

Forum

GERHARD TROSIEN

Herausforderungen für Sportmanagement

Zum 7. Heidelberger Sportbusiness Forum kamen am 8. Mai 2003 über 400 Teilnehmer in die Weinheimer Stadthalle. Ausgangspunkt war die Frage „Läuft Sportmanagement ins Abseits?“. Die zunächst ungünstig scheinenden Assoziationen der Fragestellung hatten sowohl Neugier hervorgerufen als auch Überraschung ausgelöst. War doch gemeinhin davon ausgegangen worden, dass die Karriere des Begriffs „Sportmanagement“ auf konkreten und gesicherten Erkenntnissen beruhte.

Die Eingangsreferate von Klaus Zieschang (Universität Bayreuth) und James Santomier (Sacred Heart University Fairfield/USA) zeigten allerdings fundiert auf, dass die Reichweite und das generelle Verständnis darüber, was Sportmanagement bedeutet, als sehr „offen“ zu interpretieren ist. Gerade Klaus Zieschang wies mit der Erfahrung des Bayreuther Studiengangs „Sportökonomie“ mit dem Diplom-Abschluss auf die vielfältigen Ansätze hin, die den akademischen Studien zugrunde liegen. Neben den Vorreitern aus Bayreuth (seit 1985) und Köln (erster sportwissenschaftlicher Lehrstuhl für Sportökonomie 1995) sind mehr und mehr Hochschul-einrichtungen hinzu gestoßen und haben Studienangebote für Sportökonomie bzw. für Sportmanagement aufgenommen. Dabei wenden sie zumeist das Y-Modell an, welches diese Schwerpunkte nach dem Grundstudium eröffnet. Diese Variante wird vor allem von sportwissenschaftlichen Hochschuleinrichtungen genutzt. Daneben sind jedoch auch Studienangebote entstanden, die vor wirtschaftswissenschaftlichem Hintergrund Sportmanagement anbieten. Damit sind vor allem die Studienschwerpunkte gemeint, die in Fachhochschulen studiert werden können. Neben den Studienorten Remagen, Wolfenbüttel und Heilbronn ist darin auch Heidelberg eingeschlossen; an letzterem trägt eine privatwirtschaftliche Institution die Verantwortung für die durchgängige, dreijährige Ausbildung zum Studienschwerpunkt Sportmanagement innerhalb des Studiengangs Betriebswirtschaft. Prof. Santomier wies darüber hinaus auf den Beginn der Studiengänge in den USA hin, die an der Ohio University 1966 ihren Start hatten. Entsprechend der Vielfalt der Ansätze und Ausbildungen sind sowohl die Berufsbilder als auch die Berufsfelder breit gestreut. Die folgenden Einsatzbereiche werden in Bayreuth und Köln ausgewiesen:

„Die Bayreuther ‚Spökos‘ haben attraktive berufliche Perspektiven – besonders in der Freizeit- und Sportindustrie, bei kommerziellen Sportanbietern, im Sportartikelhandel, bei Profiabteilungen von Sportverbänden und -vereinen, in der öffentlichen Sportverwaltung (Kommunen), der Sporttouristik oder auch im Gesundheitswesen“ (Homepage, im Sommer 2003).

Die Deutsche Sporthochschule Köln und ihr „Institut für Sportökonomie und Sportmanagement“, die unter dem Abschluss „Diplom-Sportwissenschaft“ ab dem 5. Se-

mester entsprechende Vertiefungen anbieten, haben folgende Berufsfelder identifiziert:

„Sportmanager/in in Vereinen, Verbänden, staatlichen Institutionen; Sportökonom/in in Sportmarketing- und Werbeunternehmen, in Sportartikelherstellung und -handel, Betreiber/in von Fitness-, Freizeit- und anderen Sporteinrichtungen“ (Homepage, im Sommer 2003).

Diesem Tätigkeitsbündel entsprechend hatte das Heidelberger Sportbusiness Forum Referenten geladen, um über Schwerpunkte der Branchen bzw. Berufe zu informieren. Zunächst wurde Dieter Meinhold (Vorstandsmitglied des Fußballbundesligisten VfL Bochum) befragt und zwar von zwei Studierenden aus dem einen Träger der Veranstaltung – dem Fachbereich Wirtschaft der Fachhochschule – und dem Mit-Träger – dem Institut für Sport und Sportwissenschaft der Universität Heidelberg. Meinhold charakterisiert nach Auffassung der Veranstalter den „neuen“ Typus eines Sportmanagers – akademisch ausgebildet und einsetzbar in allen Sektoren der Sportbranche. Ablesbar an dessen persönlichem Werdegang bei einem Sportamt, bei einem Spitzensportverband bzw. dessen Marketingtochter, bei einem Unternehmen mit speziellem Sportsponsoring sowie bei Sportklubs mit hauptamtlicher Führung. Dieser Karriere in Deutschland fehlt bei allen internationalen Kontakten in diesen Sektoren allein noch die Sportmanagementtätigkeit im Ausland!

Somit hatten Ausbildung und Berufsfelder ihre Grundlagen erfahren, die anschließend durch Vorträge über einzelne Sektoren vertieft wurden. Die Arbeitsmärkte in Sportvereinen und Sportverbänden wurden durch den Präsidenten des zweitgrößten Sportverbandes in Deutschland, Rainer Brechtken vom Deutschen Turnerbund, vorgestellt; für die Sportartikelindustrie hielt vertretungshalber das Referat Dr. M. Dominik für den eingeladenen Präsidenten des Bundesverbandes der deutschen Sportartikelindustrie (BSI), Ernst-Albert Holzappel. Interessant ist festzuhalten, dass beide Vorträge wenig über quantitative Entwicklungen aussagten. Während es überrascht, dass der BSI offensichtlich über keine Sport-Arbeitsmarktdaten verfügt (ungefähr 130.000 Arbeitsplätze sollen es in der heimischen Sportindustrie sein), war es erstaunlich, dass die älteren und jüngeren Sportvereins-Beschäftigten nicht übersichtlicher präsentiert wurden. Neben den älteren FISAS-Analysen (1991 und 1996) sind das insbesondere Untersuchungen von Weber et al., Cachay et al. und anderen, sowie die jüngeren Regionaluntersuchungen in Württemberg und Baden (Nord), die aktuelle Informationen über Sportbeschäftigten enthalten. Während Heinemann und Schubert (1994, S. 243) für 1991 mit ca. 6.000 Vollzeit- bzw. Halbzzeitkräften feststellten: „Sportvereine stellen also keinen besonders ergiebigen Arbeitsmarkt dar“, schätzten Emrich et al. (2000, S. 59)

auf der Grundlage der FISAS 1996 die Gesamtzahl hauptamtlicher Mitarbeiter in den Sportvereinen auf 27.135 (Mittelwert). Da in beide Angaben neben Verwaltung/Management auch Trainings- und Wartungsstellen einfließen und das „Schwergewicht der Verberuflichung (...) ohne Zweifel bei den Mitarbeitern im Bereich Training/Betreuung (liegt)“ (Heinemann und Schubert, 1994, S. 247), dürfte der Zuwachs auch zwischen 1991 und 1996 an Verwaltungspersonal in den Sportvereinen Deutschlands eher gering ausgefallen sein. Bestätigungen bzw. Bezüge zur aktuellen Situation liefern die Regionaluntersuchungen von Cachay et al. (Nordrhein-Westfalen, 2001) und Gabler et al. (Württemberg, 2002, und Baden-Nord, 2003).

Ergänzend zu diesen Schwerpunkten waren Vertreter weiterer Sportbereiche geladen, die unter der Moderation von Marco Klewenhagen von SPONSORS (selbst ein Bayreuther Spöko) Hinweise gaben über Arbeitschancen sowie Arbeitsvoraussetzungen; ja, bis hin zu Einkommenserwartungen wurden Überblicke vermittelt. Till Krämer von Sport-Job war geladen, um Fragen der Vermittlung von Sportmanagern grundsätzlich zu erläutern; Hagen Wingertszahl nahm auf den Fitness-Markt Bezug und insbesondere auf die von ihm vertretene Kette „Fitness Company“; Martin Wehrle ging auf den Sportagenturmarkt ein mit konkreten Angaben über SPORTFIVE und Thomas Medau von Sport1.de machte Aussagen über die kriselnde Arbeitsmarktlage in den Sportmedien seit der Insolvenz der Kirch-Gruppe.

6. SPONSORS^S Nachwuchspreis

Im Rahmen des 7. Heidelberger Sportbusiness-Forums wurde zum sechsten Mal der SPONSORS Nachwuchspreis für Abschlussarbeiten aus dem Bereich der Sportökonomie verliehen. Auch in diesem Jahr hatten sich wieder viele Absolventen um den mit insgesamt 2.750 € dotierten Förderpreis beworben.

Der 1. Platz wurde diesmal nach München vergeben: „Sport als Wirtschaftsfaktor? Kann ein Fußballverein wie der FC Bayern München positive wirtschaftliche Impulse für eine Region setzen?“ – diese Frage stellte Donald SCHOLZ (FH München) in seiner Diplomarbeit. Den 2. Platz belegte Jan HORSTMANN (FH Heidelberg) mit seiner Studie zum Regionalsponsoring, den 3. Platz Christoph FISCHER (Deutsche Sporthochschule Köln) mit seiner Arbeit zum Ligasponsoring im Profifußball.



Die Gewinner (v.l.): Donald Scholz (1.), Jan Horstmann (2.), Christoph Fischer (3.)
Foto: SPONSORS

Übereinstimmend brachten die Gesprächsrunden zum Ausdruck, dass zwar Arbeitsmarktpotenziale vorhanden sind, dass aber ohne Qualifikationen kaum Einstiege gelingen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass Sportökonom und Sportmanager wegen der Offenheit der Sportarbeitsmärkte durchaus und täglich mit Absolventen anderer Studienabschlüsse konkurrieren. Um sich auf diese Situation einzustellen, rieten die meisten Referenten durchgängig zu – unter Umständen auch mehreren – Praktikumserfahrungen. Dass Flexibilität ebenfalls genannt wurde, braucht an dieser Stelle kaum sonderlich hervorgehoben werden.

Als Fazit kann festgehalten werden, dass vielfältige Chancen vorhanden sind, so dass Sportmanagement weder seitens der Ausbildung noch seitens der Arbeit „ins Abseits“ führen muss. Es erfordert jedoch von allen Seiten erhebliche Anstrengungen, damit nicht die Risiken über Hand nehmen. Das Theoriedefizit macht sich bei den Bemühungen, adäquate Antworten zu formulieren, nachteilig bemerkbar: Weder sind Sportbetriebswirtschaftslehren oder eine „allgemeine Sportwirtschaftslehre“ (Trosien, 2000, S. 297f.) über rudimentäre Ansätze hinausgekommen, noch sind die Begriffe „Sportarbeitswissenschaft“ (Trosien, 1995) aufgegriffen oder „Sportmanagementlehre“ eingeführt worden. Entsprechende Vorschläge oder Entwürfe in Verbindung mit ihren konkreten Auswirkungen für Ausbildung und Arbeit haben die anwesenden Teilnehmer des 7. Heidelberger Sportbusiness Forums erkennbar interessiert; die Herausforderungen sollten insbesondere auf den Angebotsseiten nicht übersehen werden.

Literatur

- Cachay, K., Thiel, A. & Meier, H. (2001). *Der organisierte Sport als Arbeitsmarkt*. Schorndorf: Hofmann.
- Deutsche Sporthochschule Köln (2003). *Homepage*. Zugriff unter <http://www.dshs-koeln.de>.
- Emrich, E., Pitsch, W. & Papatthanassiou, V. (2000). Zur wirtschaftlichen Lage der Sportvereine in Deutschland. In G. Trosien (Hrsg.), *Die Sportbranche* (3. Aufl.) (S. 31-61). Frankfurt/Main: Campus.
- Emrich, E., Pitsch, W. & Papatthanassiou, V. (2001). *Die Sportvereine*. Schorndorf: Hofmann.
- Gabler, H., Conzelmann, A. & Nagel, S. (2002). *Die WLSB-Vereinsstudie 2002*. Zugriff unter <http://www.wlsb.de/pdf/service/Vereinstudie.pdf>.
- Gabler, H., Conzelmann, A., Mauch, M. & Nagel, S. (2003). *Die BSB-Vereinsstudie 2003*. Zugriff unter ftp://www.sport-in-bw.de/bsb/formular/pdf/BSB_Vereinsstudie_2003_2.pdf.
- Heinemann, K. & Schubert, M. (1994). *Der Sportverein*. Schorndorf: Hofmann.
- Trosien, G. (1995). Sport und Ökonomie – Noch immer ein Theoriefeld in Entwicklung. *dvs-Informationen*, 10 (3), 20-23.
- Trosien, G. (2000). Sportbranche, Markt und Wettbewerb. „Aufbruch zu neuen Ufern?“ In G. Trosien (Hrsg.), *Die Sportbranche* (S. 293-312). Frankfurt/Main: Campus.
- Universität Bayreuth (2003). *Homepage*. Zugriff unter <http://www.uni-bayreuth.de>
- Weber, W., Schnieder, C. Kortlüke, N. & Horak, B. (1995). *Die wirtschaftliche Bedeutung des Sports*. Schorndorf: Hofmann.

Prof. Dr. Gerhard Trosien
Fachhochschule Heidelberg
Studiengang Sportmanagement
Maaßstr. 32/1
69123 Heidelberg
eMail: gerhard.trosien@fh-heidelberg.de