

## Prof. Dr. Dirk Mazurkiewicz



- Dienstanschrift:** RheinAhrCampus Remagen  
Fachbereich Wirtschafts- und Sozialwissenschaften  
Joseph-Rovan-Allee 2  
53424 Remagen
- Kontakt:** Tel.: +49 (0) 2642 932-392  
Fax: +49 (0) 2642 932-308  
Mail: [mazurkiewicz@rheinahrcampus.de](mailto:mazurkiewicz@rheinahrcampus.de)  
Web: [www.prof-mazurkiewicz.de](http://www.prof-mazurkiewicz.de)
- Rolle und Lehrgebiete im MBA-Fernstudienprogramm:** Dozent in der Vertiefungsrichtung [Sportmanagement](#) für die folgenden Kurseinheiten:
- Sportmarketing (SPM 11)
  - Club- und Sportstättenmanagement (SPM 31)
  - Finanzierung und Controlling (SPM 32)
- Akademischer Werdegang:**
- 1994 – 2000**  
Universität Bonn  
Sportwissenschaften, Betriebswirtschaftslehre & Erziehungswissenschaften
- 2002 – 2006**  
Promotion an der Deutschen Sporthochschule / Köln im Institut für Sportökonomie und Sportmanagement
- Beruflicher Werdegang:** **2000 – 2002**  
Marketing-Assistent / Projektleiter WIGE Communication GmbH der WIGE MEDIA AG (Frechen)

**2002 – 2006**

Wissenschaftlicher Mitarbeiter  
Geschäftsführer des ISS  
Institut für Sportmanagement, Remagen

**2006 – 2008**

Vertretungsprofessor für Sportmanagement am  
RheinAhrCampus Remagen der FH Koblenz  
Selbstständiger Unternehmensberater,

**2008 – 2010**

Leiter der Unit Sportsmanagement bei der Corporate Planning  
AG Hamburg

**2012 - 2016**

Freier Consultant Deloitte & Touche, Düsseldorf

**Derzeitige berufliche  
Tätigkeit:**

**seit 2010**

Professor für Sportökonomie

**seit 2013**

Studiengangsleiter der MA Studiengang Sportmanagement

**seit 2015**

Geschäftsführender Vorsitzender des Bonner SC

**seit 2018**

Freier Consultant Venue Manager A/S und geschäftsführender  
Gesellschafter der App Share GmbH

**Veröffentlichungen:**

Graumann, M.; Thieme, L. & Mazurkiewicz, D. (2006).  
*Entwicklung eines Kennzahlensystems für Breitensportorientierte  
Großsportvereine*. Im Kongressband zum 5. Deutschen  
Sportökonomie-Kongress, Köln, 2006

Mazurkiewicz, D. (2007). *TV-Marketing im Sport – Instrumente  
und Randbedingungen*. Köln

Mazurkiewicz, D. & Thieme, L. (2007). *Markenanalyse als  
Ausgangspunkt strategischer Vereinsführung*. Im Kongressband  
der DVS-Tagung Steuerung im organisierten Sport, Paderborn  
2006

Thieme, L & Mazurkiewicz, D. (2007). Stichwörter: Kooperenz,  
Markenmanagement und Fundraising. In Wadsack, R.; Thieme,  
L.; Trosien, G. & Bezold, T. *Handbuch Sportmanagement*.  
Braunschweig

Mazurkiewicz, D. (2007). Stichwörter: Strategisches Management, Produktentwicklung, und Banden- und Trikotwerbung. In Wadsack, R.; Thieme, L.; Trosien, G. & Bezold, T. *Handbuch Sportmanagement*. Braunschweig

Mazurkiewicz, D.; Krämer, J. & Jahnke, J. (2014) Controlling in der Fußballbundesliga.

Diverse Beiträge in Branchenmagazinen sowie regelmäßige Studien zu Profifußballer (mit VDV) und Reporting zur Digitalisierung im Zuschauersport (mit Stadionwelt)