



Studiengang BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie Freizeitwirtschaft

Die Freizeitwirtschaft gilt als Deutschlands größter Arbeitgeber und damit als enorm wichtiger Wirtschaftsfaktor. Aus „Schlechtwetterangeboten“ sind Attraktionen geworden, die Feriengäste und Einheimische gleichermaßen begeistern. Zoos, Freibäder, Sportarenen und Themenparks – um nur einige Angebote der Freizeitwirtschaft zu nennen – sind wichtige Wachstumsmärkte. Voraussetzung hierfür sind Nachwuchskräfte, die durch ein fundiertes betriebswirtschaftliches Studium in der Lage sind, sich den Herausforderungen eines dynamischen Marktes zu stellen.

Zielsetzung und Inhalte

Die Vielfältigkeit der Freizeitbranche spiegelt sich in der Multidisziplinarität des Studiums wider. Moderne Freizeitanlagen bieten ihren Gästen eine Vielzahl von Möglichkeiten. Die Angebote reichen über Gastronomie, Übernachten und Events bis zu Wellnessangeboten und Teamtrainings. Dementsprechend werden im Schwerpunkt Freizeitwirtschaft wesentliche Aspekte des Hotel- und Gastronomiemanagements, des Reiseverkehrsmanagements, des Destinationsmanagements sowie des Eventmanagements vermittelt.

Die Module des Studienschwerpunkts beziehen sich inhaltlich neben den Grundlagen zu Tourismus und Freizeitwirtschaft auf Freizeitmärkte sowie Strukturen und Prozesse in den Freizeitunternehmen. Ein Aspekt ist etwa das Management von Freizeitanlagen und -dienstleistungen.

Projektstudien, Seminare und Vorlesungen zu freizeit- und tourismuswissenschaftlichen Grundlagen, aber auch zu konkreten Managementaufgaben, unter anderem Servicequalität, Marketing und Personalwirtschaft, erschließen die theoretischen Aspekte des Studiums.



Mögliche Partnerunternehmen

Erleben & Entspannen: Themenwelten und Brand Lands, Factory-Outlets und Shoppingmalls, Urban Entertainment Centers und Multiplex-Kinos, Wellness- und Bäderlandschaften, Ferien- und Campingparks

Sport & Spiel: Sportarenen und Golfanlagen, Bergbahnen und Marinas, Freizeit- und Vergnügungsparks, Outdoor-Erlebnisreiseanbieter

Kunst & Kultur: Technische Museen und Kunstmuseen, Freilicht- und Heimatmuseen, Schlösser und Burgen, Zoologische und Botanische Gärten, kulturelle Großveranstalter und Konzerthäuser

Sie haben noch Fragen?

Ihre Ansprechpartner für den Studienschwerpunkt BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie / Freizeitwirtschaft

DHBW Ravensburg
Marienplatz 2
88212 Ravensburg
Tel.: +49 (0) 751 / 18999 - 0
studieninfo@dhw-ravensburg.de
www.ravensburg.dhw.de

Studiengangsleiter
Prof. Dr. Torsten Widmann
Tel.: +49 (0) 751 / 18999 - 2125
widmann@dhw-ravensburg.de

Sekretariat
Stephanie Strauß
Tel.: +49 (0) 751 / 18999 - 2124
strauss@dhw-ravensburg.de

 [instagram.com/
dhbw-ravensburg](https://www.instagram.com/dhbw-ravensburg)

 [facebook.com/
DHBWRAVENSBURG](https://www.facebook.com/DHBWRAVENSBURG)

Studienplan BWL – Tourismus, Hotellerie und Gastronomie

Freizeitwirtschaft

MODULBEREICHE	1. STUDIENJAHR	2. STUDIENJAHR	3. STUDIENJAHR	
STUDIENGANGSMODULE BWL Ausführlich siehe Rahmenflyer				60 CP
STUDIENRICHTUNGSKERNMODULE TOURISMUS, HOTELLERIE UND GASTRONOMIE				75 CP
STUDIENRICHTUNGS- KERNMODULE	GRUNDLAGEN TOURISMUSWIRTSCHAFT	KUNDENORIENTIERTES MANAGEMENT	NACHHALTIGES MANAGEMENT	45 CP
	TOURISTISCHE WERTSCHÖPFUNG	WERTORIENTIERTES MANAGEMENT	SYSTEMORIENTIERTES MANAGEMENT	
	WIRTSCHAFTSENGLISCH I + II	WIRTSCHAFTSENGLISCH III + IV	INTEGRATIONSSEMINAR ZU BRANCHENTHEMEN	
STUDIENSCHWERPUNKTMODULE FREIZEITWIRTSCHAFT				
STUDIENSCHWERPUNKTMODULE FREIZEITWIRTSCHAFT		GRUNDLAGEN	AUSGEWÄHLTE ASPEKTE	20 CP
		Einführung Freizeitwirtschaft	Integrierte Resorts	
		Management von Freizeitanlagen und -dienstleistern	Aktuelle Themenfelder in der Freizeitwirtschaft	
WAHLPFLICHTMODULE FREIZEITWIRTSCHAFT				
WAHLPFLICHTMODULE eines wählbar			CONTROLLING DIENSTLEISTUNGSMARKETING INTERKULTURELLES MANAGEMENT PERSONALMANAGEMENT	10 CP
SCHLÜSSELQUALIFIKATION, BETRIEBLICHE PRAXIS, BACHELORARBEIT				75 CP
SUMME CREDIT POINTS (CP)	70 CP	70 CP	70 CP	210 CP

LEHRE



- die Bibliothek bietet umfangreiche Fachliteratur und Zeitschriften bis hin zu tourismusspezifischen Datenbanken
- Fachexkursionen zu Destinationen und Unternehmen ermöglichen zusätzliche Einblicke in die Praxis
- in Fallstudien und Planspielen simulieren die Studierenden betriebliche Abläufe und Entscheidungsprozesse. Neben der Fachkompetenz lernen sie dabei, im Team Lösungen zu finden sowie soziale, ökologische und wirtschaftliche Aspekte mit Blick auf die Branche abzuwägen und zu reflektieren

MARKTFORSCHUNG



- eine professionelle Ausstattung ermöglicht anwendungs- und transferorientierte Forschung unter anderem in folgenden Bereichen: Zielgruppenforschung, Marken- und Imageanalysen, Produkttests, Kundenzufriedenheitsanalysen, Usability-Tests sowie Werbeforschung
- das MediaLab der DHBW Ravensburg stellt dazu eine umfassende Hard- und Software zur Verfügung, unter anderem Eye-Tracking-Brillen zur Analyse einer Website, einen Age Suit für Alterssimulationstests und SPSS-Lizenzen zur statistischen Analyse von Marktforschungsdaten

INTERNATIONAL



- Wirtschaftsenglisch ist im Studienplan verankert, zudem gibt es ein umfangreiches studienbegleitendes Sprachangebot
- während des Studiums ist in Absprache mit dem Dualen Partner ein Auslandssemester an einer der rund 70 Partneruniversitäten der DHBW Ravensburg möglich
- verschiedene Duale Partner ermöglichen bereits in den Praxisphasen internationale Erfahrungen
- nach dem Studium bieten sich zahlreiche Karriereperspektiven im Ausland