

# Weiterbildung im Sportbusiness

Gerade im schnelllebigen Sportbusiness ist es essenziell, sich mit aktuellen Trends auseinanderzusetzen und erlerntes Wissen zu vertiefen. Auch Quereinsteiger können von vielfältigen Weiterbildungsangeboten profitieren.

**E**ine berufliche Weiterbildung öffnet Türen und hilft, am Puls der Zeit zu bleiben. In erster Linie dient sie dazu, Erfahrungen aus vorangegangenen Bildungsphasen zu vertiefen, sich Spezialwissen anzueignen, aktuelle Branchentrends zu verinnerlichen oder als Quereinsteiger Fuß zu fassen.

Wie wichtig es ist, Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen wahrzunehmen, zeigt der „Trendmonitor Weiterbildung 2018“ des Stifterverbands, der HHL Leipzig School of Management und der E-Learning-Plattform Lecturio: 98% der 157 befragten Unternehmen gaben an, dass Weiterbildung wichtig für den langfristigen Unternehmenserfolg sei – 70% antizipieren sogar eine weitere Steigerung des Stellenwerts betrieblicher Weiterbildung in den kommenden Jahren. „Zudem darf nicht vergessen werden, dass Weiterbildungen auch ein elementarer Bestandteil der Mitarbeiterbindung sind. Wer seine Mitarbeiter langfristig binden kann, profitiert von einem enormen Wissensstand, der dem Unternehmen erhalten bleibt“, so

Irina Luxem, Marketing & Sales Managerin der Deutschen Sportakademie. Auch Anselm Kühle, Fachbereichsleiter Aus- und Weiterbildung am Internationalen Fußball Institut, sieht den Mehrwert für Arbeitgeber vor allem darin, dass „zufriedene Mitarbeiter nicht nur seltener ein Unternehmen verlassen werden, sondern vor allem kompetente Mitarbeiter mittelfristig zur internen und externen Weiterentwicklung des Unternehmens führen werden.“

Auch Arbeitnehmer haben den Wert einer berufsbegleitenden Weiterbildung längst erkannt: Einer im Auftrag der Haufe Akademie durchgeführten Forsa-Umfrage zufolge gaben rund 60% der befragten Erwerbstätigen (in der Altersgruppe der 18- bis 35-Jährigen sogar 72%) an, gerne mehr Weiterbildungsangebote wahrnehmen zu wollen. Einer von der ILS in Auftrag gegebenen Forsa-Umfrage aus dem Jahr 2015 zufolge gaben zudem 45% der Befragten mit Weiterbildungserfahrung an, in Folge ihrer Weiterbildung unmittelbar in eine höhere berufliche Position aufgestiegen zu sein – 80% gaben an, durch Fort- und Wei-

terbildungsmaßnahmen mehr Kompetenz und Sicherheit in ihrer beruflichen Tätigkeit erlangt zu haben.

Gerade der sportbezogene Arbeitsmarkt macht eine stetige berufliche Weiterbildung unabdingbar, wie Daniela Roßberger, Geschäftsführerin der ESM Academy, erklärt: „Das Sportbusiness ist sehr dynamischen und schnellen Entwicklungszyklen unterworfen und wird auch in Zukunft stark wachsen, vor allem in den digitalen Bereichen wie E-Sports, Kommunikation oder virtuelle Bandenwerbung.“ Luxem bestätigt dies: „Das Sportbusiness ist schnelllebig. Es eröffnen sich immer wieder neue Vertriebs-, Marketing- und Managementwege, die zu einem erhöhten Erfolg des Unternehmens führen können. Nur, wer in Fort- und Weiterbildungen für seine Mitarbeiter investiert, ist diesen neuen Herausforderungen besonders im Digitalen Bereich gewachsen.“

Insbesondere für Quereinsteiger lohnt sich eine sportbezogene Spezialisierung in Form einer Weiterbildung. Zwar bringen viele angehende Führungskräfte das nötige Know-how in Sachen Management mit, gerade das Sportbusiness wartet aber mit einer Vielzahl an spezifischen Herausforderungen auf, wie auch Luxem anmerkt: „Wie in fast allen Branchen gibt es auch in der Sportbranche spezifische Eigenheiten, die man kennen und bedienen muss. Quereinsteiger können auf Basis des bereits vorhandenen Wissens durch eine Weiterbildung zum Sportmanager noch tiefere Kenntnisse in diesem spezifischen Bereich erlangen und so noch erfolgreicher Entscheidungen in Führungspositionen treffen.“ Roßberger ergänzt: „Quereinsteiger haben es so leicht wie nie zuvor, im Sportbusiness Fuß zu fassen, da der Sportmarkt seit Jahren boomt und damit der Bedarf an Fachleuten extrem gestiegen ist. Selbstverständlich funktioniert das aber nur, wenn sie bereit sind, sich das nötige Wissen anzueignen.“



Fort- und Weiterbildungen helfen dabei, beruflich am Ball zu bleiben.



Beim E-Learning besteht Nachholbedarf.

## Status Quo

Arbeitgeber scheinen somit längst erkannt zu haben, dass Weiterbildungsmaßnahmen gerade im schnelllebigen sportbezogenen Arbeitsmarkt unverzichtbar sind, wenn es darum geht, Mitarbeiter auf dem neuesten Stand der Branche zu halten, sie langfristig ans Unternehmen zu binden und neue Ideen in bestehende Arbeitsprozesse einzubringen und somit der Betriebsblindheit vorzubeugen. So positiv diese Faktoren in der Theorie auch wirken mögen, die Realität sieht wie so oft deutlich anders aus: Einer Umfrage der Akademie für Führungskräfte der Wirtschaft unter 360 Führungskräften großer Unternehmen zufolge gaben 67% der Befragten an, dass „den Themen Lernen und Weiterentwicklung in deutschen Unternehmen zu wenig Aufmerksamkeit geschenkt wird.“ Eine Auswertung der „Adult Education Survey“ durch das Deutsche Institut für Erwachsenenbildung belegt diese Annahme: Auch wenn der Anstieg der Weiterbildungsbeteiligung seit den 1990er Jahren zunächst stetig zugenommen hatte (von 37% auf 48%), stagniert der Wert seit 2012 gleichbleibend bei rund 50%. Im Jahr 2016 konnte allerdings der Großteil dieser Arbeitnehmer mit Weiterbildungsbeteiligung (58%) nur eine Weiterbildungsaktivität in Anspruch nehmen. 76% dieser Maßnahmen waren zudem auf wenige Stunden bis mehrere Tage beschränkt. Längerfristige Weiterbildungsmaßnahmen (mehrere Wochen) bilden mit 7% der Maßnahmen eher die Ausnahme.

Doch woher rührt diese Lücke zwischen Theorie und Praxis? „Aus meiner Sicht kann es hierfür sehr viele unterschiedliche Gründe geben“, erklärt Kühle. „Viele Unternehmen im Fußball, vor allem, wenn wir auf

Clubs blicken, haben mit dem operativen Tagesgeschäft und Ressourcenproblemen zu kämpfen. Hier werden die Prioritäten auch manchmal notgedrungen auf das vermeintlich Wesentliche, den regulären Tagesbetrieb gelegt. Zudem sind manche Unternehmen einfach noch nicht bereit, monetäre Investitionen vorzunehmen und gleichzeitig auf die Arbeitskraft des Mitarbeiters zu verzichten, um langfristig einen echten Mehrwert zu haben.“ Im Hinblick auf die positiven Effekte beruflicher Weiterbildungsmöglichkeiten sollte das Augenmerk der Arbeitgeber also nicht auf den bloßen Kosten liegen. Vielmehr sollten Unternehmen die Fort- und Weiterbildung ihrer Mitarbeiter als langfristige Investition in die Betriebsstrukturen ansehen, wie auch Roßberger betont: „Eine Weiterbildung ist immer eine Investition. Das heißt, am Anfang stehen erstmal Kosten in Form von Geld und Zeit. Viele Arbeitgeber scheuen dieses Risiko. Doch speziell in einer so schnell wachsenden Branche wie dem Sportbusiness ist es elementar, dass die Mitarbeiter up to date sind und sich aktiv mit neuen Entwicklungen auseinandersetzen.

Wenn Arbeitgeber in die richtigen Weiterbildungen vertrauen, werden sie schnell einen positiven Return of Investment erzielen.“ Zudem gaben in der Forsa-Umfrage der Haufe Akademie insgesamt 61% der befragten Arbeitgeber an, notfalls für eine berufliche Weiterbildung auch in die eigene Tasche zu greifen – 33% der Befragten sogar bis zu 1.000 Euro pro Jahr. Neben finanziellen Aspekten kommt vor allem der Faktor Zeit immer wieder als Argument gegen betrieblich organisierte Weiterbildungsmaßnahmen auf. Demgegenüber stehen die Ergebnisse der Forsa-Umfrage der Haufe Akademie: 45% der befragten Arbeitnehmer erklärten sich bereit, zumindest unter der Woche Freizeit für ihre Weiterbildung zu opfern. Auch Roßberger betont, dass die Vereinbarkeit von Arbeitsalltag und beruflicher Weiterbildung in der heutigen Zeit kein Problem mehr darstelle: „Die Digitalisierung im Bereich Bildung macht es möglich. Es gibt eine Vielzahl an Fernstudiengängen, die auf die geänderten Bedürfnisse sehr individuell und flexibel eingehen.“ Zudem bestehe für Arbeitgeber die Möglichkeit, so Luxem, „in Zeiten des hohen Arbeitsauf-

kommens die Arbeit zu priorisieren und sich dafür in schwächeren Arbeitszeiten auf die Weiterbildung zu konzentrieren.“ Neben Inhouse-Trainings und Seminaren spielen deshalb nicht ohne Grund Weiterbildungen in Form eines berufsbegleitenden Online-Fernstudium bzw. eines online erworbenen Zertifikats eine immer größere Rolle beim Thema Weiterbildung. Vor allem im Bereich E-Learning besteht laut dem „Trendmonitor Weiterbildung“ aber noch massiver Aufholbedarf: In 59% der befragten Unternehmen beträgt der Anteil von E-Learning an der gesamten betrieblichen Weiterbildung 10% oder weniger.

## Förderung

Sollten all diese Argumente nicht ausreichend sein, um den Arbeitgeber von den Vorteilen einer betrieblichen Weiterbildung zu überzeugen, können Angestellte ihre Weiterbildung auch in die eigene Hand nehmen – und dabei sogar auf verschiedene Förderprogramme zurückgreifen. „Bei Weiterbildungen mit einem IHK-Abschluss kann der Aufstiegs-BAföG mit 40% eine enorme Unterstützung sein“, so Luxem. „Auch die Bundesagentur für Arbeit unterstützt zertifizierte berufsbegleitende Weiterbildungen, Seminare und Inhouse Schulungen. Mit einer Bildungsprämie kann man eine staatliche finanzielle Unterstützung von bis zu 500 Euro bekommen und auch die Bundesländer unterstützen Weiterbildungen mit unterschiedlichen Bildungsgutscheinen.“ Einer Studie der Bertelsmann-Stiftung zufolge werden von den jährlich in die Weiterbildung investierten 26,9 Mrd. Euro lediglich 6,3 Mrd. Euro durch die öffentliche Hand finanziert. Die Förderung durch Bund und Länder liegt damit nicht nur auf einem ähnlichem Niveau wie bereits vor 20 Jahren, sondern macht mit lediglich 4,8% auch nur einen geringfügigen Anteil an den öffentlichen Bildungsinvestitionen aus. ◆

## Stadionwelt®

Weiteres zum Thema Karriere im Sportbusiness finden Sie ab Mai 2020 online bei Stadionwelt