuzenpullover über das Turndress geworfen und setzt sich vor ihren Laptop. Sie ruft eine E-Mail auf. Absender: der FC Bayern München. Noch immer kann die 21-Jährige nicht so recht glauben, dass in dieser E-Mail ihr Name steht. Sie wird in der kommenden Woche vier Tage in München verbringen, in der Allianz-Arena dabei sein, wenn die Bayern es beim „Audi-Cup“ mit dem FC Liverpool, Atletico Madrid und dem SSC Neapel aufnehmen. Und am Rande dieses Turniers wird Berger mit zwei Mitstreiterinnen ein Gespräch mit der Chefetage des Rekordmeisters führen. Über eine Marketing-Idee, die dem

Branchenprimus viele neue Fans und entsprechend Geld bringen soll.

Dass es jemals dazu kommen würde, hätte die Bubesheimerin nie gedacht. Ihre Idee beim FC Bayern einzureichen, war eigentlich ein spontaner Entschluss.

Berger studiert im zweiten Semester Sportmanagement am Campus M21 in München. Die Einladung zum Ideenwettbewerb kam per E-Mail von der Agentur „Futury“, hinter der unter anderem Hockey-Nationalspielerinnen Janne Müller-Wieland steht. Die Agentur hat es sich zur Aufgabe gemacht, Unternehmen und Universitäten auf der Suche nach kreativen Geschäftsideen zu vernetzen. Der Ideenwettbewerb des FC Bayern interessierte Janine Berger zunächst aber wenig. „Ich habe die E-Mail erst einmal gar nicht beachtet. Erst vier Tage vor dem Abgabetermin habe ich angefangen, an der Uni Mitstreiter zu suchen.“

ANZEIGE

Gemeinsam mit ihren

Kommilitoninnen Katharina Schuster, Susanne Röwer und Bernadette Lasack tüftelte sie ein Konzept aus, um die Heimspiele des FC Bayern für Fans attraktiver zu machen. Was genau dahinter steckt, verrät sie nicht. „Es hat etwas mit Social Media zu tun. Mehr sage ich jetzt noch nicht.“ Die Idee scheint jedenfalls überzeugend zu sein. Nicht nur Bergers Marketing-Dozent unterstützte sie, sodass die Bewerbung drei Stunden vor Fristende an den FC Bayern gehen konnte. Die Geschäftsführung des Vereins scheint Potenzial im Konzept der Studentinnen zu sehen und wählte Bergers Team aus Hunderten Einsendungen aus. „Die kamen aus der ganzen Welt, aus Neuseeland, den USA oder Shanghai. Und nur sechs Teams wurden eingeladen.“

Aufgeregt ist die 21-Jährige vor der Präsentation am kommenden Mittwoch aber nicht. „Ich spreche gern vor Anderen, ich habe da kein Problem damit. Und es ist auch nicht so wichtig, ob unsere Idee jetzt umgesetzt wird oder nicht. Es ist schon eine Ehre, sie überhaupt vorstellen zu dürfen. Die Erfahrung zu machen, ist mir wichtig.“ Außerdem hofft sie, wichtige Kontakte in der Branche knüpfen zu können. „Da lernt man Leute kennen, die man im normalen Leben nie trifft. Mit 21 kommt man ja auch nicht so ohne Weiteres zu einem Weltverein wie dem FC Bayern.“

Sollten die Münchner die Idee weiterverfolgen, bekommen die Studentinnen noch einmal zweieinhalb Monate Zeit, um einen Businessplan aufzustellen. Viel Stress neben Studium und dem Sport. Denn die Turnerin Janine Berger ist nach einer Meniskus-Operation im März wieder fleißig im Training und hat Spaß dabei. Doch der Zeitdruck ist für sie kein Problem. „Ein Tag hat ja 24 Stunden. Und ich bin es von klein auf gewohnt, alles zu planen.“

Eine Karriere als Leistungssportlerin auf Top-Niveau, mutmaßt sie, sei sicher keine schlechte Voraussetzung, um im Sportmarketing Fuß zu fassen. Der erste Schritt dazu ist mit der Zusammenarbeit mit dem FC Bayern bereits getan.