



Neues Fortbildungsprogramm: Munich Business School macht Sportartikelbranche fit für die Digitalisierung

München, 3. August 2021 – Am 28. September startet an der Munich Business School (MBS) erstmalig der neu konzipierte berufsbegleitende Lehrgang zum Digital Sports Business Manager, um die Sportartikelbranche beim Weg in die digitale Transformation aktiv zu unterstützen. Das Fortbildungsprogramm wird in Kooperation mit dem Bundesverband der Deutschen Sportartikel-Industrie e.V. (BSI), der Sportartikelzeitschrift SAZsport und dem Beratungsunternehmen The Retail Performance Company durchgeführt.

Die Digitalisierung hat mittlerweile und nicht zuletzt bestärkt durch die COVID-19 Pandemie Einzug in unser aller Leben und Arbeiten erhalten. Auch für die Sportartikelbranche eröffnet die Digitalisierung die Chance, bestehende Geschäftsmodelle weiterzuentwickeln und sich für eine erfolgreiche Zukunft aufzustellen. Dass insbesondere in vielen mittelständischen Unternehmen der Sportbranche diese Möglichkeiten bislang häufig noch ungenutzt bleiben, liegt oftmals nicht in der mangelnden Anerkennung der Digitalisierung als Notwendigkeit begründet, sondern vielmehr in der fehlenden Expertise. Häufig verfügen Mitarbeiter*innen und auch Führungskräfte nicht über die nötigen Fähigkeiten, um den vollen Umfang der Digitalisierung zu verstehen, kreativ und innovativ mit deren Chancen und Herausforderungen umzugehen sowie nutzbringend für ihr Unternehmen einsetzen zu können.

Kooperation mit dem BSI, SAZsport und The Retail Performance Company

Genau an diesem Punkt setzt die Munich Business School mit ihrem neuen Fortbildungsprogramm zum [Digital Sports Business Manager](#) an. In sechs Modulen bauen die Teilnehmer*innen ihre Digitalisierungskompetenz auf bzw. aus, indem sie zugeschnitten auf die Sportartikelbranche bewährte Tools, Methoden und Best Practices an die Hand bekommen, um nach erfolgreichem Kursabschluss den digitalen Wandel im eigenen Unternehmen voranzutreiben. Konzipiert wurde der Lehrgang in Zusammenarbeit mit dem [Bundesverband der Deutschen Sportartikel-Industrie e.V. \(BSI\)](#), dem Fachmagazin für Sport- und Outdoor-Handel [SAZsport](#) sowie dem Beratungsunternehmen für kundenzentrierte Transformation [The Retail Performance Company](#). „Die Idee, einen für die Sportartikelbranche zugeschnittenen Ausbildungslehrgang anzubieten, wurde bereits im Herbst 2020 unter dem Eindruck der Verhaltensveränderungen der Pandemie geboren“, sagt BSI-Geschäftsführer Stefan Rosenkranz. „Vor allem im Bereich der Digitalisierung haben wir in unserer Branche noch viel Potenzial im Sinne der Optimierung von Marktprozessen wie CRM oder Social-Media-Kommunikation.“

Der Lehrgang zum Digital Sports Business Manager nimmt unterschiedliche Aspekte der Digitalisierung in den Sportbranche in den Blick. Während es im ersten Modul darum geht, einen Überblick über Digitalisierungsprozesse im Sportartikelmarkt zu gewinnen, fokussieren sich Modul 2 und 3 auf digitale Geschäftsmodelle im Sportbusiness sowie professionelles Datenmanagement. Gestärkt



mit diesem Wissen erarbeiten die Teilnehmer*innen im Anschluss anhand eines Prototyps ein neues digitales Geschäftsmodell für ihr Unternehmen bzw. ihren Fachbereich und lernen, mittels agilen Transformationsmanagements wichtige Stakeholder*innen von ihrer Vision zu überzeugen. Am Ende des Lehrgangs werden alle gelernten Inhalte in einer digitalen Roadmap zur Digitalisierung gebündelt. Mit einem individuellen 100-Tage-Plan sind die Lehrgangabsolvent*innen in der Lage, die erarbeitete Strategie umzusetzen und ihr Unternehmen in die digitale Zukunft zu führen.

Umfassendes Know-how zur Implementierung des digitalen Wandels in der Sportartikelbranche

Die Lehrgangleitung übernehmen MBS-Professor für Internationales Management Dr. Heiko Seif und Christoph Kunz, Gründungspartner von The Retail Performance Company. Heiko Seif, der ab September auch die Studiengangsleitung für das [Masterprogramm Sports Business and Communication](#) an der MBS übernimmt, freut sich auf die Durchführung des Lehrgangs: „An der MBS kommen fundierte Forschung und relevante Praxiserfahrung zusammen. Ich bin stolz und freue mich, dass unser [Weiterbildungsangebot](#) nun auch ein Programm für kleinere mittelständische Unternehmen in der Sportartikelbranche umfasst und wir auf diese Weise, der digitalen Transformation einen weiteren Schub verleihen können. Alle Führungskräfte aus dem mittleren und oberen Management der Sportartikelbranche, die ihre Digitalisierungskompetenz vertiefen und den digitalen Wandel in ihrem Unternehmen vorantreiben und intensivieren möchten, sind herzlich willkommen!“

Über die Munich Business School

Die Munich Business School (MBS) bildet als erste private Hochschule Bayerns seit ihrer Gründung im Jahr 1991 verantwortungsbewusste Fach- und Führungskräfte für Wirtschaftsunternehmen aus. Als staatlich anerkannte und vom Wissenschaftsrat akkreditierte Hochschule gehört die MBS zu den besten Wirtschaftshochschulen Deutschlands und erreicht in allen relevanten Rankings konstant Top-Platzierungen. Internationalität, Praxisbezug und ein starkes Netzwerk – das sind zentrale Bestandteile des Curriculums der Bachelor-, Master- und MBA-Studiengänge sowie des DBA-Programms und des Weiterbildungsangebots im Bereich Executive Education an der MBS.

Pressekontakt

Munich Business School
Wiebke Lehnert

Eisenheimerstraße 61
D-80687 München



Tel.: 089 547678-210

Fax: 089 547678-29

E-Mail: Wiebke.Lehnert@munich-business-school.de

Web: www.munich-business-school.de