



# Digitalisierung der Lehre – Case Study Approach Strategischer Fallstudienwettbewerb im Sportmanagement

Kaden, M., Adam, S. & Wohlfart, O.

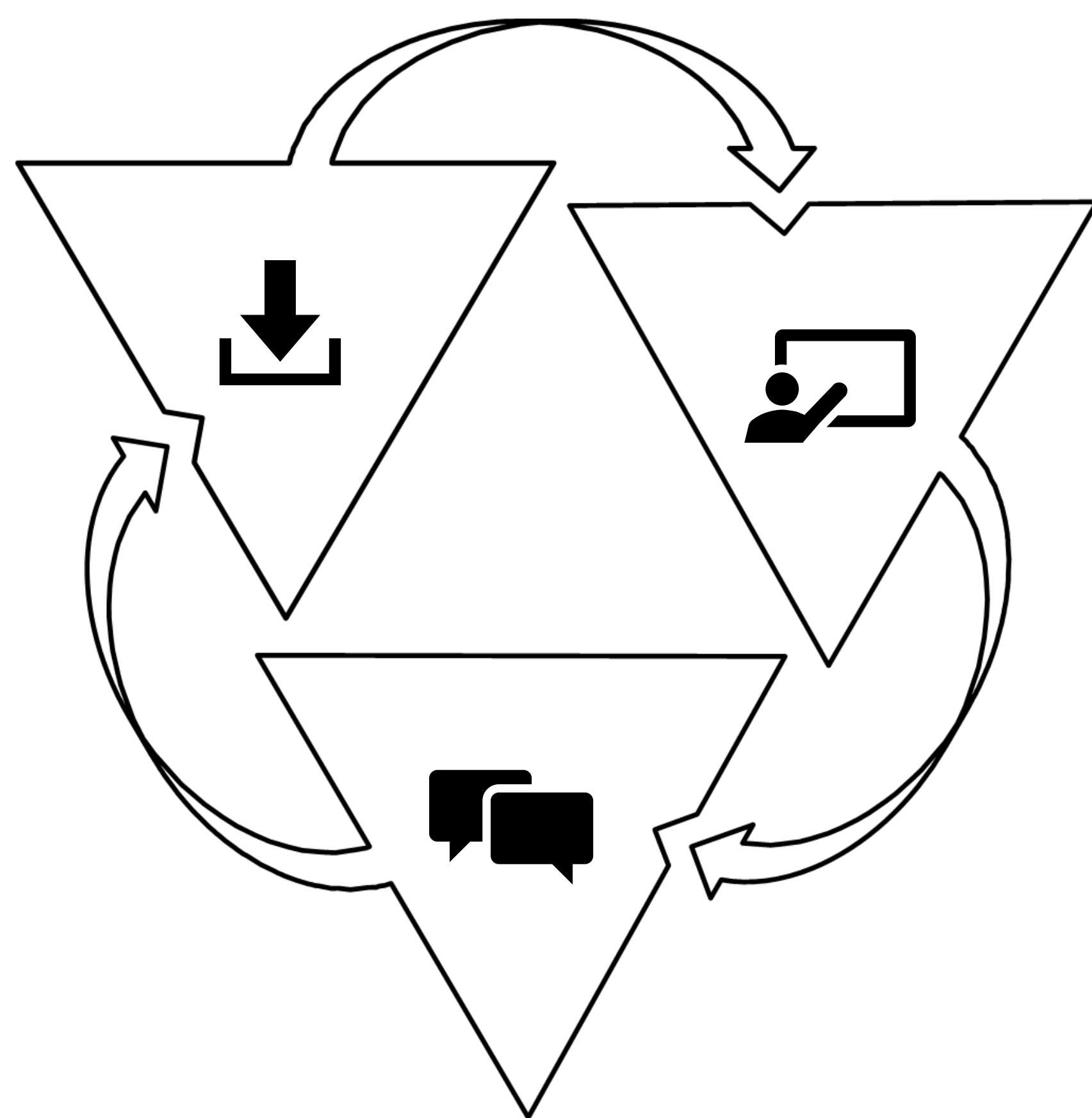
## Hintergrund

Der Arbeitsmarkt Sport fordert u.a. die Vermittlung digitaler Kompetenzen im Sportmanagementstudium (Wohlfart, Adam & Hovemann, in press). Der Masterstudiengang Sportmanagement der Universität Leipzig nimmt sich im Rahmen des Seminars *Sport und Events* (2 SWS), als Bestandteil des Moduls *Medien- und Eventmanagement im Sport* (10 LP), dieser Herausforderung an. Darin fördern wir explizit die praktische Anwendung digitaler Medien. Darüber hinaus berücksichtigen wir Eigenaktivität und das Einbringen von Vorwissen und Erfahrungen in der Methodenauswahl der Studierenden. Im Fokus stehen die digital gestützte Seminargestaltung, digitale Präsentationen und digitale Kommunikation. Den Situationsbezug schaffen wir durch einen nationalen Fallstudienwettbewerb mit sechs Partnerhochschulen im Sinne der Harvard Case Study Method (Hammond, 2002). Ziel ist es, fallbezogene Aufgaben als fiktive Eventagentur für eine fiktive Olympiabewerbung einer deutschen Stadt im Team zu lösen und ein Entscheidungsgremium in einem *Pitch* zu überzeugen. In drei Runden treten die Teams via Web-Konferenz gegeneinander an.

## Ziel

Das Seminar schafft eine innovative Lern- und Lehrumgebung, in der die Studierenden neben (digitalen) Fachkompetenzen auch soziale, personale und Methodenkompetenzen erwerben.

## Methode



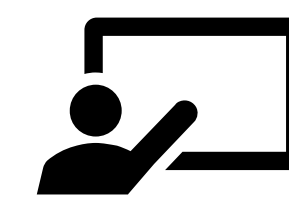
### Digital gestützte Seminargestaltung

Die zentralen Bestandteile des Seminars (z.B. Präsentationen) setzen wir digital um. Darüber hinaus streben wir an, auch weitere Parts des Seminars digital umzusetzen (Riedel, Berthold & Möbius, 2017).

<b>BEISPIEL</b>
• Nutzung von Online-Datenbanken für Recherchen

<b>VORTEILE</b>	<b>NACHTEILE</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• hohe Verfügbarkeit aktueller, fachspezifischer Daten</li> <li>• digitale Zugriffsmöglichkeit auf vielseitige Quellen</li> <li>• unmittelbare Nutzung und Bearbeitung von digitalen Medien, Daten und Quellen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Input- und Reizüberflutung aufgrund der Vielzahl an Quellen und Daten</li> <li>• evtl. Zugriffsbeschränkungen</li> <li>• Einführung in Handhabung der Benutzeroberfläche evtl. erforderlich</li> </ul>

### Digital gestützte Präsentationen

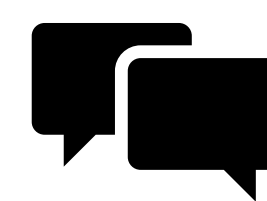


Sowohl die *Pitches* der Studierenden als auch die Präsentationen der Lehrenden im Seminar erfolgen ausschließlich digital. Darüber hinaus ist die konkrete Präsentationsform frei wählbar (Radtko, Pisani & Wolters, 2006).

<b>BEISPIELE</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Präsentationsprogramme (z. B. Microsoft PowerPoint)</li> <li>• Interaktives Whiteboard</li> <li>• Apps, Videos, Digitale Bildinhalte, GIFs, usw.</li> </ul>

<b>VORTEILE</b>	<b>NACHTEILE</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• vielseitige Gestaltungsmöglichkeiten</li> <li>• hohe Aufmerksamkeit der Zuhörer*innen und Motivation der Referent*innen dank Facettenreichtum</li> <li>• Kennenlernen und Umsetzen neuer Methoden (<i>Learning by Doing</i>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tendenz zur Input- sowie Reizüberflutung</li> <li>• technische Probleme und Unvorhersehbarkeiten</li> <li>• evtl. erschwerte Verständlichkeit durch uneinheitliche Präsentationen</li> </ul>

### Digital gestützte Kommunikation



Bedingt durch die Gegebenheiten und Anforderungen des Seminars und des digitalen Wandels im Allgemeinen erfolgt die Kommunikation neben der *face-to-face*-Interaktion im Seminar weitgehend digital (Fraas, Meier & Pentzold, 2012).

<b>BEISPIELE</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Videokonferenzen (Skype)</li> <li>• Instant Messaging (WhatsApp)</li> <li>• Filehosting (Dropbox)</li> </ul>

<b>VORTEILE</b>	<b>NACHTEILE</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Überbrückung räumlicher Differenzen in Echtzeit</li> <li>• einfache Handhabung</li> <li>• schneller Austausch auch außerhalb des Seminars</li> <li>• Übermittlung großer Datenmengen und verschiedener Datentypen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• technische Komplikationen (mangelnde Video- und Audioqualität aufgrund schlechter Internetverbindung)</li> <li>• reduzierte face-to-face-Interaktion</li> </ul>

## Ergebnis

Die vollumfängliche Realisierung und Integration eines digitalen Konzeptes brachte im Verlauf des Seminars positive Reaktionen seitens der Studierenden hervor. So zeichneten sich die *Pitches* stets durch ein hohes Maß an Kreativität aus. Der Live-Wettstreit mit den Partnerhochschulen und allgemein das Konkurrieren im Sinne der Harvard Case Study Method steigerten die Motivation und das Engagement der Studierenden maßgeblich. Trotz nicht vorgesehener Benotung der erbrachten Leistungen konnten wir die Attraktivität des Seminars sicherstellen. Neben Fähigkeiten im Umgang mit digitalen Medien konnten wir auch Kompetenzen wie Teamwork, Fremdsprachenkenntnis sowie den Erwerb fachspezifischen Know-hows fördern. Auftretende Komplikationen waren größtenteils simpler technischer Natur und hatten auf den Erfolg des Seminars keine Auswirkungen. Im Sinne einer praktischen Umsetzung *digitalisierter Lehre* empfehlen wir die erneute Durchführung des Seminars in der Zukunft.

## Referenzen

Fraas, C., Meier, S. & Pentzold, C. (2012). *Online-Kommunikation. Grundlagen, Praxisfelder und Methoden* (Sozialwissenschaften 10-2012). München: Oldenbourg.

Hammond, J. S. (2002). *Learning by the case method*. Boston: Harvard Business School.

Radtko, S. P., Pisani, P. & Wolters, W. (2006). *Handbuch visuelle Mediengestaltung. Visuelle Sprache: Grundlagen der Gestaltung; Konzeption digitaler Medien* (3., überarb. Aufl.). Berlin: Cornelsen Scriptor.

Riedel, J., Berthold, S. & Möbius, K. (2017). Kommunikation und Zusammenarbeit mit digitalen Medien unterstützen. In T. Köhler (Hrsg.), *Digitales Lehren & Lernen in der Hochschule* (2. überarb. aktual. Aufl., Heft 3). Zugriff am 02. November 2018 unter <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:bsz:14-qucosa-231759>

Wohlfart, O., Adam, S. & Hovemann, G. (in press). Zukünftige Anforderungen an Sportmanagementabsolvent\*innen (in Deutschland) aus Sicht der Arbeitgeber. In: J. Königstorfer (Hrsg.), *Sammelband des 22. Arbeitskreis Sportökonomie in München* (2018).

## Kontakt

Martin Kaden  
Sportwissenschaftliche Fakultät  
Jahnallee 59 / 04109 Leipzig  
+49 (0) 341 97-31681  
martin.kaden@uni-leipzig.de