

# Rahmenplan Sportmanagement

Sport mit seinen vielfältigen Facetten ist ein Wirtschaftssektor, der sich dynamisch weiterentwickelt. Er ist nicht nur Element der Freizeit- und Unterhaltungskultur, sondern erzeugt Umsätze und Wertschöpfung und schafft somit Arbeitsplätze für angehende Sportmanager. Zur Bewältigung ihrer Managementaufgaben benötigen Führungskräfte in Sportorganisationen heute möglichst fundierte Kenntnisse über managementrelevante Kontextzusammenhänge und ökonomisch bedeutsame Handlungsfelder des Sports. Im Rahmen des Studiums werden Managementaufgaben und -instrumente, charakteristische Organisationskontexte und daraus resultierende Spannungsfelder des Sportmanagements vermittelt. Dabei liegen Schwerpunkte auf den Bereichen Vermarktung, Finanzierung und Controlling sowie der Verwertung von Rechten im Sport, um den sportlichen vor allem aber den ökonomischen Wettbewerb erfolgreich bestreiten zu können. Die betriebswirtschaftlich fundierte Qualifizierung bereitet die Absolventinnen und Absolventen auf eine verantwortungsvolle Position in dem breiten beruflichen Spektrum des Managements in der Sportbranche und deren Besonderheiten vor. Durch die stetige Interaktion mit Markt- und Kooperationspartnern gewährleistet der Studiengang eine aktuelle und effektive Verflechtung von Theorie und Praxis.

## 1. Semester

### Theorie

#### **Betriebswirtschaftliche (fachübergreifende) Inhalte**

Die Studierenden lernen die wesentlichen betriebswirtschaftlichen Zusammenhänge kennen. Wichtige Bestandteile sind dabei die Grundlagen des Managements, die betriebswirtschaftlichen Rahmenentscheidungen sowie die Aufgabenstellungen der wesentlichen Funktionsbereiche im Unternehmen. Die Einführung in das externe Rechnungswesen umfasst neben theoretisch vermittelten Inhalten praktische Übungen, die die Studierenden mit unterschiedlichen Buchungsvorgängen vertraut machen. Weitere Themen sind z.B. die Einführung in die für das Unternehmensumfeld relevanten rechtlichen Zusammenhänge sowie die Vermittlung von Präsentations- und Moderationstechniken.

#### **Fachspezifische Inhalte**

Im Rahmen des Moduls „Grundlegende Aspekte des Sportmanagements“ werden die begrifflichen und theoretischen Grundlagen des Managements bezogen auf den Sport vermittelt. Dazu gehören Kenntnisse der managementrelevanten Besonderheiten der Sportbranche sowie die Organisation des Sports und die Gestaltung organisatorischer Strukturen in diesem Bereich. Die Studierenden erwerben grundlegendes Wissen über aktuelle Trends im Sportmarkt und im Sportverhalten sowie die damit verbundenen Herausforderungen für das Sportmanagement. Sie beherrschen Methoden der Trend- und Marktforschung und verstehen deren Bedeutung für eine innovative Angebotskonzeptgestaltung von Seiten unterschiedlicher Sportorganisationen.

### **Praxis – fachpraktische Kompetenzen**

Den Studierenden werden die betriebswirtschaftlichen Strukturen des Praxisbetriebes vermittelt. Sie lernen die unternehmensinternen Begriffsdefinitionen sowie die Auftrags-, Produkt- und Kundenstruktur kennen. Darüber hinaus erhalten sie einen Einblick in die Finanzbuchhaltung. Die Studierenden werden mit der Aufbau- und Ablauforganisation des Praxisbetriebes sowie den betriebsspezifischen Betriebs- und Arbeitsordnungen vertraut gemacht.

## 2. Semester

### Theorie

#### **Betriebswirtschaftliche (fachübergreifende) Inhalte**

Die Kenntnisse über das externe Rechnungswesen, insbesondere den Jahresabschluss, werden vertieft. Die Studierenden erlernen, wie Steuer- und Handels-Bilanzen und die GuV nach Gesamt- und Umsatzkostenverfahren erstellt werden. Ansatzwahlrechte und -gebote werden ebenso aufgezeigt wie die Möglichkeiten der Bilanzanalyse mithilfe von Kennzahlensystemen. Mit der Einführung in die Kosten- und Leistungsrechnung werden wichtige Inhalte des internen Rechnungswesens vermittelt wie Kostenarten, -stellen und -trägerrechnung sowie verschiedene Kalkulationsverfahren. Der gezielte Einsatz von Marketing- und Vertriebsinstrumenten zur Steigerung des Absatzvolumens ist weiterer betriebswirtschaftlicher Schwerpunkt des 2. Semesters. Zudem werden die Kenntnisse der juristischen Arbeitsmethodik vertieft sowie Grundlagen volkswirtschaftlicher Modelle und Zusammenhänge vermittelt.

#### **Fachspezifische Inhalte**

In dem Modul „Vertiefende Aspekte des Sportmanagements“ erweitern die Studierenden ihre Grundlagenkenntnisse um Methoden zur Analyse von Sportorganisationen und werden dadurch zur Sportorganisationberatung befähigt. Sie überblicken die Organisationen des Sports auch im internationalen Kontext. Ein Schwerpunkt liegt außerdem auf den Besonderheiten des Managements von Sportdienstleistungen. Die Studierenden kennen die betriebswirtschaftliche Besonderheiten und Wertschöpfungskonfigurationen bei Sportdienstleistungen und können dieses Wissen zur Steuerung von Sportorganisationen und -anlagen unter ökonomischen Aspekten einsetzen. Das Modul vermittelt zudem Aspekte der Konzeption und Planung von Sportanlagen, wie z.B. Standortwahl, Finanzierungsansätze, Gebäudemanagement sowie Rahmenbedingungen der Vermarktung einer Sportanlage.

#### **Praxis – fachpraktische Kompetenzen**

Den Studierenden werden die Grundlagen der Managementaufgaben aufgezeigt. Dabei lernen sie die einzelnen Dienstleistungsprodukte kennen, sie überschauen die betriebliche Wertschöpfungskonfiguration, die Marktposition und das Wettbewerbsumfeld ihres Praxisunternehmens, das sie zu vergleichbaren Dienstleistern abgrenzen können. Außerdem erhalten sie Einblicke in das Rechnungswesen, insbesondere in die Kosten- und Leistungsrechnung. Die Studierenden wirken an Maßnahmen zur Prozessoptimierung und Qualitätssteigerung mit, wie z.B. Organisation und Teilnahme an Meetings sowie die Anfertigung von Statistiken. Sie unterstützen die Planung von Projekten und Marketingaktivitäten und Werbeaktionen.

## 3. Semester

### Theorie

#### **Betriebswirtschaftliche (fachübergreifende) Inhalte**

Die Grundkenntnisse des Controllings werden erweitert. Die Studierenden lernen den Zusammenhang zwischen Budgetierung und Forecast, Kennziffern, Jahresabschluss und Kosten- und Leistungsrechnung. Des Weiteren werden Finanzierungsarten, Investitionsrechnungen sowie die Bedeutung der Investitions- und Finanzplanung als strategischer Erfolgsfaktor vermittelt. Im Modul „Informatik“ lernen Studierende erkennen, wie durch geeignete Informations- und Kommunikationstechnologien Unternehmensprozesse effizient abgewickelt und unterstützt werden. Das Modul „Projektmanagement“ befähigt insbesondere zur Durchführung der Projektstrukturierung sowie dem Einsatz ausgewählter Projektmanagement-Methoden und -Techniken. Die Kenntnisse volkswirtschaftlicher Zusammenhänge werden vertieft.

#### **Fachspezifische Inhalte**

Innerhalb des 3. Semesters werden im Modul „Marktorientiertes Sportmanagement“ die Besonderheiten des Marketing im und mit Sport herausgearbeitet. Das „Strategische Marketing im Sport“ vermittelt die Grundlagen für ein strategisches Marketingkonzept und dessen Implementierung und Evaluierung. Die Studierenden verstehen das strategische Sportmarketing als Teilbereich des strategischen Sportmanagements. Wie eine innovative Marketingkommunikation aussehen muss, um zielgerichtet die Umsetzung der Marketing-Mix-Maßnahmen voranzutreiben, wird innerhalb der Teilmodule „Operatives Sportmarketing“ und „Sportsponsoring“ erörtert. Anhand von Fallbeispielen werden aktuelle Themen sowie zukünftige Herausforderungen im Sportmarketing behandelt. Die Studierenden können strategische Pläne für die Sportvermarktung entwickeln und diese operativ umsetzen. Durch Anwendung traditioneller und innovativer Vermarktungsformen sind sie in der Lage, Leistungsbündel im Sport ergebnisorientiert abzusetzen.

#### **Praxis – fachpraktische Kompetenzen**

Die Studierenden vertiefen Kenntnisse im Bereich „Marketing“ und „Controlling“. Sie lernen Grundlagen der Budgetierung, der Liquiditätsplanung sowie die Bedeutung von Kennzahlen kennen. Betriebsinterne Technologien bzw. Softwarelösungen werden eingeübt und genutzt. Einen weiteren Schwerpunkt bilden die Marketingaktivitäten des Praxisbetriebes. Sie unterstützen bei der Erstellung von Marketing-Konzepten und Werbemitteln, bei Präsentationen und Analysen. Sie vergleichen analysierend Aufbau und Inhalt kommunikationspolitischer Maßnahmen des Praxisunternehmens und von Wettbewerbern. Die Verantwortung für solche Teilprojekte wird an Studierende delegiert. Sie werden an der täglichen Arbeit des Praxisbetriebs beteiligt. Dazu gehört auch die angeleitete Mitarbeit in Projekten.

## 4. Semester

### Theorie

#### Betriebswirtschaftliche (fachübergreifende) Inhalte

Einen Schwerpunkt bildet die Vermittlung von Kenntnissen im Hinblick auf Entscheidungssituationen. Dazu gehören die Zusammenhänge von Aufbau- und Ablauforganisation und die Techniken der Organisationsgestaltung. Des Weiteren erhalten die Studierenden einen Überblick über Führungsmodelle und die Grundzüge betrieblicher Personalarbeit, z.B. Personalplanung, Ausgestaltung von Arbeitssystemen und Leistungsbeurteilung und Entgeltsysteme. Die Studierenden lernen weitere Rechtsgebiete innerhalb des betrieblichen Kontextes kennen. Dazu gehören ausgewählte Fragestellungen des Handels-, Gesellschafts- und Arbeitsrechts. Im Rahmen des Informatik-Moduls werden der Aufbau und die Arbeitsweise von Datenbanksystemen sowie deren technische Möglichkeiten und Grenzen vermittelt.

#### Fachspezifische Inhalte

Im Modul „Spezielle Sportmärkte“ erwerben die Studierenden Problemlösungskompetenzen bezogen auf ausgewählte Sportmärkte. Sie sind in der Lage, Implikationen für ein effizientes Management spezieller Sportmärkte abzuleiten und ihre Kenntnisse in der Praxis anzuwenden. In den Lehrveranstaltungen liegt der Fokus auf Sportveranstaltungen und Events, der Sportartikelindustrie und dem Sportfachhandel sowie sporttouristischen Anbietern und Destinationen. Die Studierenden nutzen die erworbenen vertieften Sportmanagementkenntnisse als Entscheidungsgrundlage ihres Handelns und verstehen die Notwendigkeit des Einsatzes betriebswirtschaftlicher Instrumentarien im Management spezieller Sportmärkte.

#### Assistentenarbeit

Erstellen einer schriftlichen Studienarbeit über einen in Verbindung mit dem Praxisunternehmen vorgegebenen Themenbereich aus den Modulinhalten der vorhergehenden Semester.

Projekttablauf:

- ▲ Themendefinition,
- ▲ Gliederung,
- ▲ Literaturrecherche,
- ▲ Praxistransfer,
- ▲ Synthese (Theorie/Praxis),
- ▲ Präsentation.

#### Praxis – fachpraktische Kompetenzen

Die Studierenden übernehmen in ihren Betrieben die Verantwortung für Aufgaben bei der Organisation von Sportevents und/oder Veranstaltungen und erstellen eigenständige Konzepte für Veranstaltungen. Dabei berücksichtigen sie auch die konkrete Kosten- und Personalplanung. Destinationen und Anbieter im Sporttourismus. Sie übernehmen eigenverantwortlich Projektleitungen und sind an Projektabrechnung und am Kostencontrolling beteiligt.

## 5. Semester

### Theorie

#### Betriebswirtschaftliche (fachübergreifende) Inhalte

Die Studierenden lernen die Grundzüge betrieblicher Personalarbeit kennen. Dies umfasst u.a. Personalplanung, Ausgestaltung von Arbeitssystemen und Leistungsbeurteilung und Entgeltsysteme. Die Auswirkungen zunehmender Internationalisierung und Globalisierung auf die Geschäftstätigkeit ist Inhalt von zwei Teilmodulen. Die Studierenden lernen, wie sich strategische und operative Managementaufgaben bei länderübergreifenden Fragestellungen verändern. Ebenso werden die unterschiedlichen Umgangsformen im internationalen Kontext vermittelt. Ein weiterer Schwerpunkt ist die Bedeutung des Prozess- und Performancemanagements im Unternehmen. Den Studierenden wird aufgezeigt, wie der innerbetriebliche Einsatz ausgewählter Instrumente und die Gestaltung von Prozessabläufen den ständig steigenden Kosten- und Qualitätsanforderungen Rechnung trägt. Themen sind das Supply Chain Management, das Total Quality Management und das Performance Measurement System.

#### Fachspezifische Inhalte

Die für das sportliche Umfeld relevanten Rechtsgebiete sind Schwerpunkt des 5. Semesters. In dem Teilmodul „Spezielles Sportrecht“ werden die Studierenden befähigt, Fallbeispiele mit Hilfe einschlägiger, für den Sport relevanter Rechtsvorschriften zu bearbeiten. Die „Sportrechte-Vermarktung“ ist Inhalt einer weiteren Veranstaltung; dabei werden verschiedene Aspekte wie Lizenzierung, TV-Rechte, Persönlichkeits- und Urheberrechte thematisiert. Die Studierenden können die rechtlichen Risiken einschätzen und verfügen über grundlegende Kompetenzen rechtliche Sachverhalte einzuschätzen.

Den Studierenden werden Wahlpflichtmodule angeboten: Im Wahlpflichtmodul „Angewandte Marktforschung und Evaluation im Sport“ werden die Studierenden mit den Techniken und Methoden der Marktforschung im Sport vertraut und können mittels unterschiedlicher Forschungsmethoden konkrete Fragestellungen wissenschaftlich analysieren und evaluieren. Am Beispiel ausgewählter Sportmärkte werden die Vielfalt der Management- und Vermarktungsaufgaben im Sport aufgezeigt und Ansatzpunkte für eine systematische Analyse von Sportmärkten vermittelt. Die Studierenden können mittels vorliegenden Befragungsinstrumenten eigenständig eine Befragung umsetzen und valide Aussagen zu aktuellen Problemstellungen der Sportmanagementpraxis erheben. Sie sind in der Lage, die gewonnenen Ergebnisse zu reflektieren und konkrete Handlungsoptionen abzuleiten.

Im Wahlpflichtmodul „Fitness- und Gesundheitsmanagement“ werden den Studierenden grundlegende Kenntnisse zu zentralen Themen des Fitness- und Gesundheitssports wie Ziele, Modelle, Ansätze der Gesundheitsförderung, ökonomische Relevanz und aktuelle Trends im Gesundheits- und Fitnessmanagement vermittelt. Ein weiterer Bestandteil ist die praxisorientierte Analyse der regionalen Gesundheits- und Fitnesssportangebote, um die Studierenden zu befähigen, Fitness- und Gesundheitsangebote ökonomisch zu gestalten und im Hinblick auf Interventionen anzuwenden.

Im Wahlpflichtmodul „Sportmedien- und Sportagenturmanagement“ werden die Rollen von Sportvermarktungsagenturen sowie verschiedene Aspekte des Sportmedienmanagements vor dem Hintergrund der Sport-Medien-Wirtschaftsallianz vermittelt. Die Studierenden überblicken die Arbeitsweisen von Agenturen und Medien im Sportbereich und sind in der Lage, entsprechende Medien- und Agenturkooperationen vorzubereiten, Presseinformationen aufzubereiten, Pressekonferenzen vorzubereiten und entwickeln ein Verständnis für die Bedeutung der Öffentlichkeitsarbeit im Sport. Im Rahmen einer praxisorientierten Arbeit setzen sich die Studierenden mit ausgewählten Problemstellungen im Sportmedien- und Sportagenturmanagement auseinander.

### Praxis – fachpraktische Kompetenzen

Die Studierenden werden mit den betrieblich relevanten Rechtsgebieten vertraut gemacht und können rechtliche Problemstellungen einschätzen. Den Studierenden werden betriebliche Standards im Bereich des Prozess- und Qualitätsmanagement verdeutlicht. Sie lernen das Personalwesen kennen, indem sie dort Aufgaben übernehmen (z.B. die Einarbeitung neuer Mitarbeiter). Im Rahmen der Verantwortung von Teilaufgaben des Projektmanagements übernehmen die Studierenden auch Personalverantwortung und leiten Kolleginnen und Kollegen bei der Ausführung der Aufgaben an. Die Mitarbeit der Studierenden im Praxisunternehmen ist gekennzeichnet durch zunehmende Verantwortung bei der Organisation und Durchführung von konkreten Arbeitsaufgaben.

## 6. Semester

### Theorie

#### Betriebswirtschaftliche (fachübergreifende) Inhalte

Die Steuerung der Performance von Unternehmen und die hierfür notwendigen Instrumente, Konzepte und Kennzahlen(-systeme) sind Schwerpunkte des 6. Semesters. Darüber hinaus werden Aspekte des Entrepreneurship, der Unternehmensgründung und des unternehmerischen Handelns vermittelt.

#### Fachspezifische Inhalte

Im Rahmen des Moduls „Finanzielle Aspekte des Sportmanagements“ erwerben die Studierenden vertiefte Kenntnisse in den Bereichen Finanzierung, Besteuerung und Sportcontrolling. Sie überblicken Finanzierungsmodelle und -probleme im Sport und verstehen die Relevanz eines systematischen Sportcontrollings, um dies zur kurz- und langfristigen Steuerung der Wirtschaftlichkeit von Sportunternehmen einzusetzen. Sie können den Finanzierungsbedarf und Formen der Finanzierung des Sports differenzieren und sind in der Lage, geeignete Maßnahmen der Sportförderung unter Berücksichtigung steuerlicher Aspekte anzuwenden.

Den Studierenden werden Wahlpflichtmodule angeboten: Innerhalb des Wahlpflichtmoduls „Sportmedien- und Sportagenturmanagement“ werden die Rollen von Sportvermarktungsagenturen sowie verschiedene Aspekte des Sportmedienmanagements vor dem Hintergrund der Sport-Medien-Wirtschaftsallianz vermittelt. Die Studierenden überblicken die Arbeitsweisen von Agenturen und Medien im Sportbereich und sind in der Lage, entsprechende Medien- und Agenturkooperationen vorzubereiten, Presseinformationen aufzubereiten, Pressekonferenzen vorzubereiten und entwickeln ein Verständnis für die Bedeutung der Öffentlichkeitsarbeit im Sport. Im Rahmen einer praxisorientierten Arbeit setzen sich die Studierenden mit ausgewählten Problemstellungen im Sportmedien- und Sportagenturmanagement auseinander.

Im Wahlpflichtmodul „Sportvereins- und Sportverbandsmanagement“ werden Besonderheiten des Managements von Sportvereinen und -verbänden sowie des Ligasports in den Blick genommen. Die Besonderheiten der Managementkonzepte für Sportvereine und -verbände werden herausgearbeitet sowie erfolgsrelevante Managementfaktoren. Die Studierenden kennen die grundlegenden Ziele und Aufgaben von Sportvereinen und -verbänden und können die Handlungsfelder des Sportvereins- und -verbandsmanagements im Kontext des Non-Profit-Organisations-Management einordnen. Charakteristika, besonderer Absatz- und Produktionsbedingungen sowie Vermarktungsregelungen von Sportligen sind Inhalte im „Ligasportmanagement“. Die Studierenden kennen die unterschiedlichen Gestaltungsoptionen von Ligasportwettbewerben und ihre konstitutiven Rahmenbedingungen. Sie sind in der Lage, diese in der Entwicklung von Lösungsansätzen für das Management von Sportligen zu berücksichtigen. Die erworbenen Kenntnisse werden in einer praxisorientierten Projektarbeit selbstständig angewendet.

Das Wahlpflichtmodul „Angewandtes Sportmanagement“ bietet die Möglichkeit, das im Rahmen des Studiums erworbene Fachwissen auf vorgegebene Projektstellungen aus der Sportmanagementpraxis anzuwenden. Die Studierenden überblicken die Vielfalt von Management- und Vermarktungsaufgaben im Sport und können innovative Lösungsansätze entwickeln und komplexere Aufgabenstellungen aus der Sportmanagementpraxis mit Hilfe von Projektmanagement im Team zu lösen.

#### Bachelorarbeit

Erstellen einer schriftlichen Bachelor-Thesis über ein Thema, das von der HWTK in Abstimmung mit dem Praxisunternehmen festgelegt wird.

Projekttablauf:

- ▲ Themendefinition,
- ▲ Gliederung,
- ▲ Literaturrecherche,
- ▲ Praxistransfer,
- ▲ Synthese (Theorie/Praxis),
- ▲ Kolloquium.

## **Praxis – fachpraktische Kompetenzen**

Die Studierenden vertiefen ihre Kenntnisse in dem Bereich „Controlling“. Sie lernen die Grundlagen der Budgetierung, der Liquiditätsplanung sowie die Bedeutung von Kennzahlen kennen. Die Studierenden untersuchen die Einhaltung und Verbesserung der Standards im Prozess- und Qualitätsmanagement. Sie sind an der Bearbeitung betrieblicher Problemstellungen mit wissenschaftlichen Methoden beteiligt. Dies umfasst auch die Implementierung und Anwendung von Controlling-Instrumenten. Sie lernen Förderstrukturen kennen, Fördermittel zu beantragen und Fundraising-Konzepte zu entwerfen. Des Weiteren sind sie bei Datenerhebungen und -analysen unterstützend beteiligt.