

Modul: 1 - Grundlagen des Teamsport Managements
Studiengang: Zertifikatsstudium „European Handball Manager“
Gültig für Studienanfänger/innen ab: 2025/26

Modultitel (Englisch)	Fundamentals of Team Sports Management
Kurzbezeichnung	
Studiensemester / Studiendauer (Semester)	
Workload gesamt (h) / ECTS-Punkte gesamt	50 / 2.0
Lehrveranstaltungen des Moduls: Titel Kontaktzeit (h)/ Selbststudium(h)/ Art/ Veranstaltungssprache	<p>a) Volkswirtschaftliche Besonderheiten des Teamsports 4h/ 8h/ SE/ deutsch</p> <p>b) Wertschöpfung im Handball 4h/ 8h/ SE/ deutsch</p> <p>c) Besonderheiten von Sportorganisationen sowie deren ökonomische Konsequenzen 2h/ 4h/ SE/ deutsch</p> <p>d) Good Governance im Sport 4h/ 6h/ SE/ deutsch oder englisch</p> <p>e) Sportrechtliche Grundlagen 4h/ 6h/ SE/ deutsch</p>
Kompetenzen	Die Teilnehmenden verfügen über Grundlagenwissen der Sportökonomie. Sie können sportökonomische und -rechtliche Grundzusammenhänge verstehen und sich daraus resultierende Konsequenzen für die Führung von Handballsportbetrieben ableiten. Die Teilnehmenden kennen die Besonderheiten der Sportgüter, des -angebots, der -nachfrage, -märkte, -institutionen und der verschiedenen Sportorganisationen für die Wertschöpfung im Handball. Darüber hinaus kennen sie die Grundsätze von Good Governance und wie diese innerhalb der Sportorganisation aber auch im Ökosystem Handball sichergestellt werden können.
Zentrale Inhaltsbereiche	<p>a) Volkswirtschaftliche Besonderheiten des Teamsports</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführende sportökonomische Aspekte (wirtschaftliche Bedeutung, Besonderheiten, Sportförderung) • Ökonomie von Sportklubs und -ligen (Ziele, Wettbewerbsintensität und Regulierung) • Sport Arena- und TV-Zuschauer (Determinanten und Effekte) • Sportevents (ökonomische Bedeutung und ökonomische Risiken) <p>b) Wertschöpfung im Handball</p> <ul style="list-style-type: none"> • Handballspiele als Dienstleistung • Wertschöpfung im Handball • Folgen der Kommerzialisierung <p>c) Besonderheiten von Sportorganisationen sowie deren ökonomische Konsequenzen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Charakteristika und Besonderheiten von NPOs im Sport • Vereinsversagen, Transformation und Folgeprobleme

	<ul style="list-style-type: none"> • Kooperation und Interessensdivergenzen zwischen Klubs, Verband und Liga <p>d) Good Governance im Sport</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundsätze von Good Governance • Governance-Strukturen im europäischen Handball • Ethische Führung und Integrität • Aktuelle Governance-Handlungsfelder im Sport (u.a. soziale Verantwortung, Match-Fixing, Doping, Korruption) und deren Konsequenzen für den Handball <p>e) Sportrechtliche Grundlagen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Staats- und Europarecht • Wettbewerbs- und Kartellrecht • Vereins- und Verbandsrecht • Sportgerichtsbarkeit/Schiedsgerichtsbarkeit
Schlüsselqualifikationen	<ul style="list-style-type: none"> • Analysekompetenz • Fachwissenschaftliche Kompetenzen • Wissenstransfer • Systematisches und konzeptionelles Arbeiten • Theorie-Praxis Transfer
Lehr- und Lernmethoden	Vortrag, Diskussion, Kleingruppenarbeit, Fallstudie, Simulation
Empfohlene Literatur	<p>Bessing, J. (2019). Vereins- und Verbandsrecht. In S. Walzel & V. Römisch (Hrsg.), <i>Teamsport Management</i> (S. 47-68). Berlin: Springer.</p> <p>Czycholl, R. (2019). Staats- und Europarecht. In S. Walzel & V. Römisch (Hrsg.), <i>Teamsport Management</i> (S. 29-45). Berlin: Springer.</p> <p>Englmann, M.-C. (2019). Sportgerichtsbarkeit und Schiedsgerichtsbarkeit. In S. Walzel & V. Römisch (Hrsg.), <i>Teamsport Management</i> (S. 89-110). Berlin: Springer.</p> <p>Geeraert, A. (2021). Indicators of good governance in sport organisations: Handle with care. In A. Geeraert & F. van Eekeren (eds.), <i>Good governance in sport</i> (pp. 152-166). London: Routledge.</p> <p>Walzel, S. (2019). Sportökonomische Grundlagen und Besonderheiten des Teamsports. In S. Walzel & V. Römisch (Hrsg.), <i>Teamsport Management</i> (S. 3-28). Berlin: Springer.</p> <p>Wiemer, F. (2019). Sport und Kartellrecht. In S. Walzel & V. Römisch (Hrsg.), <i>Teamsport Management</i> (S. 69-88). Berlin: Springer.</p>
Modulart	Pflicht
Teilnahme- bzw. Zulassungsvoraussetzungen für das Modul	Keine
Prüfungsleistung	In der abschließenden, schriftlichen Prüfung (im Umfang von 120 Minuten) nach Beendigung der Module 1-4 werden 25% der Multiple-Choice-Fragen aus Inhalten dieses Moduls bestehen. Die mündliche Einzelprüfung



	(20-30 Minuten) kann sich auf Inhalte dieses Moduls beziehen und findet nach Beendigung aller Module statt. Die Gesamtnote des Zertifikatsstudiengangs ergibt sich gleichermaßen aus der Note der schriftlichen und mündlichen Prüfung (je 50%).
Modulbeauftragte/r	Dr. Stefan Walzel

Änderungen vorbehalten

Volkswirtschaftliche Besonderheiten des Teamsports

- Daumann, F. (2012). *Grundlagen der Sportökonomie* (4. Auflage). Konstanz: UVK
- Downward, P. & Dawson, A. (2000). *The Economics of Professional Team Sports*. London: Routledge.
- Downward, P., Dawson, A. & Dejonghe, T. (2009). *Sports Economics*. London: Routledge.
- Horch, H.-D., Schubert, M. & Walzel, S. (2024). *Besonderheiten der Sportbetriebslehre* (2. Auflage). Berlin: Springer.
- Kesenne, S. (2014). *The Economic Theory of Professional Team Sports – An Analytical Treatment* (2nd ed.). Cheltenham: Edward Elgar.
- Pawlowski, T. (2020). *Sportökonomik in 60 Minuten*. UVK Verlag.
- Plumley, D., & Wilson, R. (2022). *The economics and finance of professional team sports*. London: Routledge.
- Walzel, S. (2021). Fundamentals of sports economics and sports management. In S. Walzel, & V. Römisch (eds.), *Managing Sports Teams: Economics, Strategy and Practice* (pp. 1-22). Cham: Springer.

Wertschöpfungsmodelle von Sportbetrieben

- Buser, M., Woratschek, H., Dickson, G., & Schönberner, J. (2022). Toward a sport ecosystem logic. *Journal of Sport Management*, 36(6), 534-547.
- Daumann, F. (2012). Besonderheiten von Ligen aus ökonomischer Sicht. In A. Galli et al. (Hrsg.), *Sportmanagement* (2. Aufl., S. 5-23). München: Vahlen.
- Fahrner, M. (2014). *Teamsportmanagement*. München: Oldenbourg.
- Horch, H.-D., Schubert, M. & Walzel, S. (2024). *Besonderheiten der Sportbetriebslehre* (2. Auflage). Berlin: Springer.
- Thieme, L. (2011). *Zur Konstitution des Sportmanagements als Betriebswirtschaftslehre des Sports - Entwicklung eines Forschungsprogramms*. Berlin: epubli.
- Woratschek, H. (2004). Einführung: Kooperenz im Sportmanagement – eine Konsequenz der Wertschöpfungslogik von Sportwettbewerben und Ligen. In K. Zieschang, H. Woratschek & Beier, K. (Hrsg.), *Kooperenz im Sportmanagement* (S. 9-30). Schorndorf: Hofmann.
- Woratschek, H., Horbel, C. & Popp, S. (2014). The sport value framework – a new fundamental logic for analyses in sport management. *European Sport Management Quarterly*, 14(1), 6-24.

Besonderheiten von Sportvereinen und -verbänden

- Fahrner, M. (2014). *Teamsportmanagement*. München: Oldenbourg.
- Heinemann, K. (2004). *Sportorganisationen – Verstehen und Gestalten*. Schorndorf: Hofmann.
- Horch, H.-D., Schubert, M. & Walzel, S. (2024). *Besonderheiten der Sportbetriebslehre* (2. Auflage). Berlin: Springer.

Gute Organisationsführung im Sport

- Daumann, F., Esipovich, L., Follert, F., & Schurade, M. (2024). *Sport Governance: Theorie, Praxis, Herausforderungen*. utb GmbH.
- Ferkins, L. & van Bottenburg, M. (2013). The governance of high performance sport. In P. Sotiriadou & V. de Bosscher (eds.), *Managing high performance sport* (pp. 115-136). London: Routledge.
- Geeraert, A., & van Eekeren, F. (Eds., 2021). *Good governance in sport*. London: Routledge.
- Lang, J.C. (2008). *Corporate Governance der Fußballunternehmen*. Berlin: Erich Schmidt.
- Hoye, R. & Cuskelly, G. (2007). *Sport governance*. Amsterdam: Elsevier.



Sportrechtliche Grundlagen

Adolphsen, J., Nolte, M., Lehner, M. & Gerlinger, M. (2012). *Sportrecht in der Praxis*. Stuttgart: Kohlhammer.

Nolte, M. & Horst, J. (2009, Hrsg.). *Handbuch Sportrecht*. Schorndorf: Hofmann.

Modul: 2 - Leistungssport-Management im Handball
Studiengang: Zertifikatsstudium „European Handball Manager“
Gültig für Studienanfänger/innen ab: 2025/26

Modultitel (Englisch)	Managing Sports Performance in Handball
Kurzbezeichnung	
Studiensemester / Studiendauer (Semester)	
Workload gesamt (h) / ECTS-Punkte gesamt	50 / 2.0
Lehrveranstaltungen des Moduls: Titel Kontaktzeit (h)/ Selbststudium(h)/ Art/ Veranstaltungssprache	<p>a) Strategisches Handball Management 4h/ 6h/ SE/ deutsch oder englisch</p> <p>b) Operatives Management von Sportteams 6h/ 12h/ SE/ deutsch</p> <p>c) Führungsverhalten im Teamsport 6h/ 12h/ SE/ deutsch</p> <p>d) Arbeitsrecht im Sport 2h/ 2h/ SE/ deutsch</p>
Kompetenzen	Die Teilnehmenden können Probleme im sportlichen Bereich einer Teamsportorganisation systematisch analysieren und daraus erfolgsversprechende Strategien auf Klub-, Liga- und Verbandsebene im Handball entwickeln. Sie sind in der Lage, sowohl sportliche als auch wirtschaftliche Interessen gegeneinander abzuwägen und diese im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung in der Analyse, Planung, Umsetzung und Kontrolle zu berücksichtigen. Die Teilnehmenden kennen die Bedeutung von guten Führungsverhalten im Sport und wissen, wie sie Mitarbeitende motivieren können und wie sie effizient führen, um als Organisation erfolgreich zu sein.
Zentrale Inhaltsbereiche	<p>a) Strategisches Handball Management</p> <ul style="list-style-type: none"> • Strategischer Managementprozess im Sport • Analyse strategischer interner und externer Erfolgsfaktoren im Handball • Entwicklung von Handlungsstrategien <p>b) Operatives Management von Sportteams</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kaderplanung und -entwicklung • Talentförderung und -entwicklung • Sportliche Leistungsanalyse und -bewertung • Personalmanagement <p>c) Führungsverhalten im Teamsport...</p> <ul style="list-style-type: none"> • Führungsrollen, -stile und -verhalten • Digitale und interkulturelle Führung • Kommunikation als Führungskraft • Konfliktmanagement <p>d) Arbeitsrecht im Sport</p> <ul style="list-style-type: none"> • Merkmale von Arbeitnehmer:innen • Bedingungen für einen Beschäftigungsanspruch von Teamsportler:innen • Befristung von Arbeitsverträgen im Sport • Sanktionsmöglichkeiten eines Vereins gegenüber Spieler:innen

Schlüsselqualifikationen	<ul style="list-style-type: none"> • Analysekompetenz • Fachwissenschaftliche Kompetenzen • Wissenstransfer • Strategie- und Planungskompetenz • Systematisches und konzeptionelles Arbeiten • Theorie-Praxis Transfer • Führungskompetenz
Lehr- und Lernmethoden	Vortrag, Diskussion, Kleingruppenarbeit, Fallstudie
Empfohlene Literatur	<p>Mueller, J., Damon, Z., Wells, J., & Leberman, S. (2025). <i>Handbook of Sport Leadership</i>. Edward Elgar.</p> <p>Sotiriadou, P., & De Bosscher, V. (2013). <i>Managing High Performance Sport</i>. London: Routledge.</p> <p>Schulz, T. (2019). Arbeitsrecht im Sport. In S. Walzel & V. Römisch (Hrsg.), <i>Teamsportmanagement</i> (S. 133-149). Berlin: Springer.</p> <p>Walzel, S. (2019). Strategisches Management von Teamsportorganisationen. In S. Walzel & V. Römisch (Hrsg.), <i>Teamsportmanagement</i> (S. 113-132). Berlin: Springer.</p>
Modulart	Pflicht
Teilnahme- bzw. Zulassungsvoraussetzungen für das Modul	Erfolgreiche Teilnahme am Modul 1 „Grundlagen des Teamsport Managements“
Prüfungsleistung	In der abschließenden, schriftlichen Prüfung (im Umfang von 120 Minuten) nach Beendigung der Module 1-4 werden 25% der Multiple-Choice-Fragen aus Inhalten dieses Moduls bestehen. Die mündliche Einzelprüfung (20-30 Minuten) kann sich auf Inhalte dieses Moduls beziehen und findet nach Beendigung aller Module statt. Die Gesamtnote des Zertifikatsstudiengangs ergibt sich gleichermaßen aus der Note der schriftlichen und mündlichen Prüfung (je 50%).
Modulbeauftragte/r	Dr. Stefan Walzel

Änderungen vorbehalten

Strategisches Handball Management

- Chappelet, J.-L. (2011). Strategic Management and Planning. In L. Robinson & D. Palmer (eds.), *Managing Voluntary Sport Organisations* (pp. 51-69). London: Routledge.
- Daumann, F., Langer, M. & Breuer, M. (2010). Planung im Sport. In G. Nufer & A. Bühler (Hrsg.), *Management im Sport* (3.Aufl., S. 121-154). Berlin: Erich Schmidt.
- Fahrner, M. (2014). *Teamsportmanagement*. München: Oldenbourg.
- Keller, C. (2010). Strategisches Management im Sport. In G. Nufer & A. Bühler (Hrsg.), *Management im Sport* (3.Aufl., S. 85-119). Berlin: Erich Schmidt.
- Robinson, M.J. (2010). *Sport Club Management*. Champaign: Human Kinetics.
- Sontag, B. (2012). *Strategische Erfolgsfaktoren professioneller Sportorganisationen*. Wiesbaden: Springer/Gabler.
- Taylor, T., Doherty, A. & McGraw, P. (2008). *Managing people in sport organizations – a strategic human resource management perspective*. Amsterdam: Butterworth-Heinemann.
- Walzel, S. & Blaesens, S. (2013). *Business-to-Business-Marketing im Sport*. In G. Nufer & A. Bühler (Hrsg.), *Marketing im Sport* (3.Aufl.). Berlin: Erich Schmidt.

Operatives Management von Sportteams

- Daumann, F., & Faulstich, S. (2020). *Personalmanagement im Profifußball*. München: UVK.
- Van Hoecke, J., Schoukens, H. & de Knop, P. (2013). Quality and performance management of national sport organizations: measuring and steering the performance of the distribution network. In P. Sotiriadou & V. de Bosscher (eds.), *Managing high performance sport* (pp. 87-114). London: Routledge.
- Robinson, L. (2011). Performance Management. In L. Robinson & D. Palmer (eds.), *Managing Voluntary Sport Organisations* (pp. 121-138). London: Routledge.
- Robinson, M.J. (2010). *Sport Club Management*. Champaign: Human Kinetics.

Führungsverhalten im Teamsport

- Fahrner, M. (2010). Veränderungsmanagement im Sport. In G. Nufer & A. Bühler (Hrsg.), *Management im Sport* (3. Aufl., S. 489-514). Berlin: Erich Schmidt.
- Grønkjær, A. B., & Hanstad, D. V. (2021). Leading for success in Danish and Norwegian national team handball. In Andersen, S. S., Hansen, P. Ø., & Houlihan, B. (Eds.). (2021). *Embedded Multi-level Leadership in Elite Sport* (pp. 142-160). London: Routledge.
- Mueller, J., Damon, Z., Wells, J., & Leberman, S. (2025). *Handbook of Sport Leadership*. Edward Elgar.
- Mueller, J., Skinner, J., Swanson, S., Naraine, M. L., & Fransen, K. (2021). Investigating shared leadership in elite sport: A social network study of USA Rugby 7s. In Andersen, S. S., Hansen, P. Ø., & Houlihan, B. (Eds.). (2021). *Embedded Multi-level Leadership in Elite Sport* (pp. 161-183). London: Routledge.

Arbeitsrecht im Sport

- Adolphsen, J., Nolte, M., Lehner, M. & Gerlinger, M. (2012). *Sportrecht in der Praxis*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Schickhardt, C. (2012). Vertragliche Aspekte bei Spielertransfers. In A. Galli et al. (Hrsg.), *Sportmanagement* (2. Aufl., S. 641-652). München: Vahlen.
- Steiner, U. (2012). Rundfunkrechtliche Fragen der Sportberichterstattung. In A. Galli et al. (Hrsg.), *Sportmanagement* (2. Aufl., S. 555-564). München: Vahlen.

Modul: 3 - Sport Marketing und -sponsoring
Studiengang: Zertifikatsstudium „European Handball Manager“
Gültig für Studienanfänger/innen ab: 2025/26

Modultitel (Englisch)	Sports Marketing & Sponsorship
Kurzbezeichnung	
Studiensemester / Studiendauer (Semester)	
Workload gesamt (h) / ECTS-Punkte gesamt	50 / 2.0
Lehrveranstaltungen des Moduls: Titel Kontaktzeit (h)/ Selbststudium(h)/ Art/ Veranstaltungssprache	<p>a) Konsumentenverhalten im Handballsport 4h/ 8h/ SE/ deutsch</p> <p>b) Markenmanagement im Teamsport 4h/ 8h/ SE/ deutsch</p> <p>c) Sportsponsoring 6h/ 10h/ SE/ deutsch</p> <p>d) Innovatives Marketing und digitale Kommunikation 2h/4h/ SE/ deutsch</p> <p>e) Sponsoringrecht 2h/2h/ SE/ deutsch</p>
Kompetenzen	Die Teilnehmenden kennen Motive und Konsumentenverhalten der Handballsportkonsumenten und können daraus Konsequenzen für das (Event-)Marketing und Teamsportmanagement ableiten. Des Weiteren kennen sie das Grundkonzept des identitätsbasierten Markenmanagements und können dieses auf den Sport übertragen und ein Markenkonzept entwickeln. Die Teilnehmenden kennen ferner den Lebenszyklus von Sponsorships und können daraus sich ergebende Managementaufgaben im Sponsoring ableiten. Ferner sind sie in der Lage, digitale Kommunikations- und Vermarktungsansätze zu planen und zu implementieren.
Zentrale Inhaltsbereiche	<p>a) Konsumentenverhalten im Handballsport</p> <ul style="list-style-type: none"> • Motive und Verhalten von aktiven und passiven Sportkonsumenten • Besonderheiten des Teamsportkonsums • Zufriedenheit und Loyalität von Fans, Zuschauern und Mitgliedern <p>b) Markenmanagement im Teamsport</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundkonzept der identitätsbasierten Markenführung • Herausforderungen im Markenmanagement • Controlling der Markenführung <p>c) Sportsponsoring</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sponsoring-Management (Akquise, Auf- und Ausbau der Partnerschaft, Beendigung) • Aktivierung und Fit von Sponsorships • Sponsoring-Beziehungsmanagement, inkl. Partneragenturen • Sponsoring-Controlling <p>d) Innovatives Marketing und digitale Kommunikation im Sport</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digitale Kommunikation • Innovatives Sportmarketing

	<p>e) Sponsoringrecht</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inhalte und Bestandteile eines Sponsoringvertrages • Leistungsstörungen bei Sponsoringverträgen und Konsequenzen • Folgen von Kopplungsverträge im Sponsoring
Schlüsselqualifikationen	<ul style="list-style-type: none"> • Analysekompetenz • Fachwissenschaftliche Kompetenzen • Wissenstransfer • Strategie- und Planungskompetenz • Systematisches und konzeptionelles Arbeiten • Theorie-Praxis Transfer • Kreative und innovative Problemlösungskompetenz
Lehr- und Lernmethoden	Vortrag, Diskussion, Kleingruppenarbeit, Fallstudie, Rollenspiel
Empfohlene Literatur	<p>Bodet, G., & Séguin, B. (2021). Team sports brand management. In S. Walzel, & V. Römisch (eds.), <i>Managing Sports Teams: Economics, Strategy and Practice</i> (pp. 141-159). Cham: Springer.</p> <p>Diegel, M., Schade, M., & Burmann, C. (2019). Führung von Sportvereinsmarken aus identitätsbasierter Markenmanagementperspektive. <i>Teamsport Management: Eine umfassende und interdisziplinäre Betrachtung</i>. In S. Walzel & V. Römisch (Hrsg.), <i>Teamsport Management</i> (S. 171-190). Berlin: Springer.</p> <p>Szesny, A. M. (2019). Sportsponsoringverträge. In S. Walzel & V. Römisch (Hrsg.), <i>Teamsport Management</i> (S. 219-229). Berlin: Springer.</p> <p>Szesny, A. M. (2019). Strafrecht und Sport. In S. Walzel & V. Römisch (Hrsg.), <i>Teamsport Management</i> (S. 231-247). Berlin: Springer.</p> <p>Uhrich, S. (2019). Konsumentenverhalten im Teamsportsektor. <i>Teamsport Management: eine umfassende und interdisziplinäre Betrachtung</i>. In S. Walzel & V. Römisch (Hrsg.), <i>Teamsport Management</i> (S. 153-170). Berlin: Springer.</p> <p>Walzel, S. (2019). Beziehungsmanagement im Sport (Sponsoring). <i>Teamsport Management: eine umfassende und interdisziplinäre Betrachtung</i>. In S. Walzel & V. Römisch (Hrsg.), <i>Teamsport Management</i> (S. 249-267). Berlin: Springer.</p> <p>Walzel, S., Schubert, M. (2019). Sportsponsoring als Finanzierungsinstrument. In S. Walzel & V. Römisch (Hrsg.), <i>Teamsport Management</i> (S. 191-218). Berlin: Springer.</p>
Modulart	Pflicht
Teilnahme- bzw. Zulassungsvoraussetzungen	Erfolgreiche Teilnahme am Modul 1 „Grundlagen des Teamsport Managements“
Prüfungsleistung	In der abschließenden, schriftlichen Prüfung (im Umfang von 120 Minuten) nach Beendigung der



	<p>Module 1-4 werden 25% der Multiple-Choice-Fragen aus Inhalten dieses Moduls bestehen. Die mündliche Einzelprüfung (20-30 Minuten) kann sich auf Inhalte dieses Moduls beziehen und findet nach Beendigung aller Module statt. Die Gesamtnote des Zertifikatsstudiengangs ergibt sich gleichermaßen aus der Note der schriftlichen und mündlichen Prüfung (je 50%).</p>
Modulbeauftragte/r	Prof. Dr. Sebastian Uhrich

Änderungen vorbehalten

Sportkonsumentenverhalten

- Funk, D.C. (2008). *Consumer Behaviour in sport and events*. Amsterdam: Butterworth-Heinemann.
- Funk, D.C., Alexandris, K., & McDonald, H. (2016). *Sport Consumer Behaviour*. London: Routledge.
- Kahle, L.R. & Close, A.G. (2011). *Consumer Behavior Knowledge for Effective Sports and Event Marketing*. New York: Routledge.
- Karg, A., Shilbury, D., Westerbeek, H., Funk, D., & Baraine, M.L. (2022). *Strategic Sport Marketing* (5th ed.). London: Routledge.
- Smith, A.C.T., Stavros, C., Skinner, J., Geurin, A.N., & Burch, L.M. (2024). *Introduction to sport marketing* (3rd ed.). London: Routledge.
- Uhrich, S. (2008). *Stadionatmosphäre als verhaltenswissenschaftliches Konstrukt im Sportmarketing*. Wiesbaden: Gabler.

Markenmanagement im Teamssport

- Bouchet, P., Hillairet, D. & Bodet, G. (2013). *Sport brands*. London: Routledge.
- Preuß, H., Huber, F., Schunk, H. & Könecke, T. (Hrsg., 2014). *Marken und Sport. Aktuelle Aspekte der Markenführung im Sport und mit Sport*. Berlin: Springer Gabler.
- Schade, M. (2012). Identitätsbasierte Markenführung professioneller Sportvereine. Eine empirische Untersuchung zur Ermittlung verhaltensrelevanter Markennutzen und der Relevanz der Markenpersönlichkeit. Wiesbaden: Gabler.

Sportsponsoring

- Bruhn, M., & Rohlmann, P. (2024). *Sportsponsoring. Voraussetzungen und Praxisbeispiele für erfolgreiche Partnerschaften*. Berlin: Springer.
- Bühler, A. & Nufer, G. (2010). *Relationship Marketing in sports*. Amsterdam: Butterworth-Heinemann.
- Cornwell, B.T. (2020). *Sponsorship in marketing. Effective partnerships in sports, arts and events*. London & New York: Routledge.
- Ferrand, A. & McCarthy, S. (2009). *Marketing the Sports Organizations. Building networks and relationships*. London: Routledge.
- O'Reilly, N., Abeza, G., & Harrison, M. (2022). *Sport Sponsorship Insights*. London: Routledge.
- Shilbury, D. & Rowe, K. (2010). Sport relationship management. In M. Hopwood, P. Kitchin & J. Skinner (eds.), *Sport Public Relations and Communication* (pp. 33-54). Amsterdam: Butterworth-Heinemann.
- Walzel, S., & Schubert, M. (2018). *Sportsponsoring*. Berlin: Springer.

Digitale Kommunikation und Marketing im Sport

- Abeza, G. & Sanderson, J. (2024). *Social Media in Sport Evidence-Based Perspectives*. London: Routledge.
- Abeza, G., & King-White, R. (2024). *Sport and Social Media in Business and Society*. London: Routledge.
- Billings, A.C., & Hardin, M. (eds., 2014). *Routledge Handbook of Sport and New Media*. London: Routledge.
- Seymour, A., & Blakey, P. (2021). *Digital Sport Marketing Concepts, Cases and Conversations*. London: Routledge.

Modul: 4 - Finanzierung und Lizenzierung
Studiengang: Zertifikatsstudium „European Handball Manager“
Gültig für Studienanfänger/innen ab: 2025/26

Modultitel (Englisch)	Finance & Licensing
Kurzbezeichnung	
Studiensemester / Studiendauer (Semester)	
Workload gesamt (h) / ECTS-Punkte gesamt	50 / 2.0
Lehrveranstaltungen des Moduls: Titel Kontaktzeit (h)/ Selbststudium(h)/ Art/ Veranstaltungssprache	<p>a) Rechnungslegung von Sportkapitalgesellschaften 4h/ 8h/ SE/ deutsch</p> <p>b) Sonderfinanzierungsformen im Sport 2h/ 4h/ SE/ deutsch</p> <p>c) Finanzanalyse von Handballsportkapitalgesellschaften 2h/ 4h/ SE/ deutsch</p> <p>d) Controlling von Handballprofisportorganisationen 6h/ 10h/ SE/ deutsch</p> <p>e) Lizenzierungsverfahren im Handball 4h/ 6h/ SE/ deutsch</p>
Kompetenzen	Die Teilnehmenden erwerben in diesem Modul vertiefendes Wissen zur Rechnungslegung und Finanzierung von Sportkapitalgesellschaften sowie damit verbundene Spezifika. Sie kennen die Grundlagen der Steuerung von Handballsportkapitalgesellschaften und deren Controlling. Die Teilnehmenden kennen die Anforderungen für das Lizenzierungsverfahren im Handball und welche Möglichkeiten und Grenzen das Verfahren bietet.
Zentrale Inhaltsbereiche	<p>a) Rechnungslegung von Sportkapitalgesellschaften</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rechnungslegungs- und Buchführungspflichten • Sportspezifische Rechnungslegungsvorschriften • Bilanzierung und Bewertung von Aktiv- und Passivpositionen • Auswirkungen von Basel III auf Sportkapitalgesellschaften <p>b) Sonderfinanzierungsformen im Sport</p> <ul style="list-style-type: none"> • Außenfinanzierung mit Hilfe von Anleihen und Asset-Backed-Securities • Außenfinanzierung durch private Geldgeber/ strategische Partner • Gang an den Kapitalmarkt • Finanzierung von Sportstätten (inkl. Subventionen und öffentliche Finanzierung) • Crowdfunding <p>c) Finanzanalyse von Handballsportkapitalgesellschaften</p> <ul style="list-style-type: none"> • AnalyseKennzahlen für die Bewertung von Sportkapitalgesellschaften • Bewertung von Spielervermögen • Markenbewertung von Sportkapitalgesellschaften <p>d) Controlling von Handballprofisportorganisationen</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Herausforderungen und Strategien des Risikomanagements im Teamsport • Grundlagen des Controllings im Sport • Balanced Scorecard als Controlling-Instrument <p>e) Lizenzierungsverfahren im Handball</p> <ul style="list-style-type: none"> • Finanzielle Kriterien und Finanzberichterstattung • Möglichkeiten und Grenzen des Lizenzierungsverfahrens • Financial Fairplay
Schlüsselqualifikationen	<ul style="list-style-type: none"> • Analysekompetenz • Fachwissenschaftliche Kompetenzen • Wissenstransfer • Strategie- und Planungskompetenz • Theorie-Praxis Transfer
Lehr- und Lernmethoden	Vortrag, Diskussion, Kleingruppenarbeit, Fallstudie
Empfohlene Literatur	<p>Hjelström, T. (2021). Accounting and Sports. In S. Walzel, & V. Römisch (eds.), <i>Managing Sports Teams: Economics, Strategy and Practice</i> (pp. 237-260). Cham: Springer.</p> <p>Huwer, E. (2019). Rechnungslegung von Sportkapitalgesellschaften. In S. Walzel & V. Römisch (Hrsg.), <i>Teamsport Management</i> (S. 271-300). Berlin: Springer.</p> <p>Kasper, C. (2021). Controlling in Professional Team Sports Organisations. In S. Walzel, & V. Römisch (eds.), <i>Managing Sports Teams: Economics, Strategy and Practice</i> (pp. 289-322). Cham: Springer.</p> <p>Lachmann, K., & Struckmeier, J. (2021). Funding of Professional Team Sports Organisations. In S. Walzel, & V. Römisch (eds.), <i>Managing Sports Teams: Economics, Strategy and Practice</i> (pp. 261-288). Cham: Springer.</p> <p>Müller, C. (2019). Lizenzierungsverfahren und Finanzregulierung im Teamsport. In S. Walzel & V. Römisch (Hrsg.), <i>Teamsport Management</i> (S. 301-337). Berlin: Springer.</p>
Modulart	Pflicht
Teilnahme- bzw. Zulassungsvoraussetzungen	Erfolgreiche Teilnahme am Modul 1 „Grundlagen des Teamports“
Prüfungsleistung	In der abschließenden, schriftlichen Prüfung (im Umfang von 120 Minuten) nach Beendigung der Module 1-4 werden 25% der Multiple-Choice-Fragen aus Inhalten dieses Moduls bestehen. Die mündliche Einzelprüfung (20-30 Minuten) kann sich auf Inhalte dieses Moduls beziehen und findet nach Beendigung aller Module statt. Die Gesamtnote des Zertifikatsstudiengangs ergibt sich gleichermaßen aus der Note der schriftlichen und mündlichen Prüfung (je 50%).
Modulbeauftragte/r	Dr. Stefan Walzel

Rechnungslegung von Kapitalgesellschaften im Sport

- Galli, A. & Dehesseles, T. (2012). Rechnungslegung im Verein. In A. Galli et al. (Hrsg.), Sportmanagement (2. Aufl., S. 129-144). München: Vahlen.
- Huwer, E. (2014). Der Jahresabschluss von Fußballunternehmen. Branchenspezifische Rechnungslegung nach HGB im Lizenzfußball. Berlin: Erich Schmidt.
- Köster, O. & Ehemann, T. (2012). Ausgewählte Probleme der Rechnungslegung bei Kapitalgesellschaften im Sport. In A. Galli et al. (Hrsg.), Sportmanagement (2. Aufl., S. 145-164). München: Vahlen.
- Plumley, D., & Wilson, R. (2022). *The economics and finance of professional team sports*. London: Routledge.
- Sigloch, J. & Klimmer, C. (Hrsg.). Unternehmen Profifußball. Vom Sportverein zum Kapitalmarktunternehmen. Wiesbaden: DUV.

Sonderfinanzierungsformen im Sport

- Hasler, P. T. (2014). Anleihen von Fußballunternehmen in Deutschland: Finanzierung im Spannungsfeld von emotionaler Bindung und Rendite. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Huth, C., Gros, M. & Kühn, C. (2014). Fananleihen deutscher Fußballunternehmen – Eine empirische Untersuchung des Anlageverhaltens der Zeichner. *Corporate Finance*, 1, 7-16.
- Plumley, D., & Wilson, R. (2022). *The economics and finance of professional team sports*. London: Routledge.
- Süßmilch, I. (2012). Sonderformen der Außenfinanzierung – Anleihe, Mäzen und Gang an den Kapitalmarkt. In A. Galli et al. (Hrsg.), Sportmanagement (2. Aufl., S. 85-98). München: Vahlen.

Finanzanalyse von Sportkapitalgesellschaften

- Hierl, L. & Weiß, R. (2015). Bilanzanalyse von Fußballunternehmen. Berlin: Springer.
- Klimmer, C. (2012). Prüfung der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit im deutschen Lizenzfußball – Eine betriebswirtschaftlich fundierte Analyse? In P. Hammann, L. Schmidt & M. Welling (Hrsg.), *Ökonomie des Fußballs* (S. 87-104). Wiesbaden: Gabler.

Controlling von Profisportorganisationen

- Berding, K. (2011). *Controlling in Sportverbänden*. Hamburg: Kovac.
- Galli, A., Wagner, M. & Beiersdorfer, D. (2012). Strategische Klubführung und Balanced Scorecard. In A. Galli et al. (Hrsg.), *Sportmanagement* (2. Aufl., S. 355-370). München: Vahlen.
- Graumann, M. & Thieme, L. (2010). *Controlling im Sport. Grundlagen und Best Practice für Vereine, Verbände und Ligen*. Berlin: Erich Schmidt.
- Haas, O. (2012). Ausgestaltung des Controlling im Berufsfußball. In A. Galli et al. (Hrsg.), *Sportmanagement* (2. Aufl., S. 297-336). München: Vahlen.
- Huth, C. (2012). *Derivate im Risikomanagement von Fußballunternehmen*. Wiesbaden: Gabler.

Lizenzierungsverfahren

- Galli, A., Benz, M. & Traverso, A. (2012). Die Regelungen der UEFA zur Klublizenzierung und zum Klub-Monitoring – Verfahren, finanzielle Kriterien und Finanzberichterstattung. In A. Galli et al. (Hrsg.), *Sportmanagement* (2. Aufl., S. 185-200). München: Vahlen.
- Galli, A. & Möglich, W. (2012). Die Regelungen des Ligaverbandes zur Klublizenzierung – Verfahren, finanzielle Kriterien und Finanzberichterstattung. In A. Galli et al. (Hrsg.), *Sportmanagement* (2. Aufl., S. 201-216). München: Vahlen.



Holzhäuser, F. (2012). Die rechtlichen Grundlagen des Lizenzierungsverfahrens des Ligaverbandes. In A. Galli et al. (Hrsg.), *Sportmanagement* (2. Aufl., S. 165-184). München: Vahlen.

Modul: 5 - Medien- und Kommunikationstraining
Studiengang: Zertifikatsstudium „European Handball Manager“
Gültig für Studienanfänger/innen ab: 2025/26

Modultitel (Englisch)	Media & Communication Training
Kurzbezeichnung	
Studiensemester / Studiendauer (Semester)	
Workload gesamt (h) / ECTS-Punkte gesamt	50 / 2.0
Lehrveranstaltungen des Moduls: Titel Kontaktzeit (h)/ Selbststudium(h)/ Art/ Veranstaltungssprache	<p>a) Mediale Strategien im Sportmediensektor 3h/ 6h/ SE/ deutsch</p> <p>b) Journalistische Produktionsprozesse und -logiken 3h/ 6h/ SE/ deutsch</p> <p>c) Verkaufs- und Verhandlungsmanagement 2h/ 4h/ SE/ deutsch</p> <p>d) Krisenkommunikation 2 h/ 4h/ Seminar/ deutsch</p> <p>e) Medientraining 6h/ 8h/ SE/ deutsch</p> <p>f) Medien- und Persönlichkeitsrecht 2h/ 4h/ SE/ deutsch</p>
Kompetenzen	Die Teilnehmenden kennen neue mediale Strategien von Medienunternehmen und Sportvereinen/-verbänden. Sie verfügen über Kenntnisse journalistischer Produktionsprozessen und -logiken (z.B. Entstehung von Beiträgen im Print/HF/TV) und können darauf aufbauend konkrete Handlungsempfehlungen für den bestmöglichen Umgang mit Journalisten ableiten.
Zentrale Inhaltsbereiche	<p>a) Mediale Strategien im Sportmediensektor</p> <ul style="list-style-type: none"> • Strategieentwicklungen und -entfaltung von Medienunternehmen • Strategieentwicklung und -entfaltung von Sportverbänden <p>b) Journalistische Produktionsprozesse und -logiken</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redaktionelle Bearbeitungsmuster • Journalistische Selektionskriterien <p>c) Verkaufs- und Verhandlungsmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verkauf von Lizenzrechten • Verhandlung mit Spielerberater:innen <p>d) Krisenkommunikation</p> <p>e) Medientraining</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interviewtraining • Nonverbale Kommunikation, Rhetorik <p>f) Konfliktmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konfliktlösungsstrategien • Interne und externe Kommunikationswege/-möglichkeiten <p>g) Medien- und Persönlichkeitsrecht</p> <ul style="list-style-type: none"> • Abwehransprüche im Falle der Verletzung von Medien- und Persönlichkeitsrechten • Rechte und Einschränkungen von Sporteventveranstaltern in Bezug auf Medien- und Persönlichkeitsrechte

Schlüsselqualifikationen	<ul style="list-style-type: none"> • Analysekompetenz • Strategiekompetenz • Entwicklungskompetenz • Praktische Medienkompetenz
Lehr- und Lernmethoden	Vortrag, Diskussion, Kleingruppenarbeit, Übung, Rollenspiel, Fallstudie
Empfohlene Literatur	<p>Bertling, C. (2019). Mediale Strategien im Sportmediensektor: Ein Überblick zu Veränderungen von Macht- und Einflussfaktoren bezüglich des medial vermittelten Sports. Eine Analyse unter besonderer Berücksichtigung der Neuen Institutionenökonomik. In S. Walzel & V. Römisch (Hrsg.), <i>Teamsport Management</i> (S. 341-360). Berlin: Springer.</p> <p>Bertling, C. (2019). Zwischen Entgrenzung und Abgrenzung: Wie der Sport-Medien-Komplex sich immer stärker ausbreitet und für neue Geschäftsbereiche, Produktions- und Selektionsverfahren neben dem klassischen Journalismus sorgt. In S. Walzel & V. Römisch (Hrsg.), <i>Teamsport Management</i> (S. 361-375). Berlin: Springer.</p> <p>Schmittmann, M. (2019). Medien- und Persönlichkeitsrecht. In S. Walzel & V. Römisch (Hrsg.), <i>Teamsport Management</i> (S. 377-393). Berlin: Springer.</p>
Modulart	Pflicht
Teilnahme- bzw. Zulassungsvoraussetzungen	Keine
Prüfungsleistung	Die mündliche Einzelprüfung (20-30 Minuten) kann sich auf Inhalte dieses Moduls beziehen und findet nach Beendigung aller Module statt. Die Gesamtnote des Zertifikatsstudiengangs ergibt sich gleichermaßen aus der Note der schriftlichen und mündlichen Prüfung (je 50%).
Modulbeauftragte/r	Dr. Christoph Bertling

Änderungen vorbehalten



Krisenkommunikation

Edwards, A. & Usher, W. (2010). Crisis communication and sport public relations. In M. Hopwood, P. Kitchin & J. Skinner (eds.), *Sport Public Relations and Communication* (pp. 123-138). Amsterdam: Butterworth-Heinemann.

Wirtz, B. (2008). *Medien- und Internetmanagement*. (2. Auflage). Wiesbaden: Gabler.