



Bachelor of Arts Sportökonomie

Management von Sportorganisationen

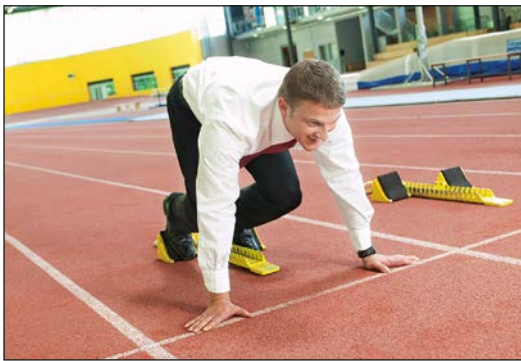
Der Studiengang qualifiziert für Schlüsselpositionen u. a. in Vereinen, Verbänden, bei Sportartikelherstellern sowie Fitness- und Gesundheitsunternehmen durch den Erwerb von Kompetenzen in Ökonomie, Sportmanagement und Trainingswissenschaft.

Bachelor of Arts Sportökonomie



Auf einen Blick

- **Art des Studiums** (S. 18): Duales Studium mit einer Kombination aus betrieblicher Ausbildung und einem Fernstudium mit praxisnahen und kompakten Präsenzphasen
- **Anerkennung** (S. 14): Akkreditierter und staatlich anerkannter Studiengang sowie Zulassung durch die Staatliche Zentralstelle für Fernunterricht (ZFU)
- **Abschluss** (S. 17): Bachelor of Arts; Studiengang: Sportökonomie
- **Studienstart** (S. 21): Jederzeit möglich
- **Anmeldung** (S. 23): Anmeldeunterlagen finden Sie im letzten Register.
- **Dauer**: 7 Semester/42 Monate mit insgesamt 69 Tagen Präsenzunterricht
- **Studiengebühr** (S. 20): 330 EUR pro Monat
Die Studiengebühren werden in der Regel vom Ausbildungsbetrieb übernommen.
- **Zulassungsvoraussetzungen** (S. 22):
 - Hochschulzugangsberechtigung:
Allgemeine Hochschulreife, Fachhochschulreife – auch mit dem schulischen Teil der Fachhochschulreife ist ein direkter Einstieg möglich, Abschluss als Meister/ Fachwirt, Fachschulabschluss oder Berufsbildungsabschluss oder Antrag und Zulassung als „beruflich besonders qualifizierte Person“ sowie
 - Ausbildungsvertrag mit einem Unternehmen



Ausblick – Dafür studieren Sie

Sport ist heute ein zentraler Wirtschaftsfaktor und stiftet einen hohen volkswirtschaftlichen Nutzen. Die wirtschaftliche Bedeutung der Sportbranche nahm in den letzten Jahren enorm zu. Tendenz weiterhin steigend.

In professionellen Unternehmen der Sportbranche wird deshalb der Bedarf an qualifizierten Mitarbeitern immer größer. Diese Entwicklung ist insbesondere im Non-Profit-Segment wie z. B. in Vereinen oder Verbänden zu erkennen. Der demografische und gesellschaftliche Wandel erfordert vielseitig und interdisziplinär qualifizierte Mitarbeiter. Vereine und Verbände brauchen zukunftsfähige Konzepte, um einerseits Mitglieder zu halten und andererseits neue Mitglieder zu gewinnen. Neue Zielgruppen können über innovative Angebote und Geschäftsmodelle, bspw. aus dem Gesundheitsbereich, angesprochen, integriert und langfristig gebunden werden. Hierzu sind Fachkräfte notwendig, die mit Branchenerfahrung fachlich fundierte, interdisziplinäre und insbesondere auch betriebswirtschaftlich sinnvolle Konzepte und Strategien entwickeln. Außerdem sichern und optimieren sie die finanzielle Basis des Vereins. Der Sportmarkt und die Tätigkeitsfelder sind vielschichtig: Privatpersonen gehen sportlichen Aktivitäten nach, geben Geld für Bewegungs- und Gesundheitsangebote aus (aktiver Sportkonsum), treten aber auch als Nachfrager hinsichtlich Tickets für Sportveranstaltungen und TV-Sportereignisse auf (passiver Sportkonsum). Ergänzend dazu werden neben dem Kernprodukt „Sport“ zahlreiche Dienstleistungen oder Produkte wie Sportbekleidung und Trainingsgeräte angeboten. Unternehmen sponsern Wettkämpfe und Sportmedien berichten darüber. Ein attraktives Arbeitsumfeld mit sehr facettenreichen Möglichkeiten – sowohl in wirtschaftlich ausgerichteten Unternehmen als auch in Non-Profit-Institutionen.

Aufgaben – Berufliches Handlungsfeld

Mit dem Abschluss Bachelor of Arts Sportökonomie werden Sie zielgerichtet für die beruflichen Anforderungen in der Sportbranche qualifiziert. Sie werden befähigt, Institutionen wie z. B. Vereine, Verbände und Unternehmen professionell zu gestalten, zu lenken und zu leiten, um so den Erfolg langfristig zu sichern.

Durch die Kombination von Kompetenzen aus den Bereichen Ökonomie/Management und Gesundheits-/Trainingswissenschaft können Sie einerseits Führungsaufgaben übernehmen und unter Berücksichtigung der branchenspezifischen Besonderheiten strategisch wirken. Andererseits sind Sie auch in der Lage, gesundheitsorientierte Angebote konzeptionell zu erstellen, umzusetzen und in der Praxis anzuleiten, um so neue Kunden zu gewinnen und langfristig zu binden. Zusätzlich können Sie Ihre Organisation gezielt vermarkten und Umsätze generieren, indem Sie z. B. Kooperationen zwischen einem Verein/Verband und Wirtschaftsunternehmen beispielsweise in den Bereichen Sponsoring, Hospitality, Ticketing oder Merchandising herstellen.

Durch Marketing-, Vertriebs- und Controllingprogramme sowie durch eine erfolgreiche Personalpolitik und Ihre Kenntnisse in den sportrechtlichen Besonderheiten schaffen Sie die notwendigen Rahmenbedingungen, um die Institution oder das Unternehmen langfristig erfolgreich auszurichten.

Als Sportökonom analysieren Sie sportliche Entwicklungen sowie Trends und leiten konkrete Strategien und Maßnahmen für den langfristigen Erfolg ab. Das duale Studium ermöglicht einen steten Wissenstransfer der Studieninhalte in die Praxis.



Unternehmen – Hier können Sie arbeiten

Mit dem Abschluss Bachelor of Arts Sportökonomie können Sie z. B. in folgenden Unternehmen, Einrichtungen und Institutionen erfolgreich tätig werden:

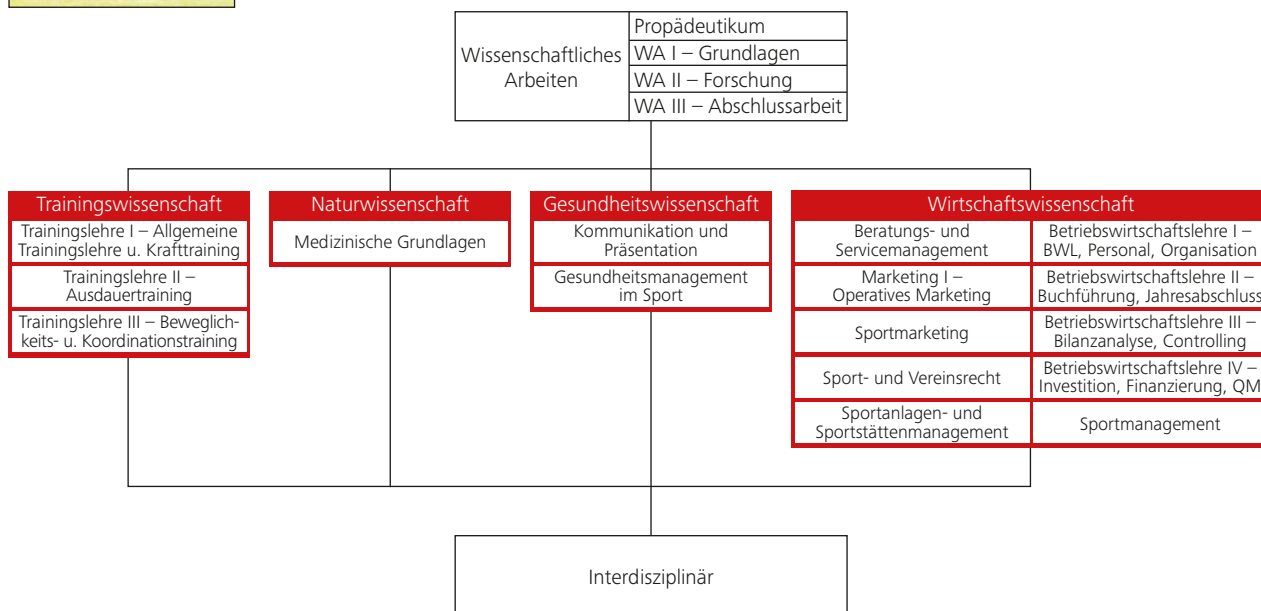
- Vereine, Verbände
- Wirtschaftsunternehmen mit Angeboten zu Prävention/Gesundheitsförderung oder Sport-Sponsoringaktivitäten
- Beratungsunternehmen der Sportbranche wie z. B. Sport-, Event- und Marketingagenturen sowie Marktforschungsinstitute
- Kommerzielle Sportanbieter wie z. B. Fitness- und Gesundheitszentren
- Gesundheitsdienstleister wie z. B. Krankenkassen oder Kommunen
- Sporttourismus wie z. B. Wellnesshotels oder Anbieter von Sport-/Gesundheitsreisen
- Sportartikelhersteller und -vertriebe
- Bildungseinrichtungen mit Schwerpunkt Sport/Gesundheit
- Medien der Fachrichtung Sport/Gesundheit
- Sportverwaltung, -infrastruktur und -politik





Bachelor of Arts Sportökonomie

Der Studiengang qualifiziert für die strategische Führung von Institutionen im Sport wie z. B. Vereine, Verbände, Agenturen, Sportartikelhersteller sowie Fitness- und Gesundheitsunternehmen.



Inhalte – Das lernen Sie im Studium

Der inhaltliche Schwerpunkt des anwendungsorientierten Studiengangs liegt auf der interdisziplinären Verknüpfung und Vernetzung der Sportökonomie und der Wirtschaftswissenschaften mit den Gesundheits- und Trainingswissenschaften.

Volks- und betriebswirtschaftliche Grundlagen werden unter Berücksichtigung der sport- und vereinsrechtlichen Besonderheiten auf die Anforderungen der Sportbranche übertragen. Es werden u. a. die betriebswirtschaftliche Analyse von Kennzahlen und der Aufbau von Controllingssystemen für ein erfolgreiches Management von Sportinstitutionen erarbeitet. Einen weiteren Schwerpunkt bildet das Personalmanagement inkl. Auswahl, Einsatz, Führung und Teamentwicklung. Im Bereich des operativen und strategischen Sportmarketings werden die äußerst relevanten Themen langfristige Marketingplanung, Eventmanagement, Sponsoring, Neuromarketing, Digitalisierung sowie die Vermarktung von Sportanlagen und Sportstätten im Detail behandelt.

Eine Besonderheit des innovativen Ansatzes im Studiengang Sportökonomie liegt in den Trainings- und Gesundheitswissenschaften. Hier umfassen die praxisnahen Studieninhalte gesundheitsorientiertes Kraft-, Ausdauer-, Beweglichkeits- und Koordinationstraining. Darüber hinaus können Sie nicht nur strategisch tätig werden, sondern auch Konzepte, Strategien sowie gesundheitsorientierte Programme entwickeln, umsetzen und anleiten. Nicht nur bestehende Kontakte zu Vereinsmitgliedern werden so langfristig gehalten, sondern auch neue Zielgruppen angesprochen. Zusätzlich können Gesundheitsmanagementprogramme entwickelt, umgesetzt und evaluiert werden. Kompetenzen in Kommunikation, Präsentation, Service und Beratung runden Ihre Qualifikation als zukünftige Führungskraft ab. Die Wissens- und Transfervermittlung erfolgt praxisnah und interdisziplinär. So ist eine direkte Übertragung der wissenschaftlich fundierten Inhalte in die betriebliche Praxis möglich.

Tätigkeiten – Das können Sie umsetzen

Durch den Studiengang Bachelor of Arts Sportökonomie qualifizieren Sie sich für die Übernahme folgender Tätigkeiten:

- Sie erwerben umfassende interdisziplinäre Kompetenzen und qualifizieren sich dadurch zur **professionellen Fach- und Führungskraft**, um so den Unternehmenserfolg nachhaltig zu sichern.
- Sie sind durch Ihre Kenntnisse im Rechnungswesen in der Lage, Buchhaltungs- und Jahresabschlussdaten zu analysieren sowie **Rentabilitätsprognosen** zu erstellen, um so optimale **betriebswirtschaftliche Entscheidungen** zu treffen.
- Sie erwerben Kompetenzen im Personalmanagement und sind durch eine geeignete **Personalplanung, Teambildung und -entwicklung sowie eine adäquate Personalführung** in der Lage, Führungspositionen auszufüllen, um den Erfolgsfaktor „Personal“ für Ihr Unternehmen langfristig zu sichern.
- Sie erlangen Fähigkeiten, **Markt- und Mitbewerberanalysen** durchzuführen, um Ihre Sportorganisation und deren Produkte/Dienstleistungen im Wettbewerb optimal zu positionieren.
- Sie sind in der Lage, individuelle und **strategische Marketingaktionen** und **Events** zu konzipieren, zu planen und durchzuführen, um Neukunden zu gewinnen und zusätzliche Umsätze zu generieren.
- Sie erwerben Kompetenzen im Sportmarketing sowie im Management und in der Vermarktung von Sportanlagen und Sportstätten, um **durch individuelle Marketing- und Sponsoringprogramme zusätzliche Einnahmen zu generieren**.
- Sie verfügen über Fachwissen in den Bereichen **Organisation** und **Qualitätsmanagement**, um mit effizientem Prozessmanagement die betrieblichen Abläufe ökonomisch zu gestalten.
- Sie erwerben Fähigkeiten im Bereich **Qualitätszertifizierung**, womit Sie **qualitätsgesicherte Angebote und Dienstleistungen** am Markt anbieten können (DIN-konform).
- Sie erwerben Kompetenzen im **Sport- und Vereinsrecht**, mit denen Sie rechtliche Problematiken inkl. Haftungsrisiken erkennen und einordnen können.
- Mithilfe Ihrer Kompetenzen in **gesundheitsorientiertem Kraft-, Ausdauer-, Beweglichkeits- und Koordinationstraining** können Sie kundenadäquate Trainingsbetreuungskonzepte planen, anleiten sowie Erfolge dokumentieren, um eine optimale Kundenbetreuung zu gewährleisten.
- Ihr Handlungswissen im Bereich Gesundheitsmanagement befähigt Sie zur systematischen Entwicklung, Planung, Durchführung, **Steuerung und Evaluation von gesundheitsfördernden Angeboten** in Einrichtungen des organisierten Sports, um neue Zielgruppen anzusprechen und zu gewinnen.
- Sie sind in der Lage, **innovative Marketingkonzepte unter Berücksichtigung aktueller Trends** wie beispielsweise Neuromarketing und Digitalisierung für die Sportbranche zu planen, durchzuführen und zu betreuen.
- Sie erwerben Sozialkompetenzen bspw. durch entsprechende **Kommunikations- und Präsentationstechniken**, um so die Bereiche Service, Beschwerdemanagement, Kundenberatung, Mitarbeiterführung und Mitarbeiterschulungen dienstleistungsorientiert zu gestalten.





Studienverlaufsplan

Bachelor of Arts Sportökonomie

	Studienmodul	ECTS-Punkte	Präsenztage	Prüfungsleistung
1. + 2. Semester	Propädeutikum – Einführung in das duale Studium an der DHfPG	5	2	-
	Wissenschaftliches Arbeiten I – Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens	5	2	-
	Medizinische Grundlagen	10	3	KL
	Beratungs- und Servicemanagement	10	3	KL
	Betriebswirtschaftslehre I – BWL, Personal, Organisation	10	4	KL
	Sportmanagement	10	4	KL
	Trainingslehre I – Allgemeine Trainingslehre und Krafttraining	10	4	EA
Gesamt	60	22		
3. + 4. Semester	Betriebswirtschaftslehre II – Buchführung und Jahresabschluss	10	3	KL
	Marketing I – Operatives Marketing	10	3	KL
	Trainingslehre II – Ausdauertraining	10	3	EA
	Kommunikation und Präsentation	10	3	PRÄ
	Sportmarketing	10	4	EA
	Wissenschaftliches Arbeiten II – Forschungsseminar	10	3	PRO
Gesamt	60	19		
5. + 6. Semester	Betriebswirtschaftslehre III – Bilanzanalyse und Controlling	10	4	EA
	Sport- und Vereinsrecht	10	3	KL
	Trainingslehre III – Beweglichkeits- und Koordinationstraining	10	3	EA
	Gesundheitsmanagement im Sport	10	4	EA
	Betriebswirtschaftslehre IV – Investition, Finanzierung, Qualitätsmanagement	10	3	EA
	Sportanlagen- und Sportstättenmanagement	10	4	EA
Gesamt	60	21		
7. Semester	Wissenschaftliches Arbeiten III – Vorbereitung auf die Abschlussarbeit	6	2	-
	Bachelor-Thesis	12	-	TH
	Interdisziplinär	12	5	PRO
	Gesamt	30	7	
Gesamtstudium		210	69	

EA = Einsendeaufgabe
HA = Hausarbeit

KL = Klausur
LP = Lehrprobe

PG = Prüfungsgespräch
PRÄ = Präsentation

PRO = Projektarbeit
TH = Thesis