



seit 1558

Seminar Management von Sportorganisationen I (SoSe 2018)

Dozent: Jeremias Kümpel
E-Mail: jeremias.kuempel@uni-jena.de

Mo. 10:30-12:00 Uhr

Inhalt

1. Termine
2. Organisatorische Hinweise
3. Ergänzung
 - Beispiel Borussia Dortmund
4. Klausurschwerpunkte „Strategisches Management in Sportorganisationen“



1. Termine

- **Mo. 10:30 bis 12:00 Uhr (HS E017)**
 - 09.04.2018 Einführung
 - **23.04.2018 Thema I**
 - 07.05.2018 Thema II
 - 14.05.2018 Thema III
 - 28.05.2018 Thema IV
 - 04.06.2018 Thema V
 - Thema VI
 - 11.06.2018 Thema VII
 - Thema VIII
 - 18.06.2018 Thema IX
 - 25.06.2018 Thema X
 - 09.07.2018 Klausur (08:30 Uhr)
 - 30.08.2018 Nachklausur (08:30 Uhr)
- Die Anmeldung zu den beiden Prüfungsleistungen nicht vergessen!



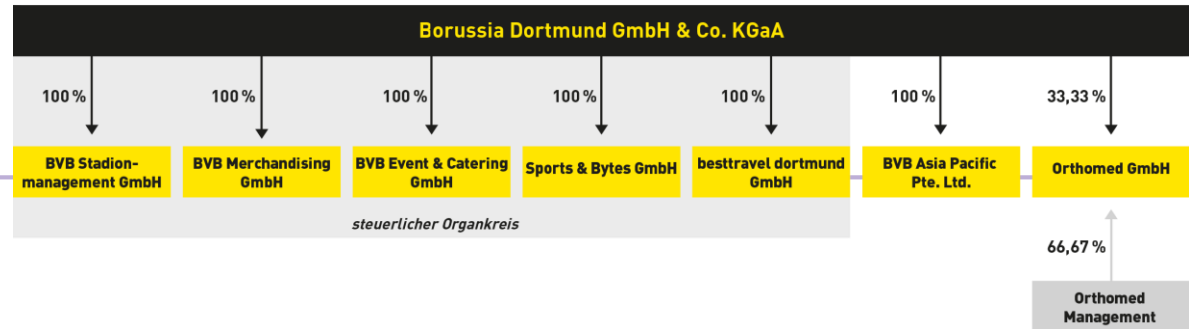
2. Organisatorische Hinweise

Ausgestaltung des Referats:

- 45 Minuten für Präsentation + 15 Minuten interaktiver Teil / Diskussion
- Erstellen eines Handouts zum Referat
- Absprache des Handouts/ der Präsentation eine Woche vorher
- Abgabe der Unterlagen (**Handout und Präsentation**) per E-Mail bis spätestens Donnerstag 12:00 Uhr



Ergänzung



Strategische Ziele

Borussia Dortmund verfolgt das strategische Ziel, sich langfristig als modernes "Fußball"-Unternehmen zu positionieren und in der Spitzengruppe der Bundesliga zu etablieren. Borussia Dortmund lässt sich in all seinem Handeln von der Maxime leiten, den sportlichen Erfolg zu maximieren, ohne dabei neue Finanzschulden aufzubauen. Dieser strategischen Zielsetzung folgend sind wir stets bestrebt, im Wege der professionellen Rechtevermarktung den Umsatz und das Geschäftsergebnis und damit den Wert der Gesellschaft nachhaltig zu steigern. Hierbei ist sich die Geschäftsführung ihrer sozialen Verantwortung gegenüber den Fans, Vereinsmitgliedern, der Stadt Dortmund und der Region bewusst. Mit dem alleinigen Vermarktungsrecht am "Signal Iduna Park", der strategischen Steuerung der Marke "BVB" sowie der Weiterentwicklung fußballnaher Geschäftsfelder wurde das wirtschaftliche Fundament hierfür erweitert und gestärkt. Das Kerngeschäft wird dabei auch künftig der Profifußball mit seinen klassischen Einnahmesäulen "Spielbetrieb, TV-Vermarktung, Werbung, Handel und Transfers" bilden. Diese Zielvorgaben dienen als Grundlage für die Führung des Unternehmens.

Wesentlicher Baustein der strategischen Ausrichtung ist das von Borussia Dortmund definierte Nachwuchskonzept. Dabei geht es im Kern darum, den Nachwuchs für eine starke Profimannschaft, die den hohen sportlichen Ansprüchen von Borussia Dortmund genügt, aufzubauen und zu entwickeln. Borussia Dortmund ist sich dabei bewusst, dass angesichts teilweise wesentlich besserer finanzieller Möglichkeiten nationaler und internationaler Wettbewerber ein hohes Maß an Professionalität und Kreativität erforderlich ist, um diese Zielsetzungen zu erreichen. Unsere Philosophie sieht deshalb eine enge Verzahnung von Jugend, Amateuren und Profis vor. Mit Hilfe ausgezeichneter Rahmenbedingungen, z.B. mit einem modernen Trainingszentrum und mit der "BVB-Akademie", fördern und entwickeln wir junge und hochtalentierte Spieler. Um diese Spieler für den BVB zu gewinnen, bedienen wir uns eines modernen, professionell ausgerichteten und weltweit operierenden "Scoutings". In Konsequenz dessen spielt Borussia Dortmund heute und in Zukunft mit einem sehr jungen Bundesligakader. Dieser Weg, den wir seit mehreren Jahren sehr konsequent gehen und den es weiter zu entwickeln gilt, hebt uns von vielen anderen Wettbewerbern ab. Die Platzierungen der letzten Jahre zeigen indes, dass wir den richtigen Kurs eingeschlagen haben.



Strategie & "Upside Potentials" Borussia Dortmund

Die gegenwärtige **Strategie** kann vorrangig wie folgt umrissen werden:

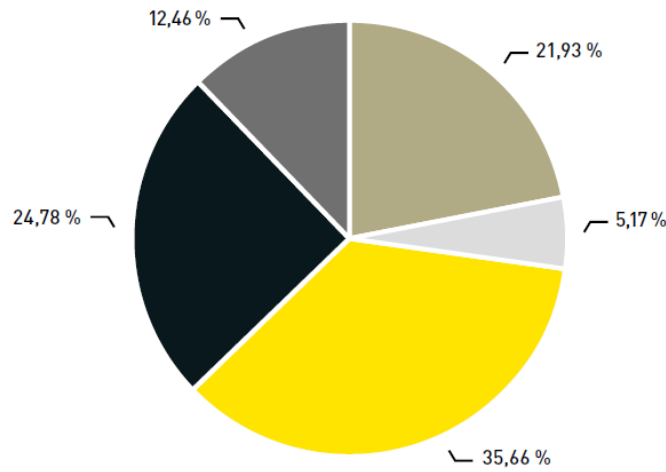
- Nachhaltige Justierung der sportlichen Perspektiven / Intensivierung der Nachwuchsförderung
- Einbindung der Fans
- Nutzung der Marke "Borussia Dortmund"
- Weitere sukzessive Verbesserung der Finanzstruktur
- Nachhaltige Kapitalmarktkommunikation

Die gegenwärtigen "**Upside Potentials**" können vorrangig wie folgt beschrieben werden:

- (Folge-)Qualifikation für die UEFA Champions League / UEFA Europa League
- Realisierung von Transfererlösen
- Erfolg in nationalen Wettbewerb "DFB-Pokal"
- Austragung von Länderspielen im Signal Iduna Park
- Ausbau Werbe- und VIP-Hospitality-Vermarktung
- Steigerung des Merchandising-Umsatzes

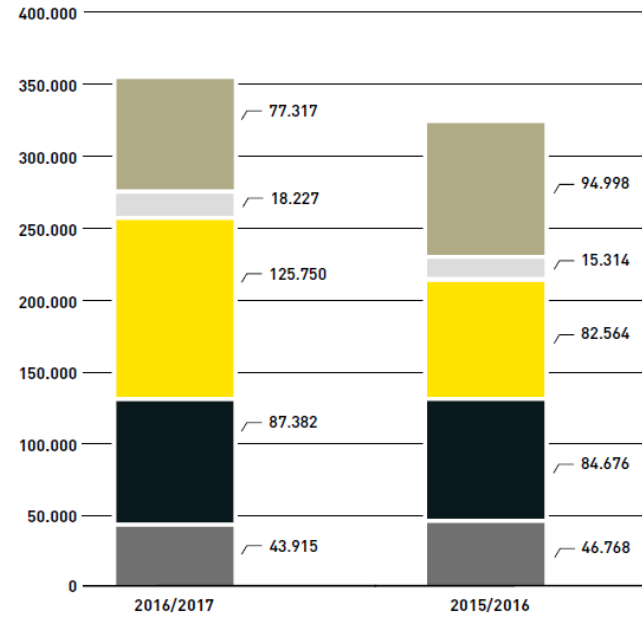


Umsatzerlöse in Prozent



- Transfersgeschäfte
- Conference, Catering, Sonstige
- TV-Vermarktung
- Werbung
- Spielbetrieb

Umsatzerlöse in TEUR



- Transfersgeschäfte
- Conference, Catering, Sonstige
- TV-Vermarktung
- Werbung
- Spielbetrieb



Bewertung

▪ Saison 2017/18

- Aussicht auf das Erreichen der CL
- CL-Gruppenphase Platz 3
- UEFA Europa League im Achtelfinale ausgeschieden
- DFB Pokal 3. Runde ausgeschieden
- Dortmund II in Regionalliga Platz 4
- Junioren Bundesliga West U-19 auf Platz 2

▪ Geschäftsjahr 2016/17

- Konzernumsatz konnte um 7,8% auf Rekordumsatz von 405,7 Mio. gesteigert werden
- 8,2 Mio. Gewinn



4. Klausurschwerpunkte

- Definitionen
 - Strategie
 - Sportorganisationen
- Arten von Strategien
 - Profit und Non-Profit
 - Mintzberg´s 5P
- Führung
 - Institution und Funktion
 - Aufgabenfelder und Ebenen
- Strategischer Planungsprozess
- Besonderheiten des strategischen Managements im Sport



Seminarthemen

	Themen
I	Strategisches Management in Sportorganisationen
II	Globale Umweltanalyse (PESTEL-Framework) am Beispiel Jena
III	Branchenstrukturanalyse nach Porter am Beispiel des Golfmarktes
IV	Stärken und Schwächenanalyse – SWOT-Analyse am Beispiel eines ausgewählten Sportvereins
V	Portfolioanalyse mit der BCG-Matrix – Vergleich zwischen Mehrsparten-Sportverein und Fitnessstudio
VI	Wertkettenanalyse – Vergleich Sportartikelhersteller, Sportartikelverkäufer und Teamsportunternehmen
VII	Stakeholderanalyse Vergleich zwischen Fitnessstudio und Sportverein
VIII	Strategisches Kundenmanagement im Gesundheitssport – Die Gruppe der Best Ager (50+)
IX	Qualitätsmanagement im Sport am Beispiel des Gesundheitssports
X	Strategien für spezielle Situationen: Krisen- und Risikomanagement im Sport



Fragen

- Gibt es noch Fragen?

Jeremias Kümpel

Büro: E002

Sprechzeiten: nach Vereinbarung

E-Mail: jeremias.kuempel@uni-jena.de

