

Master of Arts Fitnessökonomie



Master of Arts Fitnessökonomie

Strategisch agieren im Management der Fitnessbranche

Der Studiengang qualifiziert Sie zur Leitung von Fitness- und Gesundheitsunternehmen sowie zur Übernahme von strategischen Führungs- und Projektaufgaben.



Master of Arts

Fitnessökonomie



Ihre Zukunftsperspektive im strategischen Fitnessmanagement

Die Fitness- und Gesundheitsbranche verzeichnet mit Ausnahme des Corona-Zeitraums seit mehr als 30 Jahren ein kontinuierliches, globales Wachstum. Immer mehr Unternehmen mit teilweise neuartigen Geschäftsmodellen sind auf den Märkten präsent und oftmals über mehrere Länder hinweg oder sogar weltweit vertreten. Dadurch wächst auch der Bedarf an hoch qualifizierten Fach- und Führungskräften.

Nach erfolgreichem Abschluss dieses Studiengangs sind Sie in der Lage, Führungspositionen im Management von Einzel- und Kettenbetrieben der Fitness- und Gesundheitsbranche einzunehmen und optimal auszufüllen.

Ebenso besteht für Sie die Möglichkeit, als selbstständige/-r Fitnessstudiobetreiber/-in tätig zu werden. Mit speziellen Kompetenzen in Fitnessmanagement, Marketing und Vertrieb können Sie strategische Führungs- sowie Projektaufgaben übernehmen und dabei Angebote, Konzepte, Geschäftsmodelle und Strategien entwickeln, koordinieren, umsetzen und evaluieren.



Für wen ist dieser Studiengang besonders geeignet?

- **Bachelor-Absolventinnen und -Absolventen der DHfPG**

... die sich für strategische Schlüsselpositionen im Management der Fitness- und Gesundheitsbranche in Einzel- oder Kettenbetrieben weiterqualifizieren möchten

- **Fach- und Führungskräfte**

... in Fitness- und Gesundheitszentren, die über ein Erststudium verfügen und sich für die Übernahme von strategischen Führungs-, Fach- und Projektaufgaben weiterqualifizieren wollen

- **Zielorientierte Personen**

... die eine Selbstständigkeit anstreben und zum Beispiel ein eigenes Fitnessstudio eröffnen oder ein bestehendes übernehmen möchten



Was zeichnet diesen Studiengang aus?

Mit diesem Master-Studiengang bereiten Sie sich auf die Leitung und die Übernahme von strategischen Aufgaben in Unternehmen der Fitness- und Gesundheitsbranche sowohl in Einzel- als auch in Kettenbetrieben vor.

Der Studiengang vertieft und erweitert Ihre Kompetenzen insbesondere in den Bereichen Forschung und Evaluation beispielsweise auch aus einem vorangegangenen Bachelor-Studium Fitnessökonomie.

Erfahrene Dozentinnen und Dozenten bieten Ihnen einen praxisnahen und interdisziplinären Wissens- und Kompetenzerwerb, sodass Sie die wissenschaftlich fundierten Inhalte direkt in die betriebliche Praxis übertragen können.

Dieser Studiengang eröffnet Ihnen die Möglichkeit des Zugangs zur Promotion und zu den Beamtenlaufbahnen des höheren Dienstes.

Auf einen Blick



Studienstart

jeweils zum 01.06. (SS)
und 01.12. (WS)



Art des Studiums

Master-Studium: Fernstudium mit
kompakten Lehrveranstaltungen
– vor Ort und/oder digital



Studiendauer

4 Semester/24 Monate mit
Präsenzphasen an insgesamt
32 Tagen – vor Ort und/oder digital



Studiengebühren

390 EUR pro Monat
Jetzt studieren – später bezahlen!*

(Infos: dhfpg.de/foerderung)



Anerkennung

Akkreditiert und staatlich
anerkannt sowie zugelassen durch
die Staatliche Zentralstelle für
Fernunterricht (ZFU; Nr. 176118)



Abschluss

Master of Arts (M. A.)
Fitnessökonomie

* Angebot gilt für DHfPG-Bachelor-Absolventinnen und -Absolventen



Das lernen Sie im Studium

Im Master-Studiengang Fitnessökonomie erwerben Sie Schlüsselkompetenzen im Rahmen der strategischen Unternehmensführung und der Personalführung sowie spezielle Kompetenzen des Unternehmertums und des Innovationsmanagements.

Durch die speziell auf die Anforderungen der beruflichen Praxis zugeschnittenen Module aus den Bereichen Management und Fitnessökonomie erwerben Sie unter professioneller Anleitung umfassende Fach-, Methoden- und Sozialkompetenzen mit den daraus resultierenden Handlungskompetenzen, zum Beispiel im Themenfeld Kommunikation.

Im Bereich der Kommunikation und Verhandlung eignen Sie sich praxisrelevante Soft Skills an, die Grundlage jeder erfolgreichen Gesprächsführung auf Mitarbeiter-, Investoren- oder Geschäftspartnerebene sind.

Darüber hinaus erwerben Sie die notwendigen Kompetenzen, um Marketingchancen zur Zukunftssicherung eines Unternehmens zu erkennen und diese zielgruppengerecht zu vermarkten bzw. zu verkaufen.

Sie lernen, Projekte zu planen, zu kommunizieren und diese unter Zuhilfenahme von Methoden des Projektmanagements erfolgreich abzuschließen.

Leadership

Unternehmensführung

Personalmanagement

Kommunikation

Ihr Studienverlaufsplan

Studienmodul	Semester	ECTS-Punkte	Präsenzphase (Tage)*	Prüfungsleistung
Forschungsmethoden	1. + 2.	9	3	HA
Strategische Unternehmensführung I – Managementprozess und Leadership		12	3	HA
Strategische Unternehmensführung II – Strategieimplementierung und Unternehmenskultur		12	3	HA
Kommunikation und Verhandlung		6	3	PG
Strategisches Fitnessmanagement		12	3	HA
Unternehmensfinanzierung und Controlling		9	3	KL
insgesamt		60	18	
Marketingmanagement	3.+ 4.	9	3	HA
Verkaufs- und Vertriebsmanagement		12	3	HA
Fallstudie Fitnessökonomie		12	3	PRO
Vorbereitungsseminar zur Master-Thesis		–	2	–
Unternehmertum		9	3	HA
Master-Thesis		18	–	TH
insgesamt		60	14	
Gesamtstudium		120	32	

HA = Hausarbeit KL = Klausur PG = Prüfungsgespräch PRO = Projektarbeit TH = Thesis

* Präsenzphasen können sowohl an einem Studienzentrum der DHfPG als auch in digitaler Form absolviert werden (siehe auch S. 24 u. S. 70)
 Mehr Informationen zum Studienablauf und zu den Studieninhalten unter: dhfpg.de/mfo



Das können Sie in die Praxis umsetzen – Beispiele

- Aufgrund Ihrer Handlungskompetenzen in strategischer Unternehmensführung können Sie geeignete Strategien planen, implementieren und kontrollieren, um langfristig Wettbewerbsvorteile zu erzielen.
- Sie sind in der Lage, eine zielgerichtete Unternehmensfinanzierung zu planen und aufzubauen sowie ein entsprechendes Controllingssystem zur erfolgreichen Unternehmenssteuerung zu verantworten.
- Ebenso gelingt es Ihnen, geeignete Konzepte und Strategien in den Themenbereichen Servicemanagement und Kundenbindung zu entwickeln.
- Durch Ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten in Vermarktung und Vertrieb verstehen Sie es, effizient und effektiv Produkte und Dienstleistungen unter Beachtung aktueller Trends – wie z. B. der Digitalisierung – gezielt zu vermarkten und zu vertreiben, um so neue Kundengruppen zu gewinnen.
- Trendthemen wie z. B. die Digitalisierung im Fitness- und Gesundheitsbereich evaluieren Sie, um deren Potenziale abschätzen zu können und zukünftige Wettbewerbsvorteile zu sichern.
- Als Absolventin bzw. Absolvent des Studiengangs sind Sie optimal vorbereitet, ein Mitarbeiterteam zu führen und somit den Erfolgsfaktor „Mitarbeiter“ weiter auszubauen.
- Sie wenden erlernte Instrumente und Methoden der Verhandlungsführung an, um Kunden- bzw. Mitarbeitergespräche professionell und zielorientiert zu gestalten.

Einsatzfelder in der Sport-, Fitness- und Gesundheitsbranche

Fitness- und Gesundheitseinrichtungen

- Fitnessstudios und Studioketten
- Gesundheitszentren
- EMS- und Functional-Training-Studios

Beratung und Vertrieb

- Beratungsunternehmen bzw. Marketingagenturen
- Vertriebsfirmen im Fitness- und Gesundheitsbereich

Zulassungsvoraussetzungen und weitere Infos

Zur Aufnahme eines Master-Studiengangs an der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement ist ein abgeschlossenes Erststudium (z. B. Bachelor, Diplom) Voraussetzung.



Nähere Informationen inklusive Anmeldemöglichkeit zum Studiengang finden Sie unter: dhfpg.de/mfo

Ihre Fragen zu den Zulassungsvoraussetzungen (siehe auch S. 30 f.), zum Studiengang und dem Studium an der DHfPG beantwortet das Team des Service-Centers gern persönlich unter Telefon: + 49 681 6855 580.



Institutionen

- Bildungseinrichtungen mit den Schwerpunkten Fitness, Gesundheit und Management

Sonstige

- Herstellerfirmen von Fitnessgeräten und -produkten
- Selbstständige Tätigkeit zum Betrieb von Fitnessstudios