

## EHEMALIGE VORGESTELLT

## Stephan Peplies - vom Latein-LK ins Sportmarketing

*Fridericianer-Bote: Vielen Dank, dass Sie sich Zeit nehmen für ein Interview. Damit alle Ehemaligen kurz eine Vorstellung haben, stellen Sie sich und ihre Tätigkeiten doch bitte kurz vor.*

Stephan Peplies: Als geschäftsführender Gesellschafter leite ich derzeit drei Unternehmen: die peplies consult Marketing Consultants als Unternehmensberatung, die peplies consult Executive Consultants als Personalberatung und die peplies consult Sport Marketing Consultants, ein Unternehmen in der Sportökonomie, mit dem wir internationale Weltklasseathleten vor allem in der Vermarktung vertreten. Ein Schwesterunternehmen ist überdies noch im Fußball tätig.

*Das klingt nach sehr vielfältigen und spannenden Tätigkeiten. Wie sind Sie nach dem FG, in dem Sie ja einen Lateinleistungskurs besuchten, in den Bereich der Sportökonomie gelangt?*

Durch meine eigene Leistungssport-Vergangenheit - ich habe beim Zweibundesligisten ESV Jahn Kassel Tischtennis gespielt - gab es immer die Affinität zum Sport. In der juristischen Ausbildung bestand zudem das größte Interesse an den Themata



Karl Geiger, Skispringer

Vertragsgestaltung und Verhandlungsführung. Ferner war ich immer an Wirtschaft und am Marketing von Unternehmen interessiert, also dem Zusammenspiel von Produkt, Preis, Vertrieb und Kommunikation. In der Sportökonomie habe ich exakt die von mir präferierten Betätigungsfelder gefunden: Vertragsgestaltung, Marketing, Verhandlungsführung, Sport.

*Spannend, gibt es denn Berühmtheiten, die Sie im Sportmarketing vertreten?*

Wir haben seit 18 Jahren den erfolgreichsten deutschen Skisportler Eric Frenzel unter Vertrag, den dreimaligen Olympiasieger der Nordischen Kombination. Wir haben die legend-

äre schwedische Ski-Alpin-Olympiasiegerin Anja Pärson vermarktet, Projekte mit dem Tennisspieler und Wimbledonssieger Stefan Edberg umgesetzt und wir haben in der Formel-1 das Toro Rosso-Red Bull-Team zu der Zeit, als Sebastian Vettel dort fuhr, betreut.

*Wer ist denn eigentlich leichter zu vermarkten: Eine Sportlerin oder ein Sportler?*

Es ist in der Tat so, dass wir in 30 Jahren Vermarktungstätigkeiten 75 Prozent Frauen betreut haben. Das war reiner Zufall. Aber ich habe schon zur Kenntnis genommen, dass laut Konsumforschung die Konsumenten Frauen in der Werbung mehr glauben als Männern (lacht).

*In welchen Spannbreiten bewegen sich Vermarktungserfolge? Kann man in etwa beziffern, wie viel ein Olympiasieg wert ist?*

Natürlich können wir nach drei Jahrzehnten internationaler Vermarktungsaktivitäten aus Erfahrungen Honorarkorridore benennen: Werbeflächen im Wintersport werden je nach TV-Präsenz und Sportart/Sportler zwischen 50.000 und 300.000 Euro pro Saison gehandelt. Die Präsenz in einem Fernsehspot wird je nach Bekanntheitsgrad des Sportlers

national mit 100.000 bis 1,2 Millionen Euro und international mit 500.000 bis 5 Millionen Euro pro Vertragsjahr honoriert. Wird ein Sportler in einer Sportart Olympiasieger, die vor und nach den Spielen keine TV-Präsenz hat, wird dieses Gold vermarktungstechnisch höchstwahrscheinlich verpuffen. Für einen TV-präsenten Sportler wirkt der Olympiasieg dagegen wie ein Katalysator.

*Ihr Fokus liegt mit der SMG – Soccer Marketing Group besonders auf dem Fußball. Beschreiben Sie doch kurz, was dieses Unternehmen ausmacht.*

Mit der SMG sind wir zusammen mit dem ehemaligen 81-fachen Nationalspieler und Vizeweltmeister Bernd Schneider in allen wertschöpfenden Bereichen des Profifußballs tätig (Transfergeschäft, Karriereplanung von Spielern, Klassische Vermarktung von Spielern und Trainern, Vermarktung von Vereinen und Verbänden, Unternehmens- und Personalberatung bei Vereinen, Naming-Right-Vermarktung bei Sportstätten).

*Was wäre aus Ihrer Erfahrung heraus Ihr Rat für Abiturienten und Abiturientinnen, die gerade vor der Entscheidung über Ihre Zukunft stehen?*

Ich bin gegen Planungen und ausgetretene Pfade. Ich würde Schule und Studium lediglich als eine Art Grundausbildung sehen; danach gilt der alte-Konfuzius-Satz „Der Vornehme sucht in sich selbst“: man muss in sich hineinhorchen, was man für sich will, achtsam sein und dann Chancen ergreifen!

*Woran erinnern Sie sich am FG gern zurück? Inwiefern hat die Schule Sie geprägt?*

Das ist für mich die wichtigste Frage des Interviews! Ich gehörte 1975 zu einer Gruppe von Schülerinnen und Schülern, deren Eltern die Kinder in das FG eingeklagt haben – Landkreis-kinder sollten nach Willen der damaligen Landesregierung nicht auf das städtische Gymnasium gehen – eine skurrile politische Strategie, um das humanistische Gymnasium als Bildungsidee „abzukochen“. Die Eltern siegten und ich kam auf das FG. Dort hatte ich noch die Generation von Lehrern, die selbst in den Naturwissenschaften philosophierten – es gab einen roten Faden durch alle Fächer, der Fachlichkeit und Persönlichkeit-entwicklung berührte. Latein und Altgriechisch verdanke ich eine allgemeine Sprachbildung, Logik, Analytik und Struktur, meinem Lateinleistungskurslehrer Gerhard Fiedler verdanke ich meine lebenslange Liebe zu Rom und Capri! Ich verneige mich vor meinem Vater, dass er mich gegen die Widerstände der Zeit auf diese Schule gebracht hat!

*Bereits vor dem Interview sagten Sie, Sie würden gern den Kontakt zur Schule wieder herstellen. Haben Sie dazu schon Ideen?*

Ich habe vom FG viel empfangen und ich würde jetzt gerne zurückgeben. Durch unsere Tätigkeiten sind wir in der deutschen Wirtschaft hervorragend vernetzt, insbesondere zu den Bereichen, die den Sport, aber auch Soziales und Kultur fördern; ich würde gerne mit der Schulleitung hinsichtlich innovativer Bildungsprojekte in den Kontakt treten, um zu prüfen, ob wir für solche nicht Förderungen aus der Privatwirtschaft generieren können.

*Das Interview hat Susanna Wollenhaupt geführt.*



Stephan Peplies, geboren 1965, Abiturjahrgang 1984, 3 Kinder.

Studium der Rechtswissenschaften in Göttingen und Marburg, Stipendiat der Reemtsma-Begabten-Förderung; wissenschaftlicher Mitarbeiter im Rechtsamt in einem thüringischen Landratsamt, später Amtsleiter, ab 1994 Tätigkeit für die Personalberatung Gruber, Titz & Partner; ab 1996 Gründung eigener Unternehmen in der Wirtschaftsberatung und Sportökonomie, ab 1997 Lehraufträge an der Universität Bayreuth, der SMAB Bayreuth und an der European Business School in Oestrich/Winkel.

Interessen: Literatur, Kunst, Bergwandern.



Eric Frenzel, Nordischer Kombinierer