

Aufstrebendes Ausbildungsinstitut

body LIFE-Unternehmensreport: Deutsche Sportakademie



Die Mitarbeiter der Deutschen Sportakademie in Köln

Die Deutsche Sportakademie bietet seit dem vergangenen Jahr Aus- und Weiterbildungen für den Fitnessmarkt an. Die Kurse liefen sehr gut an, jetzt wird das Angebot erweitert. Hervorzuheben ist insbesondere das innovative Lernsystem der Sportakademie.

Der Startschuss für die ersten Aus- und Weiterbildungen der Deutschen Sportakademie für den Fitnessmarkt fiel im vergangenen Oktober. Die Konkurrenz in diesem Sektor ist groß und es war nicht abzusehen, wie die Resonanz ausfallen würde. „Unsere Erwartungen wurden vollends übertroffen“, freut sich Uta Klink, Pressereferentin der Deutschen Sportakademie. Die Ausbildung zum „Sport- und Fitnesstrainer“ war ausgebucht. Schon jetzt steht fest, dass die Trainerausbildung alle zwei Monate beginnt und nicht, wie ursprünglich geplant, halbjährlich.

Genügend Expertise

Die Geschäftsführer Merle Losem und Mirco Fretter gründeten 2010 die Deutsche Sportakademie. Das Herz der beiden Geschäftsführer für den Mannschaftssport war der Grund dafür, dass der Fokus zu Beginn auf dem Sportmanagement lag. Komplettiert wurde das Angebot von den Kursen Ernährungsberater sowie Betriebliches Gesundheitsmanagement. Nachdem diese Bereiche erfolgreich etabliert waren, folgten als nächstes Ziel die Zukunftsthemen „Fitness“ und „Gesundheit“. Durch die vorherige Tätigkeit im Fitnessmarkt war bei

den Geschäftsführern ausreichend Expertise vorhanden, um diesen Schritt zu wagen. Die Überlegung war: Was kann in der Umsetzung sowie im Angebot noch optimiert werden? „Für Clubbetreiber wird es immer entscheidender, die Qualität des eigenen Angebotes durch topqualifizierte Mitarbeiter mit aktuellem Trainingswissen zu sichern und sich damit gegenüber der Konkurrenz zu behaupten“, erläutert Merle Losem die Vorteile der individuellen Mitarbeiterweiterbildungsprogramme für Clubbetreiber. So ging die Akademie im Oktober 2017 mit den Kursen „Sport- und Fitnesstrainer“, „Fitnesstrainer B-Lizenz“, „Cardiotrainer A-Lizenz“, „Functional Fitnesstrainer A-Lizenz“ und „Präventionstrainer A-Lizenz“ an den Markt.

Die Grundlage der verschiedenen Aus- und Weiterbildungen ist das eigens entwickelte Lernsystem „Flexuc@te“,

Infos zur Deutschen Sportakademie

- **Standort:**
Köln
- **Gründungsjahr:**
2010
- **Geschäftsführer:**
Merle Losem und Mirco Fretter
- **Mitarbeiterzahl:**
20 festangestellte Mitarbeiter sowie 50 Dozenten, Referenten und Autoren
- **Spezialisiert auf:**
Aus- und Weiterbildungen im Sport-, Fitness- und Gesundheitsmarkt
- **Website:**
www.deutschesportakademie.de



Irina Luxem und Uta Klink von der Deutschen Sportakademie, umrahmt von den body LIFE-Mitarbeitern Max Fischer und Isabell Prokscha

das für „flexible education“ steht. Das innovative Lernsystem beinhaltet unter anderem den individuellen Studienablauf, bietet zeit- und ortsunabhängiges Lernen, einen anerkannten Abschluss, branchenbekannte und prominente Dozenten und Fachbeiratsmitglieder, wie beispielsweise den ehemaligen Handballnationalspieler Frank von Behren, sowie Studentutoren.

Persönliche Betreuung

Während der ganzen Weiterbildung stehen den Teilnehmern persönliche Studentutoren zur Seite. Miriam Müller und Michael Weber sind Experten aus der Sport- und Fitnessbranche und können die Weiterbildenden zu allen Fragen des Studiums beraten.

Wegen der Philosophie des familiären und persönlichen Austausches sind für die Deutsche Sportakademie Präsenzphasen neben vielfältigen flexiblen Online-Lernmedien wichtig. „Wir legen besonderen Wert auf einen engen, persönlichen Kontakt zu unseren Studierenden. In interaktiven Webinaren, auf der Lernplattform und in Online-Lerngruppen lernen die Teilnehmer die Dozenten und ihre Kommilitonen bereits kennen. Der Austausch vertieft sich

dann aber nochmal viel intensiver in den Präsenzseminaren und Workshops“, erläutert Uta Klink.

Während den Ausbildungen setzt die Sportakademie auf das sogenannte Web Based Training (WBT). Das sind multimediale Lernprogramme, die über das Internet angeboten werden. Die WBTs basieren auf dem Gamification-Trend, bei dem das Lernen spielerisch erfolgt. So werden beispielsweise bestimmte Inhalte in Form eines Quiz abgefragt. „Die WBTs kommen sehr gut an und bieten eine wunderbare Ergänzung zu den klassischen Studienbriefen“, erzählt Irina Luxem, Marketing Managerin der Deutschen Sportakademie.

Arbeit mit Influencern

„Bei der Akquise von potenziellen Auszubildenden ist der Online-Bereich mittlerweile ein Kerngeschäft von uns“, berichtet Irina Luxem. Einen besonderen Fokus legt die Deutsche Sportakademie dabei auch auf das soziale Netzwerk Instagram. Hierbei wird unter anderem mit verschiedenen Bloggern zusammengearbeitet, wie beispielsweise Franziska Meyer, die selbst die Ausbildung zur Ernährungsberaterin an der Sportakademie absolviert.

Ausweitung des Angebotes

Sobald die ersten Teilnehmer ihre Aus- und Weiterbildungen abgeschlossen haben, wird ein Absolventenbericht erscheinen, um den Austausch zwischen Abgängern und Interessenten zu ermöglichen. Zudem möchte die Sportakademie ihr Angebot erweitern. Neue Ausbildungen sind beispielsweise im Bereich des Personal Trainings in Planung. „Natürlich reagieren wir auf die aktuellen Trends des boomenden Fitnessmarktes und freuen uns somit noch dieses Jahr auf die Ausweitung unseres Weiterbildungsprogramms“, sagt Geschäftsführerin Merle Losem.

Max Fischer



Miriam Müller und Michael Weber legen Wert auf die persönliche Betreuung