

# Integration digitaler Elemente zur Förderung hybrider Lehr-/Lernformate am Beispiel des Moduls „Eventmarketing“ der Studienrichtung Event- und Sportmanagement

Alexandra Kroczewski-Gubsch<sup>1</sup>

Creative Commons Namensnennung –  
Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0  
International Lizenz. CC-BY-SA



DOI: 10.55310/jfhead.34

## Abstract

Im Beitrag wird ein hybrides Lehr- /Lernformat vorgestellt. Dabei soll die Vermittlung von Inhalten durch digitale Tools erläutert werden. Neben der Anwendung der Werkzeuge geht es auch um die Herausforderungen, die mit der hybriden Nutzung verbunden waren. Vor allem die Zerteilung der Seminargruppe erforderte besondere didaktische Anpassungen. Die ausgewählten Tools mussten sowohl von der Präsenz- als auch von der Onlinegruppe lernzielorientiert genutzt werden können, ohne dass sich eine Gruppe vernachlässigt fühlte.

## Keywords

Sportmanagement; Eventmanagement; Eventmarketing; Hybride Lehre; Onlinetools

- 1 Alexandra Kroczewski-Gubsch  
Event- und Sportmanagement,  
Berufsakademie Sachsen – Staatliche  
Studienakademie Riesa  
[alexandra.kroczewski-gubsch@ba-sachsen.de](mailto:alexandra.kroczewski-gubsch@ba-sachsen.de)

## 1 Rahmenbedingungen des Moduls und Lernziele

Die *Berufsakademie Sachsen* integriert sieben staatliche Studienakademien mit unterschiedlichen Schwerpunkten. Das Besondere an dieser akademischen Einrichtung ist die enge Verbindung von Theorie und Praxis (z. B. Erarbeitung der Zielgruppensegmentierung und Anwendung in eigenen Projekten). Die Studierenden an der Berufsakademie absolvieren in Zeitstunden das Pensum eines Fachhochschulstudierenden, verbringen jedoch die Hälfte der 36 Monate in einem kooperierenden Unternehmen (Beispiel Eventmanagement: Museen der Stadt Dresden oder Sportmanagement: BallsportArena Dresden). Das Studium an der *Berufsakademie Sachsen* führt nach drei Jahren in dem genannten Fachbereich zum Abschluss Bachelor of Arts und ermöglicht den Studierenden, sofort als qualifizierte Fach- und Führungskräfte von Unternehmen eingesetzt werden zu können (vgl. Berufsakademie Sachsen – Staatliche Studienakademie Riesa 2022).

Die im Rahmen des Beitrags vorgestellte Vorlesung *Eventmarketing* gehört an der *Staatlichen Studienakademie Riesa* zu den Pflichtbestandteilen im Studiengang *BWL-Dienstleistungsmanagement* mit den Vertiefungen *Event- oder Sportmanagement*. Das *Eventmarketing* stellt ein Drittel eines umfangreichen Moduls dar, das sich aus dem Eventmarketing, dem Sportmarketing und einem Praxistransfer teil zusam-

men setzt. Jeder Teilbereich wird von einer /m anderen Expert:in doziert. Das Modul adressiert im Kern die Ausbildung in den Schwerpunktfeldern Eventmarketing, Erlebniskommunikation, Kommunikationspolitik sowie fachspezifische Fähigkeiten/Fertigkeiten in den Bereichen instrumentale, systemische und kommunikative Kompetenz. Das Modul wird regulär im dritten Semester angeboten und baut auf den Lernzielen der vorangegangenen Semester auf. Ziel ist es, dass die Studierenden die Spezifika im *Event- und Sportmarketing* kennenlernen und die Instrumente der Kommunikationspolitik in diesen Bereichen zielgruppenspezifisch und anlassbezogen einsetzen können. Das didaktische Konzept fokussiert eine praxisorientierte Ausgestaltung unter Einbeziehung unterschiedlicher Methoden, Tools sowie Fall- und Praxisbeispiele. Die Vorlesung beinhaltet dabei einen Wechsel aus der Aufnahme von theoretischem Wissen und anschließender Praxisanwendung.

Die Arbeitsleistung des Gesamtmoduls wird um 30 Stunden eigenverantwortliches Lernen in der Theoriephase und um 60 Stunden eigenverantwortliches Lernen in der Praxisphase durch die Studierenden ergänzt. Der Bereich *Eventmarketing* hat einen Umfang von 30 LVS, die als Block an vier Vorlesungstagen grundsätzlich in Präsenz durchgeführt werden (einmal 6 LVS und dreimal 8 LVS).

## 2 Didaktische Herausforderungen während der Corona-Pandemie

Mit dem Ausbruch der Corona-Pandemie im Frühjahr 2020 waren die bisher etablierten Präsenzformate auch an der *Staatlichen Studienakademie Riesa* nicht mehr möglich. Präsenzvorlesungen wurden zunächst komplett auf die Online-Lehre umgestellt (Live-Streaming sowie Videoaufzeichnungen und ergänzende Übungsmaterialien).

Nach dem ersten großen Lockdown (Frühjahr 2020) wurden hybride Formate eingeführt, um dem beschriebenen Praxisanspruch gerecht zu werden. Ziel war es, dass zumindest ein Teil der Studierenden die Möglichkeit erhält, in Präsenz an der Veranstaltung teilzunehmen. Im Fokus stand insbesondere die synchrone Zusammenarbeit. Personen vor Ort und Personen online konnten zur selben Zeit miteinander interagieren.

Für die technische Umsetzung wurden die Seminarräume mit Kameras und Mikrofonen ausgestattet, um die Online-Lernenden über die Videokonferenzsoftware Zoom zuzuschalten. Das hat sehr gut funktioniert. Begleitend zu den synchronen Formaten erfolgte die Kommunikation der organisatorischen und technischen Rahmenbedingungen über das schon vor der Pandemie etablierte Lernmanagementsystem OPAL. Dabei zeigte sich, dass die meisten Studierenden im Umgang mit den Tools offen und interessiert waren. Allerdings musste mehr Zeit für die Erklärung von Auf-

gaben, die Nutzung von Tools oder auftretende Probleme eingeplant werden.

Zur Einhaltung der vorgegebenen Hygieneregeln wurde eine Hälfte der Studierenden vor Ort unterrichtet, während sich die andere Hälfte online zuschaltete. Die Einteilung der Gruppen erfolgte entsprechend der beiden Vertiefungen *Eventmanagement* und *Sportmanagement* im Studiengang BWL-Dienstleistungsmanagement. Am ersten Tag waren die Studierenden des Sportmanagements anwesend und die Studierenden im Eventmanagement online zugeschaltet, am zweiten Tag umgekehrt. Diese Teilung wurde für den dritten und vierten Vorlesungstag wiederholt. Darüber hinaus wurde den Studierenden angeboten, bis zur Maximalauslastung der Räume (unter Berücksichtigung der Hygieneregeln und Abstände) in Präsenz anwesend sein zu dürfen.

Die Anpassung an hybride Formate stellte die Lehrenden allerdings vor besondere Herausforderungen. Es mussten zum einen technische Aspekte berücksichtigt werden, wie zum Beispiel die Integration geeigneter digitaler Werkzeuge zur Förderung kollaborativer Lehr-Lern-Formate für eine gleichwertige Teilnahme beider Gruppen (Präsenzgruppe und Online-Teilnehmende). Zum anderen gab es auch organisatorische Herausforderungen, wie die Auswirkungen der Anzahl der Teilnehmenden auf das didaktische Setting, da vorab nicht immer eindeutig planbar war, wie viele Studierende tatsächlich vor Ort an der Veranstaltung teilnehmen.

Einerseits war es wichtig, gute Instrumente für die Lehre einzubinden, um die Online-Teilnehmenden zu

integrieren und andererseits musste der Zusammenhalt des gesamten Studiengangs gewährleistet bleiben. Fragen, die in diesem Zusammenhang und mit dem geplanten Konzept beantwortet werden sollten, waren:

- Welche didaktischen Instrumente (offline und online) sind lernzielorientiert nutzbar, um die didaktischen Herausforderungen zu meistern?
- Welche Rahmenbedingungen müssen beim Einsatz der neuen Instrumente berücksichtigt werden?

### 3 Anpassungen des Teilmoduls *Eventmarketing* als hybrides Lehr-Lern-Szenario

Für die Umsetzung der synchronen Lehrveranstaltungen als hybrides Lehr-Lern-Szenario mussten verschiedene Anpassungen vorgenommen werden. Im Folgenden werden exemplarisch drei ausgewählte Anpassungen in Form einer Gegenüberstellung der ursprünglichen und der modifizierten methodischen und technischen Herangehensweise dargestellt:

#### 3.1 Aktivierung

Ziel: Vorwissen abfragen und Verknüpfungen an bereits bestehendes Wissen ermöglichen

Ursprünglich geplante didaktische Methode: Tabuspiel (45 Minuten) mit zwei gemischten Gruppen

Beide Teams bestehen aus Event- und Sportmanagementstudierenden, die gegeneinander antreten und Punkte sammeln. Das Team mit den meisten Punkten gewinnt. Es wird so lange gespielt, bis alle Karten durchgearbeitet sind.

Das Auswahlkriterium für diese Methode basierte auf dem Gamification-Ansatz (vgl. Bazhin 2017, 169) und den damit verbundenen aktiven und spielerischen Elementen (vgl. Rauch 2013, 1f.) als unterhaltsamen Start in das Modul. Besonders die Studierenden der Studienrichtung Sportmanagement sind mit klaren Regeln, Zielen und Punktevergaben vertraut, da der Sport selbst so aufgebaut ist. Somit werden nicht nur Methodenkompetenzen gestärkt (u.a. Kreativität), sondern auch Sachkompetenzen (Vermittlung von Fachwissen) gefördert.

#### Herausforderung:

Das klassische Tabuspiel mit selbst erstellten Karten und fachspezifischen Begriffen aus dem Bereich Marketing konnte nicht wie sonst umgesetzt werden, da nicht alle vor Ort anwesend waren. Zudem wurde im letzten Jahr festgestellt, dass es eine fachliche Differenz zwischen den beiden Studierendengruppen hinsichtlich der Grundbegriffe im *Eventmarketing* gibt. Dementsprechend war eine Anpassung erforderlich.

Neue Methode: „geteiltes Wissen“ im Hybridformat

### Lösung:

Die Gruppe war aufgrund des hybriden Formats bereits zweiteteilt, was für das Spiel und den dazu gehörigen Gamification-Ansatz genutzt wurde. Die Präsenz-Teilnehmenden wurden vor Ort in kleine Gruppen eingeteilt und die Online-Teilnehmenden wurden via Zoom Breakout-Rooms zugeteilt. So entstanden insgesamt acht Kleingruppen. Die Eventmanagementstudierenden verfügten bereits über das abgefragte Wissen, während die Sportmanagementstudierenden die Inhalte nicht kannten. Deshalb wurde sowohl bei den Präsenz- als auch bei den Onlinegruppen darauf geachtet, dass bei der Zusammenstellung beide Fachrichtungen vertreten waren (je nach Gruppe kamen auf die 1-2 Sportmanagementstudierenden 2-3 Eventmanagementstudierende). Die Eventmanagementstudierenden mussten ihr Vorwissen aus ihren eigenen Mitschriften herausuchen und an die Sportmanagementstudierenden vermitteln. Es kam somit zu einem Transfer im Sinne des Peer Learning-Ansatzes (vgl. Boud et al. 2014, 6). Bevor die Gruppen mit ihrer Wissensaktivierung beginnen konnten, wurde allen das Vorgehen erläutert. Im Gegensatz zu den sonst verwendeten Tabu-Karten und der Spielanleitung erhielten die Teilnehmenden in OPAL ein Aufgabenblatt mit folgendem Inhalt:

- *Die Eventmanager:innen behandelten im ersten Semester bereits fachliche Inhalte zum Begriff Event. In den nächsten 45 Minuten ist es Ihre Aufgabe, den Sportmanager:innen diese Inhalte zu vermitteln.*

- *Hinweis für die Eventmanager:innen: Sie sind für einen guten Wissenstransfer zuständig. Erläutern Sie die einzelnen Bestandteile so, dass die Sportmanager:innen sie auch verstehen.*

Zusätzlich wurden als Unterstützung weiterführende Unterlagen zur Verfügung gestellt, die den Eventmanagementstudierenden als Orientierung dienen sollten:

- Arbeitsblatt mit den Definitionen eines Events (zum Einstieg)
- Arbeitsblatt mit verschiedenen Aspekten (Eventmerkmale, Eventarten)
- zusätzlicher Text (Jäger 2018)

### Fazit:

Die inhaltliche Umstellung und auch die Zusammenstellung der Kleingruppen kam sehr gut an, wie die nachgelagerte offizielle Modulevaluation zeigte („Keine Hinweise an Frau Gubsch, denn in Bezug auf Vermittlungstechnik, Rhetorik, Material, Aktivierung und Anforderungen ist alles super.“/„Frau Gubsch (...) hat aktuelle Beispiele mit einbezogen und hat uns sehr gut animiert! Das möchte ich besonders loben.“) Deshalb wird die Methode zukünftig beibehalten (unabhängig vom Format). Die Organisation der Gruppen stellte für mich eine Herausforderung dar, da ich sowohl in den Präsenzgruppen als auch in den Breakout-Sessions vorbeischaun wollte und mich somit innerhalb des Seminarraumes zurückziehen und in die Kommunikation mit den Online-Teilnehmenden gehen

musste. Dabei war die Geräuschkulisse der Präsenz-Teilnehmenden ein Störfaktor.

### 3.2 Faktensammlung zur Frage: Welche Gründe sprechen für das Eventmarketing?

Ziel: Studierende sollen Argumente für dieses Kommunikationsinstrument benennen

Ursprünglich geplante didaktische Methode: Brainstorming im Plenum mit Ergebnissammlung auf einem Flipchart

Das Auswahlkriterium für diese Methode lag im kreativen Ansatz des Brainstormings (vgl. Bazhin 2017, 171). Die Studierenden sollten Selbstkompetenzen (u.a. Durchsetzungsvermögen) und Sozialkompetenzen (u.a. Kommunikations- und Kooperationsfähigkeit) einsetzen und für einen produktiven Gruppenprozess nutzen (vgl. Wipper & Schulz 2021, 60).

### Herausforderung:

Die Methode sieht vor, dass sich die Studierenden melden, ihre Ideen/Argumente nennen und die Lehrkraft diese Aspekte am Flipchart sammelt. Da ich mich mitig im Raum (und somit nicht ständig vor dem Rechner) befand, konnte ich die Meldungen der Teilnehmenden nicht sehen. Wenn die Online-Teilnehmenden einfach darauf losgesprochen hätten, wäre es wahr-

scheinlich zu Überschneidungen bei Wortmeldungen gekommen.

Neue Methode: „Wissenssammlung mit dem Zumpad“ im Hybridformat

#### Lösung:

Der sonst mündliche Austausch wurde in eine schriftliche Form umgestaltet und damit der ursprünglichen Brainstorming-Ansatz behalten. Damit beide Gruppen gleichzeitig arbeiten konnten, wurde das Tool Zumpad gewählt. Dazu wurde ein Zumpad extra für dieses Modul angelegt und damit sichergestellt, dass nur unsere Seminargruppe damit arbeitet. Nachdem sowohl die Präsenz- als auch die Onlinegruppe den Zugangslink zum Pad hatte, konnten sich alle einloggen und im Sinne eines Collaborative Notetaking (vgl. Orndorff 2015, 247–258) arbeiten.

#### Fazit:

Grundsätzlich ist die Transformation der Aufgabe gelungen. Es lassen sich jedoch drei kritische Aspekte ableiten. Zum einen muss vorher klar kommuniziert werden, dass die Inhalte der anderen Teilnehmenden im Zumpad nicht einfach zu löschen sind (eine Funktion, die Löschung durch andere zu verhindern, gibt es nicht). Als zweites ist anzumerken, dass die Teilnehmenden nicht in einen verbalen Austausch gehen, sondern kollaborativ schreiben. Und drittens sitzen alle Teilnehmenden vor einem Rechner, sodass der Mehrwert der Anwesenheit für die Präsenzgruppe

etwas verloren geht. Als Vorteil ist auf jeden Fall die Fixierung der Inhalte durch jede/n individuell und auch durch die Lehrkraft zu sehen.

### 3.3 Bearbeitung einer Fallstudie

Ziel: Studierende sollen erklären, wann und wie Events im Sport ihren kommerziellen Ursprung haben

Ursprünglich geplante didaktische Methode: Text über die „Adidas Streetball Challenge“ lesen und anschließend die individuelle Take Home Message in die Gruppe kommunizieren

Das Auswahlkriterium für die Case Study lag in der Anwendungsorientierung und dem damit verbundenen Theorietransfer in die Praxis (vgl. Steckelberg 2017, 9). Nur wenn Studierende lernen, Modelle in die Umwelt zu transferieren und dem Transfer ein hinreichendes Modell voraussetzen, ist das Meistern von Herausforderungen möglich (Conant-Ashby Theorem nach Conant & Ashby 1970, 89). Damit werden unter anderem die Methodenkompetenzen (u. a. Transferkompetenz) und Sozialkompetenzen (u. a. Kommunikationsfähigkeit) gefördert.

#### Herausforderung:

Normalerweise sucht die Lehrperson 3-6 Studierende aus, die ihre Take Home Message vorstellen. Bei rund 30 Studierenden ist das aber nicht möglich. Außer-

dem kommt hinzu, dass nach den ersten Teilnehmenden die anderen nur noch wiederholen, was bereits gesagt wurde.

Neue Methode: „Take Home Message mit dem Chatstorm“ im Hybridformat

#### Lösung:

Um einen Überblick über die individuelle Take Home Message von allen zu erhalten, wurde ein Chatstorm eingesetzt: Diese Methode ist vom Shitstorm abgeleitet, der „das geballte Auftreten heftiger Kritik gegen Einzelpersonen, Personengruppen oder Unternehmen auf Social-Media-Profilen, Blogs und anderen Webauftritten mit Kommentarfunktion“ beschreibt (IONOS SE 2022). Beim Chatstorm sollen zunächst alle Teilnehmenden ihre individuelle Take Home Message in die Chatfunktion z. B. in Zoom schreiben, aber noch nicht abschicken. Das Absenden erfolgt erst auf das Zeichen der Lehrperson. Dann erscheinen alle individuellen Antworten auf einmal im Chat. Danach haben alle Teilnehmenden etwas Zeit, sich die Antworten durchzulesen (vgl. J & K 2020). Mit diesem methodischen Ansatz soll vor allem die Wertschätzung für die Antworten der Studierenden deutlich und die Motivation zur Teilnahme hochgehalten werden (vgl. Mangler & Bauer 2005, 13).

#### Fazit:

Da die Lehrkraft bei Zoom nicht sieht, wer schreibt und wie lange jemand schreibt, ist die einkalkulierte

Zeit zum Eingeben der Antwort schwer einzuschätzen. Während einige schon fertig sind, sind die anderen erst am Anfang der Formulierung. Außerdem arbeiten wieder alle am Rechner und sind damit eher digital ausgerichtet. Dennoch setze ich diese Methode sehr gerne ein, weil sie schnell und einfach anzuwenden ist. Es sollte jedoch beachtet werden, dass sie nicht zu oft verwendet wird, denn ein zu häufiger Einsatz erzeugt Eintönigkeit und Langeweile.

## 4 Zusammenfassung und Ausblick

Der coronabedingte Einstieg in die Online-Lehre (Handling der Lehrsoftware, Einschalten der Kamera, Nutzung des Mikrofons, Verwendung verschiedener Videokonferenzsysteme und Onlinetools) öffnete für Lehrende und Studierende Wege, die auch zukünftig vielfältige didaktische Mehrwerte liefern können (vgl. Schultz-Pernice et al. 2020, 7). Während eine gewisse Flexibilität in der Durchführung der Lehr-Lern-Formate in Bezug auf die tatsächliche Teilnehmendenzahl unumgänglich bleibt (die allerdings auch im Präsenzformat notwendig ist), sollte bei der Integration der Onlinetools darauf geachtet werden, dass nicht zu viel digital gearbeitet wird. Bei einem sinnvollen Einsatz (Anzahl und Auswahl) ergeben sich jedoch sehr schöne Möglichkeiten zur synchronen Zusammenarbeit von Offline- und Online-Teilnehmenden.

## Literatur

- Bahzin, A. (2017). Lernen lernen in Studium & Weiterbildung. Schlüsselkompetenzen und Lernmethoden für den persönlichen Erfolg. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag.
- Berufsakademie Sachsen – Staatliche Studienakademie Riesa (2022). Vor dem Studium. <https://www.ba-riesa.de/vor-dem-studium/studieninformationen> (29.09.2022).
- Boud, D., Cohan, R. & Samspon, J. (2014). Peer Learning in Higher Education. Learning from & with each other. London and New York: Routledge (Taylor and Francis Group).
- Conant, R. C. & Ashby, W. R. (1970). Every good regulator of a system must be a model of that system. *International Journal of Systems Science*, 1:2, 89–97, DOI: 10.1080/00207727008920220.
- J & K – Jöran und Konsorten GmbH & Co. KG (2020). Folien: Methoden beim Online-Lernen – Chat-Gewitter, Emoji-Gewitter, GIF-Gewitter und #TIL-Storm. <https://www.selbstlernen.net/materialien-fuer-online-veranstaltungen/folien-methoden-beim-online-lernen-chat-gewitter/> (29.09.2022).
- IONOS SE (2022). Shitstorm – PR-Katastrophen im Netz. <https://www.ionos.de/digitalguide/online-marketing/social-media/shitstorm-die-digitale-empowerungswelle/#~:text=Als%20Shitstorm%20bezeichnet%20man%20in,und%20anderen%20Webaufritten%20mit%20Kommentarfunktion> (29.09.2022).
- Mangler, J. & Bauer, Ch. (2005). A CEWebS Component for Facilitating Online Cooperative Brainstorming Processes (ChatStorm) and Drawing Activity Diagrams (GraphTalk). <http://gruppe.wst.univie.ac.at/~mangler/Papers/2004-ICL-chatstorm.pdf> (29.09.2022).
- Orndorff, H. N. (2015). Collaborative notetaking: The impact of cloud computing on classroom performance. In: Harrington, C. (2015): Student success in College: Doing what works! 2. Aufl. Boston: Cengage Learning, S. 247–258.
- Rauch, J. (2013). Wirkungsweise und Implementierung von Gamification. [https://uol.de/fi/2/dept/informatik/ag/parsys/BA\\_Jens\\_Rauch\\_Gamification.pdf](https://uol.de/fi/2/dept/informatik/ag/parsys/BA_Jens_Rauch_Gamification.pdf) (29.09.2022).

Schultz-Pernice, F., Becker, S., Berger, S., Ploch, N., Radkowsch, A., Vejvoda, J. & Fische, F. (2020). Evidenzorientiertes Digitales Lehren und Lernen an der Hochschule. Erkenntnisse und Empfehlungen aus der Lehr-Lernforschung. München. [https://www.mzl.uni-muenchen.de/lehkraefte/materialpool/medienpaedagogik/evidenzor\\_digit\\_lul.pdf](https://www.mzl.uni-muenchen.de/lehkraefte/materialpool/medienpaedagogik/evidenzor_digit_lul.pdf) (29.09.2022).

Steckelberg, A. V. & Kiel, A. (Hrsg.) (2017). Kreativität im Sport: Kreative Fallstudien für die praxisnahe Lehre. Wiesbaden: Springer VS.

Wipper, A. & Schulz, A. (2021). Digitale Lehre an der Hochschule. Vom Einsatz digitaler Tools bis zum Blended-Learning-Konzept. Opladen & Toronto: Verlag Barbara Budrich.

### Zitiervorschlag:

Kroczewski-Gubsch, A. (2023). Integration digitaler Elemente zur Förderung hybrider Lehr-/Lernformate am Beispiel des Moduls „Eventmarketing“ der Studienrichtung Event- und Sportmanagement. In: *Perspektiven auf Lehre. Journal for Higher Education and Academic Development*, 3(1), 38–44.

DOI: 10.55310/jfhead.34

