



HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.

VEREINSMANAGER-KONGRESS 2025 „HEIMSPIEL“

„ERFOLGREICHE ÖFFENTLICHKEITSARBEIT IM
AMATEUR- & BREITENFUßBALL“



Referent

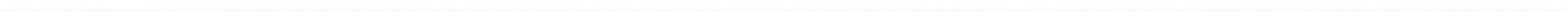
René Beck

Dipl.-Kfm. (FH), Sportmanagement
zertifizierter DOSB-Ausbilder



Kontaktdaten

M: +49 1523 86 99 690
E: rene_beck@hotmail.de





HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



Referent

René Beck | Dipl.-Kfm. (FH), Sportmanagement

adidas
GROUP



cewe group





Zitat

„Es findet immer ein Verkauf statt.
Entweder verkaufen Sie dem Kunden
Ihr Produkt.
Oder der Kunde verkauft Ihnen sein Nein.“

David Ogilvy



HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



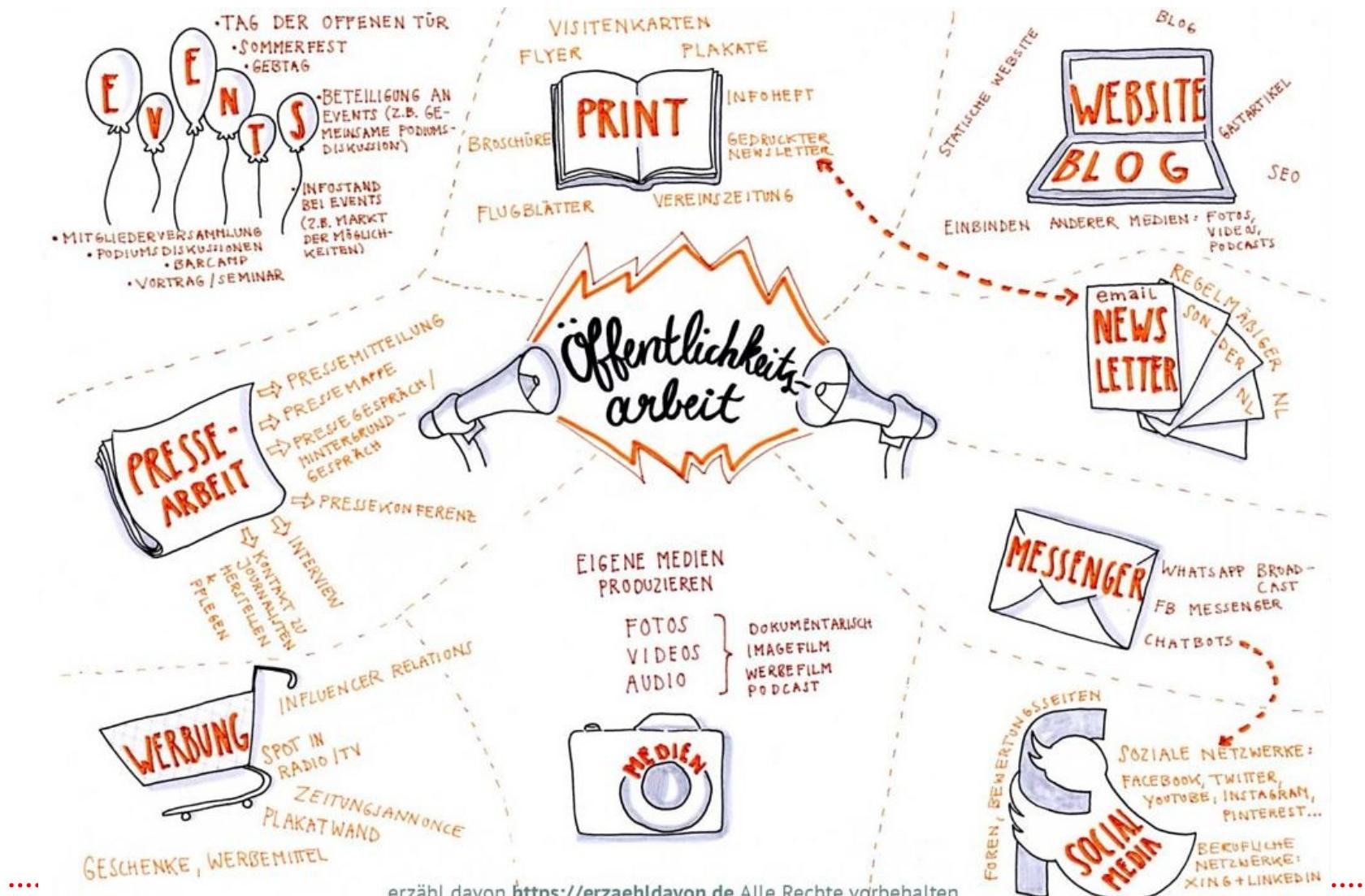


Teilnehmer*innen

- Kurzvorstellung (Name, Verein, Funktion)
- Was umfasst für Euch der **Begriff „Öffentlichkeitsarbeit“?**



HESSISCHER FUSSBALL-VERBAND e.V.





Agenda

Beginn & Begrüßung

Einführung

1. Theoretische Grundlagen der Öffentlichkeitsarbeit

- 1.1 Begriffsdefinition(en)
- 1.2 Einordnung in den Marketing-Mix
- 1.3 Kommunikationsanlässe
- 1.4 Ziel-, Interessen- & Anspruchsgruppen
- 1.5 Aufgaben & Ziele der Öffentlichkeitsarbeit

Kaffeepause



Agenda

2. Öffentlichkeitsarbeit im Sportverein

2.1 Fallbeispiele

- a. Kommunikationsstrategie: Zielgruppen-spezifische Ansprache
- b. Branding: Visuelle Kommunikation des Vereins
- c. Wahrnehmung steigern: Guerilla Marketing & Co.
- d. Storytelling

2.2 Herangehensweise

kurze Pause





Agenda

3. Aufbau einer Vereinsmarke

- 3.1 Mega-Trends: Die 12 großen Treiber des Wandels
- 3.2 Relevanz von Zukunftstrends / -themen für Sportanbieter
- 3.3 Strategische Markenpositionierung und Entwicklung eines Vereinsimages

Präsentationen

Fragen & Diskussion





Theoretische Grundlagen

Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations) – Begriff

... legt Schwerpunkt auf Aspekt der **Beziehungsbildung** mit der Öffentlichkeit.

... meint [...] das „**Kommunikationsmanagement**“ in und für Organisationen
(v.a. Unternehmen, Verbände, Nonprofit-Organisationen, Parteien & Behörden)
= **Organisationskommunikation**

Vgl. Gabler Wirtschaftslexikon





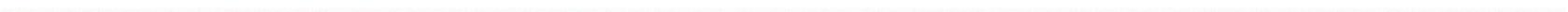
Theoretische Grundlagen

Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations) – Begriff

“

Jede Kommunikation mit Öffentlichkeiten intendiert mehr als eine Mitteilung; sie zielt, geplant oder spontan, bewusst oder unbewusst, darauf ab, eine Beziehung zu den angesprochenen **Publika** zu schaffen.

Avenarius, H. (2008): Public Relations, S. 3





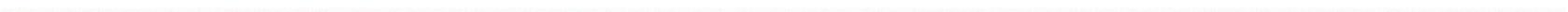
Theoretische Grundlagen

Kommunikationstheorie – Zitat

“

Man kann nicht
nicht kommunizieren.

Paul Watzlawick
Philosoph & Kommunikationswissenschaftler





Theoretische Grundlagen

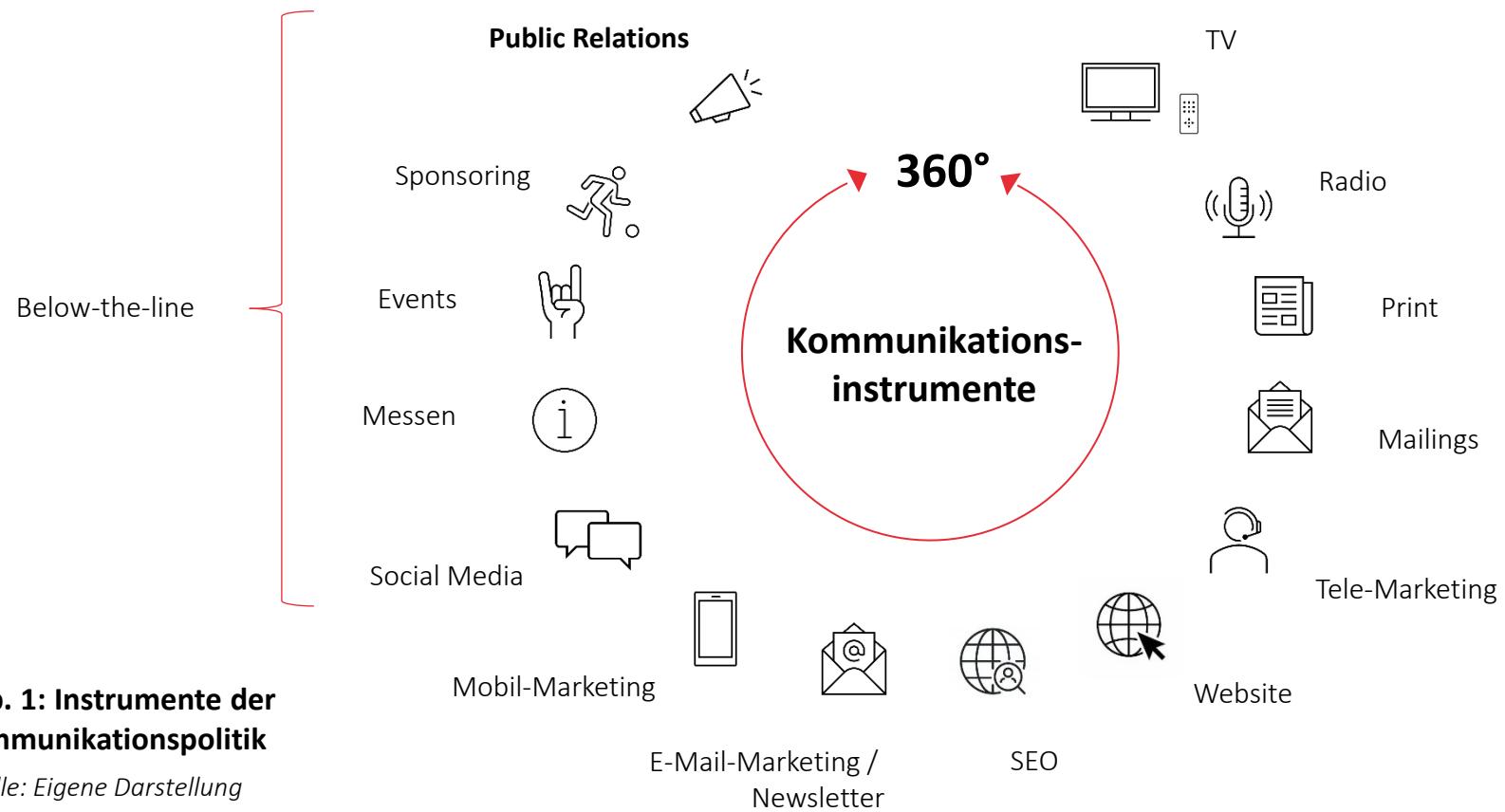
Einordnung in den Marketing-Mix

- = Gesamtheit aller zur Erreichung der Marketingziele festgelegten Aktivitäten
 - **Produktpolitik** (Product)
 - **Preispolitik** (Price)
 - **Distributionspolitik** (Place)
 - **Kommunikationspolitik** (Promotion)





Theoretische Grundlagen





HESSISCHER FUSSBALL-VERBAND e.V.





Aufgabe

Kommunikationsanlässe

Es existieren verschiedenartige Anlässe das Vereinsumfeld und die Öffentlichkeit zu informieren (bzw. in den Austausch/Dialog zu treten).

- Welche **Kommunikationsanlässe** existieren in Eurem Verein?
- Mit welchen **Ziel-/Interessen-/Anspruchsgruppen** kommuniziert ihr?





Lösung

Ziel-, Interessen- & Anspruchsgruppen

- Bevölkerung
- Bund / Land / Kommune
- Wirtschaftsunternehmen
- andere Organisationen oder Personen
- Medienvertreter / Journalisten
- sonstige Multiplikatoren (z.B. Blogger, Influencer)





Theoretische Grundlagen

Aufgaben & Ziele der Öffentlichkeitsarbeit

... richten sich grundsätzlich nach den **Zielgruppen**.

... richtungweisend ist das von *Grunig* entwickelte und von *Avenarius* auf deutsche Verhältnisse übertragene System der **vier Public-Relations-Modelle**.





Theoretische Grundlagen

Aufgaben & Ziele der Öffentlichkeitsarbeit

	Information	Publicity	Dialog	Überzeugungsarbeit
Charakteristik	mitteilen	propagieren	Austausch	argumentieren
Art der Kommunikation	Einweg-kommunikation (umfassend)	Einweg-kommunikation (stark verkürzt)	symmetrische Zwei-Wege-Kommunikation	asymmetrische Zwei-Wege-Kommunikation; Feedback
Kommunikationsmodell	Sender → Empfänger	Sender → Empfänger	Gruppe < > Gruppe	Sender < > Empfänger
Beispiel	Medienmitteilung	Plakat	Pressekonferenz	Fanstammtisch

Abb. 2: Die vier Public-Relations-Modelle

Quelle: Eigene Darstellung; in Anlehnung an: Avenarius, H.



HESSISCHER FUSSBALL-VERBAND e.V.



Praxisbeispiele

Pressegespräch/-mitteilung



Initiative SPORTVEREIN 2020 | Helmut-Spahn-Str. 17 | 50933 Köln

Pressemitteilung: Sportverein 2020 wieder gestartet

Seit dem 17. August können sich die Sportvereine der Metropolregion Rhein-Nekar wieder für eine Teilnahme an Sportverein 2020 bewerben. Das erneute Engagement des Impulspatrons BASF SE ermöglicht die Fortsetzung der zwischen 2014 und 2016 erfolgreich etablierten Initiative zur Unterstützung der Angebotsentwicklung in Sportvereinen. Dabei wird mit einer neuen Schwerpunktsetzung ein neues Kapitel der Initiative eröffnet. Ab 2017 bis 2020 liegt der Fokus von Sportverein 2020 auf der Weiter- und Neu-Entwicklung der Vereinsangebote mit Zielgruppen mit besonderem Inklusions- und Integrationsbedarf sowie auf der Stärkung der Kooperationskompetenz der Sportvereine in diesem Bereich.

Im Mittelpunkt steht dabei die Förderung von Kooperationen zwischen Sportvereinen und sozialen Einrichtungen, die einen Beitrag zu einer sozialen Begegnungsraum - zu erfahren, Barrieren abzubauen und den gesellschaftlichen Zusammenhalt zu stärken. Durch die zielgruppenspezifische Angebotsentwicklung werden positive Effekte für die Sportvereine erwartet: Insbesondere Mitglieder gewinnung, Vielfalt in der Mitgliedersstruktur, Stärkung lokaler Netzwerke zu Politik und Wirtschaft sowie Zugang zu Fördermitteln.

Sportverein 2020 trägt dazu bei, das große Potential der Sportvereine - als Politikpartner, sozial-typischer Teilhaber und als ein sozialer Begegnungsraum - zu entfalten, Barrieren abzubauen und den gesellschaftlichen Zusammenhalt zu stärken. Durch die zielgruppenspezifische Angebotsentwicklung werden positive Effekte für die Sportvereine erwartet: Insbesondere Mitglieder gewinnung, Vielfalt in der Mitgliedersstruktur, Stärkung lokaler Netzwerke zu Politik und Wirtschaft sowie Zugang zu Fördermitteln.

Die Initiative läuft über drei Zyklen von 2017 bis 2020, wobei insgesamt bis zu 72 Sportvereine teilnehmen können. Für den ersten Zyklus können sich die Sportvereine des Badischen Sportbundes Nord, des Sportbundes

Initiative SPORTVEREIN 2020
Helmut-Spahn-Str. 17
50933 Köln
Telefon: 0221 - 430 73 194
Fax: 0221 - 430 73 612
Mail: team@sportverein2020.de
Web: www.sportverein2020.de

Initiator & Premiumpartner Projektpartner



HESSISCHER FUSSBALL-VERBAND e.V.



Praxisbeispiele

Tag der offenen Tür | Aktionstag(e)



30 Jahre AIKIDO VEREIN FREIBURG

AIKIDO VEREIN FREIBURG

Tag der offenen Tür

Jetzt unverbindlich Aikido kennenlernen!

Sonntag, 22. Oktober 11 bis 16 Uhr

Probetrainings den ganzen Tag
Einfach bequeme Sportkleidung mitbringen.

Aikido Verein Freiburg
Sundgauallee 39 · 79114 Freiburg
www.aikido-freiburg.de

FITROPOLIS
im Verein wohl fühlen

EIN SPORTVEREIN FÜR ALLE

FITROPOLIS - Das Fitness-Studio der TSG Heidelberg-Rohrbach e.V.

TAGE DER OFFENEN TÜR 2023

SO 08.10. 10-18 Uhr
Fitnessersteigerwoche über 50 Kurse zum Schnuppern

SO 15.10. 10-18 Uhr
FREILUFTHALLE FÜR KURSE

Aktionsvorteile nutzen und bis zu 300 €* sparen

*Vom Abschluss einer Mitgliedschaft am Bewertungszeitraum bis zur Vergabe des Rabatts geschnitten

Am Rohrbach 57 · 69126 Heidelberg · Tel. 0 62 21 / 37 03 - 37 · FITROPOLIS@TSGRohrbach.de · www.FITROPOLIS.de

SG SCHORNDORF ▶
ULRICH SCHATZ SPORTZENTRUM

Die SG fördert Gesundheit!

TAG DER OFFENEN TÜR
26. September 2021

GRATIS-MONAT & STARTPAKET MONATLICH KÜNDBAR*

10 - 18 UHR

Reformhaus Kaliss schenkt dir 1 Monat Fitness, Wellness & Kurse!

*Vom Abschluss einer Mitgliedschaft am Bewertungszeitraum bis zur Vergabe eines Mitgliedschaftsrabatts geschnitten

Reformhaus mit Bio-Markt Kaliss

**DEUTSCHE MEISTERSCHAFT
SPORT PRO FITNESS IM SPORTRÄUM**

Richard-Kapphan-Str. 39 73614 Schorndorf Tel: 07181 969 808-0



HESSISCHER FUSSBALL-VERBAND e.V.



Praxisbeispiele

Tag der offenen Tür | Aktionstag(e)



 Tennisclub Grün-Weiß
Kirchzarten e.V.

Willkommen zur **SAISONERÖFFNUNG** mit **TAG DER OFFENEN TÜR**

AM 29. APRIL 2018 VON 11 BIS 16 UHR

IM PROGRAMM:

- Schnuppertraining
- Ballsport-Olympiade „Klein mit Groß“
- Mannschaftstraining
- Freies Spielen
- Informationen rund um den TC Grün-Weiß
- Kaffee und Kuchen, Snacks, Getränke

Mitbringen sind lediglich Sportbekleidung und Tennisschuhe. Tennisschläger und Bälle sind vorhanden.

27.03.2018 – Der Vorstand



TAG DER OFFENEN TÜR AM 19.09.2021, 10-16 UHR



Unter dem Motto „Golfclub und Golfakademie kennenlernen“ erwartet Sie bei uns ein erlebnisreicher Tag!

Für Golfer

- 18 Löcher zum Sonderpreis von 50,- €
- 9 Löcher zum Sonderpreis von 30,- €
- 11:00 und 14:00 Uhr: Vorführung Trickgolfer Karsten Maas
- 10:00-11:00, 12:00-14:00 und 15:00-16:00 Uhr: Kostenloser TrackMan-Schwunganalyse mit Gary Hillson und Gary Kershaw
- Demo-Tag der Firmen Callaway und Taylormade
- Golfakademie zur freien Verfügung, inkl. Bälle
- Putting-Wettbewerb

Für Interessenten

- 10:00-11:00, 12:00-14:00 und 15:00-16:00 Uhr: Kostenloses Ausprobieren auf der Driving-Range mit Schnuppergolf
- Leihschläger und Bälle werden gestellt. Mitzubringen sind nur Sportschuhe und bequeme Kleidung
- Golfakademie zur freien Verfügung, inkl. Bälle
- Putting-Wettbewerb

Weiteres: Vorführung KinderLicht-Clown Gunther Veh um 12:30 Uhr

Adresse der Clubanlage: Bäckerbarg 10, 22889 Tangstedt-Wilstedt, Tel. 04109/554 45 46, E-Mail: info@golfclub-oberalster.de, mehr Infos finden Sie unter www.golfclub-oberalster.de



Änderungen vorbehalten.



HAUS MARIA VEEN

HERZLICHE EINLADUNG ZUM TAG DER OFFENEN TÜR

Haus Maria Veen · Am Kloster 1 · 48734 Reken

SONNTAG, 8. SEPTEMBER 2024 14.00 BIS 17.30 UHR

Für alle interessierten Besucher:innen und Familien bieten wir:

- Einblicke in die Angebote und Strukturen der Einrichtung und Informationen zur stationären Wohnungslosenhilfe (§67 SGB XII)
- Führungen durch die unterschiedlichen Bereiche (halbstündig von 14:30 Uhr bis 16:30 Uhr; Startpunkt im Theatersaal)
- Einblicke in den Neu- und Erweiterungsbau am Pflegewohnheim
- Besichtigung und Angebote von Abteilungen der Tagesstruktur (Landwirtschaft und Kühhalle, Tischlerei, Gärtnerei, Werkhalle, offene Werkstatt, Bäckerei, Wäscherei)
- Kalte Getränke und Bratwurst vom Grill sowie Kaffee und Kuchen im neuen Speisesaal
- ausgeschilderte Parkmöglichkeiten



Weitere Informationen zum Haus Maria Veen, Einrichtung der stationären Wohnungslosenhilfe, finden Sie auf: www.vka-westfalen.de





HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



Best Practice

Flohmarkt

oder

Tauschbörse





HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



Kaffeepause!

15 Minuten für Kaffee, Lüften & Mobilisieren



Agenda

2. Öffentlichkeitsarbeit im Sportverein

2.1 Fallbeispiele

- a. Kommunikationsstrategie: Zielgruppen-spezifische Ansprache
- b. Branding: Visuelle Kommunikation des Vereins
- c. Wahrnehmung steigern: Guerilla Marketing & Co.
- d. Storytelling

2.2 Herangehensweise

kurze Pause





Praxisbeispiele

Aktionen für Teil-Öffentlichkeiten



STUDI-TAG
BEIM 1. FC MAGDEBURG

Preis für eingeschriebene
Studenten im Block 12

~~29€~~ **15€**

1fcm.de/tickets

mit dem Promocode: FCM-STUDI633C1





HESSISCHER FUSSBALL-VERBAND e.V.



Praxisbeispiele

Aktionen für Teil-Öffentlichkeiten

DRESDNER EISLÖWEN

Zum Spiel gegen den VfB
**Hertha BSC lädt
1000 Flüchtlinge
ins Stadion ein**

Hertha setzt ein Zeichen! Zum Heimspiel gegen den VfB-Stuttgart am Samstag (15.30 Uhr) haben die Berliner 1000 Flüchtlinge ins Stadion eingeladen.

MEDIEN KONTAKT



Hertha's Geschäftsstellenleiter Herrich (3.v.r.) und Herthinho machen die Flüchtlinge glücklich

Foto: City-Press GbR

DRESDEN

SG Dynamo Dresden e. V. ★ 98 Europapokalspiele

SAISON VEREIN FANS NACH...

IM HERZEN VEREINT.

STARTSEITE > VEREIN > NEWS > DYNAMO LÄDT 300 FLÜCHTLINGE ZUM HEIMSPIEL GEGEN DUISBURG EIN

DYNAMO LÄDT 300 FLÜCHTLINGE ZUM HEIMSPIEL GEGEN DUISBURG EIN

„... diese Menschen zeigen, dass sie in unserer Mitte willkommen sind.“





HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



Footballprojekt der Kita "Waldspatzen"



Seit 2017 findet in der Grieboer Kita 1x im Monat eine Sportstunde mit dem A.F.C. Wittenberg Saints e.V. statt. Spielerisch sammeln die Kinder dabei erste Erfahrungen im Football.

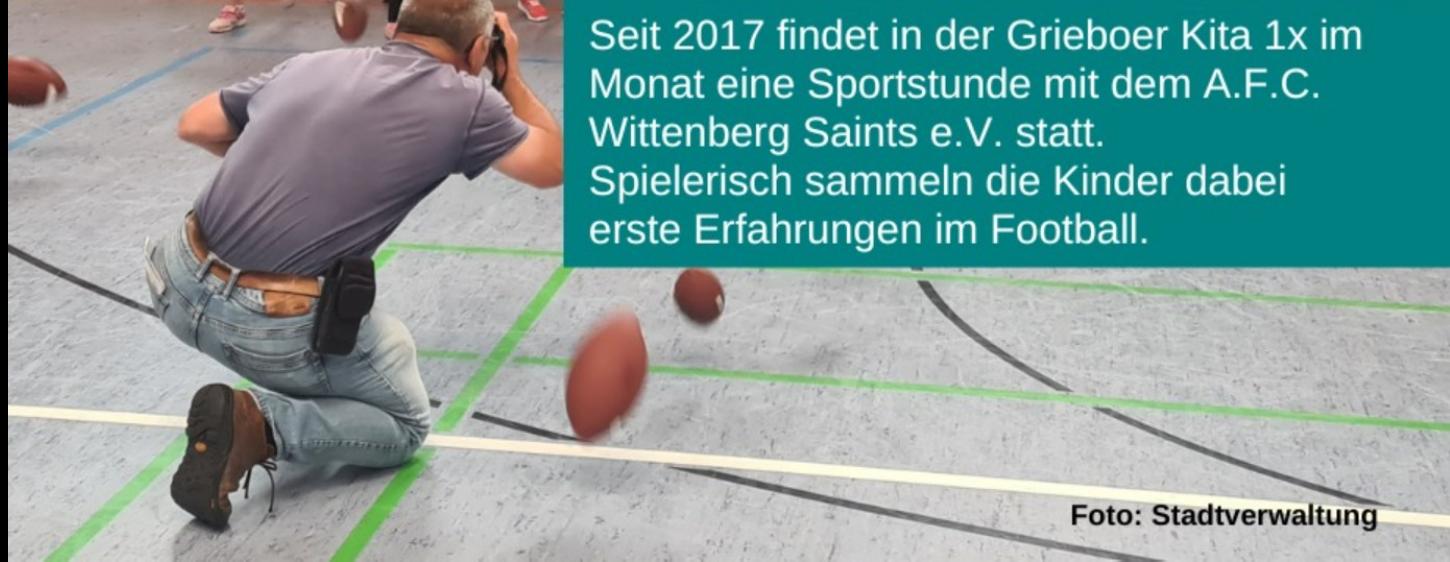


Foto: Stadtverwaltung



HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



ALBAs TÄGLICHE SPORTSTUNDE





HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



Praxisbeispiele

Fußball-Ferien- Camps





HESSISCHER FUSSBALL-VERBAND e.V.



Best Practice

Deutsches Sportabzeichen

Sportabzeichen-Treffs beim Verein
oder Station bei der
Sportabzeichen-Tour



Sportstation 2

Event-Tool als Sport- und
Bewegungsangebot





HESSISCHER FUSSBALL-VERBAND e.V.



Praxisbeispiele

**Promotion | Stadtfest,
Karneval, Festumzug, Messe ...**

- Dresdner Mannschafts-sport präsentiert sich auf dem **Stadtfest**
- Groß & Klein testen sich beim **Torwandschießen** (*ganzes Wochenende*)
- **Autogrammstunde** mit Profis (*Samstag, 14 Uhr*)





HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



Praxisbeispiele

Elbwiesenreinigung | Kampagne „Stadtsauberkeit“



DAS
IST DOCH
SCH...!





HESSISCHER FUSSBALL-VERBAND e.V.



Dresden.
Dresdnu





Agenda

2. Öffentlichkeitsarbeit im Sportverein

2.1 Fallbeispiele

- a. Kommunikationsstrategie: Zielgruppen-spezifische Ansprache
- b. Branding: Visuelle Kommunikation des Vereins
- c. Wahrnehmung steigern: Guerilla Marketing & Co.
- d. Storytelling

2.2 Herangehensweise

kurze Pause





HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



Best Practice

Sportanlage

Stadion, Vereinsheim & Co.



Corporate Branding

Vereinsheim, Fahrzeuge





HESSISCHER FUSSBALL-VERBAND e.V.



Praxisbeispiele

Heckscheibenaufkleber





HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



Praxisbeispiele

Corporate Wording/Language





HESSISCHER FUSSBALL-VERBAND e.V.



Die Artland Dragons suchen eine(n)



Praktikantendrachen oder -drächin

Über uns

Wir sind die Betreibergesellschaft der Artland Dragons, dem deutschen Basketball-Vizemeister 2007 und Pokalsieger 2008. Unsere Heimatstadt Quakenbrück zählt rund 13.000 Einwohner, gehört zur Samtgemeinde Artland und liegt zwischen Bremen, Oldenburg und Osnabrück. Basketball hat hier Tradition und ist seit mehr als 20 Jahren Aushängeschild von Stadt und Region. Seit 2003 ist jedes BBL-Heimspiel mit 3.000 Zuschauern ausverkauft.

Ein Praktidrache wird ...

- Heimspiele (mit)organisieren
- Einblicke in Ticketing und Merchandising gewinnen
- Öffentlichkeitsarbeit unterstützen
- allgemeine Bürotätigkeiten kennen lernen
- nach Absprache eigene Projekte umsetzen

Mitbringen sollte ein Praktidrache:

- gesunden Drachenverstand
- Beherrschung von Office-Anwendungen
- PKW-Führerschein
- Einsatzbereitschaft am Wochenende
- Englischkenntnisse
- Angst vor langer Weile

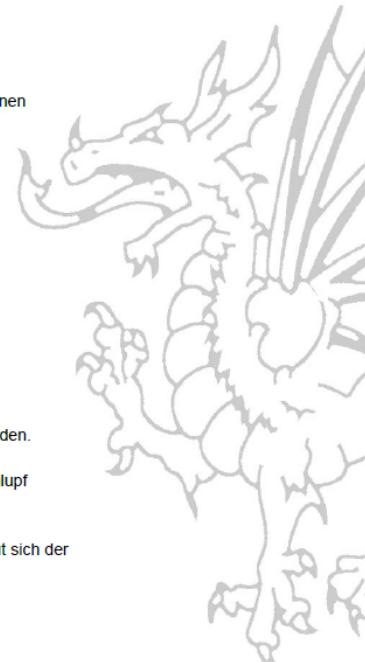
Das Plätzchen in der Drachenhöhle ...

... soll ab August für mindestens 4 Monate besetzt werden. Neben Einblicken in einen professionell geführten Klub bieten wir unserem Praktidrachen auch einen Unterschlupf in Büronähe.

Auf schriftliche Bewerbungen per Post oder E-Mail freut sich der

Praktidrachensucher der
Artland Dragons Sport-Marketing GmbH
Lange Str. 22
49610 Quakenbrück

E-Mail: praktidrachensucher@artland-dragons.de





Agenda

2. Öffentlichkeitsarbeit im Sportverein

2.1 Fallbeispiele

- a. Kommunikationsstrategie: Zielgruppen-spezifische Ansprache
- b. Branding: Visuelle Kommunikation des Vereins
- c. Wahrnehmung steigern: Guerilla Marketing & Co.
- d. Storytelling

2.2 Herangehensweise

kurze Pause





HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



Guerilla- Marketing

Flashmob

Initiative Sportmetropole Berlin
der Stadt Berlin



Mitglieder- gewinnung

Aktion der Feuerwehr
Müllingen-Wirringen





HESSISCHER FUSSBALL-VERBAND e.V.



.....



HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



Praxisbeispiele

Trikotlaunch zur Bundesliga-Saison





HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



.....



HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



Best Case

Trikotlaunch
BVB x PUMA
(Saison 2013/14)

Spektakulär: Im
Dortmunder
Westfalenpark
steht auf einer
Fläche von 1.000
qm ein Abbild
des neuen BVB-
Trikots aus
bunten Blumen.

Foto: Ralf Rottmann





HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.





HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



Praxisbeispiele

Teaser-Plakat „Tag des Footballs“ – Zuschauermarketing





HESSISCHER FUSSBALL-VERBAND e.V.



Praxisbeispiele





HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



Praxisbeispiele

Ticket-Aktion im öffentlichen Raum – Zuschauermarketing





HESSISCHER FUSSBALL-VERBAND e.V.



.....



Agenda

2. Öffentlichkeitsarbeit im Sportverein

2.1 Fallbeispiele

- a. Kommunikationsstrategie: Zielgruppen-spezifische Ansprache und Cross-mediale Kommunikation
- b. Branding: Visuelle Kommunikation des Vereins
- c. Wahrnehmung steigern: Guerilla Marketing & Co.
- d. **Storytelling**

2.2 Herangehensweise

kurze Pause

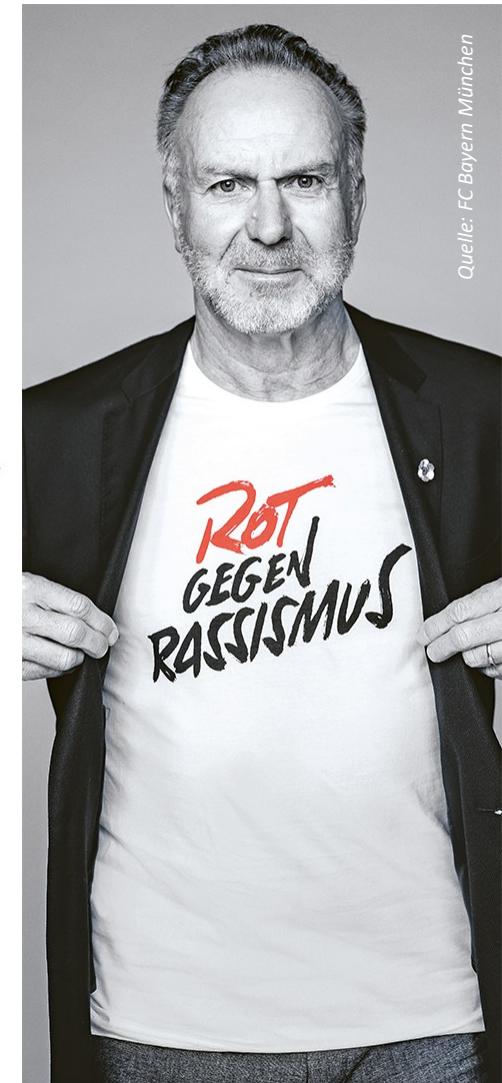




HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



**ROT
GEGEN
RASSISMUS**



Quelle: FC Bayern München



HESSISCHER FUSSBALL-VERBAND e.V.



Quelle: FC Bayern München



HESSISCHER FUSSBALL-VERBAND e.V.





HESSISCHER FUSSBALL-VERBAND e.V.





HESSISCHER FUSSBALL-VERBAND e.V.



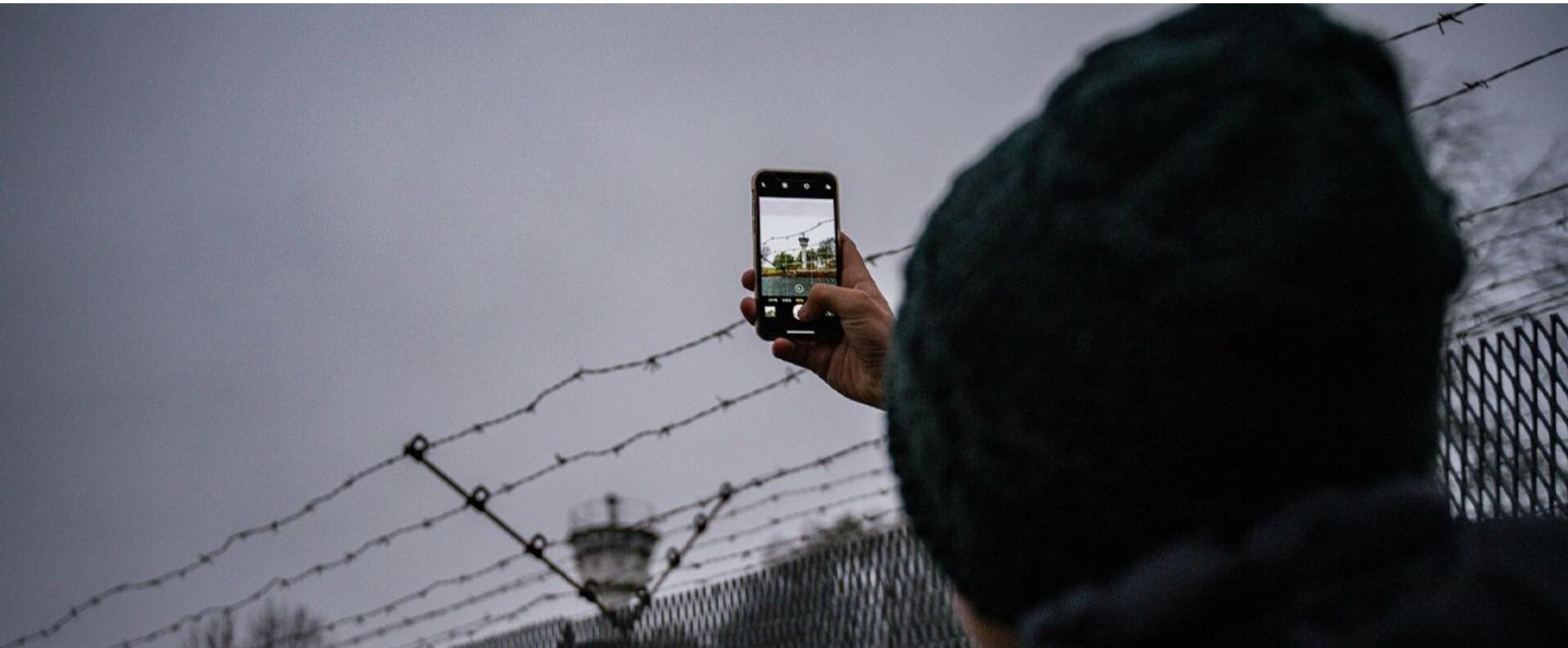


HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



Praxisbeispiele

30 Jahre Mauerfall – Philipp Reiters Wall Run





HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



Praxisbeispiele

30 Jahre Mauerfall – Philipp Reiters Wall Run





Praxisbeispiele

30 Jahre Mauerfall – Philipp Reiters Wall Run

Sechs Athleten starteten am 1. November 2019 einen Lauf entlang der circa 1.400 Kilometer langen, ehemaligen Grenze zwischen West- und Ostdeutschland.

Laufen als vereinendes Element, welches über Grenzen hinweg zusammenbringt.



HESSISCHER FUSSBALL-VERBAND e.V.





Herangehensweise Kommunikationsanlässe

- Welche **Kommunikationsanlässe** existieren in Eurem Verein ?
- Welche **gesellschaftsrelevanten Kommunikationsanlässe** gibt es ?
- Welche Kommunikationsanlässe haben **Stakeholder des Vereins** ?





HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



MACH DEN TAG ZUM **#TRIKOTTAG!**

ZIEH AM 11. JUNI DEIN TRIKOT AN.

SPORT
DEUTSCH
LAND

Am
11.06.
ist #Trikottag





HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



Foto: © LSB NRW / Andrea Bowinkelmann

Am
11.06.
ist #Trikottag
#TrikotTagNRW

**MACH DEN TAG ZUM
#TRIKOTTAG!
ZEIG, WAS UNS VERBINDET**



Praxisbeispiele

Internationaler Tag des Ehrenamts – 5. Dezember 2024

TAG DES EHRENAMTS

DANKE AN ALLE EHRENAMTLICHEN!
DANKE FÜR EUER ENGAGEMENT, FÜR EURE
EMPATHIE UND FÜR EURE SOLIDARITÄT





HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



Praxisbeispiele

Internationaler Tag des Ehrenamts – 5. Dezember 2024



.....

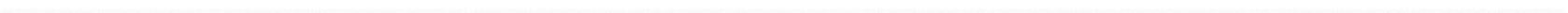


Praxisbeispiele

Internationaler Tag der Jogginghose – 21. Januar 2025



- **Aktionstag** (jährlich)
- 2010 von 4 österreich. Schülern ins Leben gerufen
- Menschen werden **weltweit** ermutigt eine bequeme Jogginghose zu tragen und einen **entspannten Tag** zu genießen





Herangehensweise Kommunikationsanlässe

- Erstellung eines **Redaktionsplans** für ein/e Jahr/Saison.
 - Recherche potenzieller **Kooperationspartner** aus dem Bereich Hochschulen (z.B. Sport-, Event- oder Medienmanagement, Kommunikationswissenschaften).
 - Zusammenschluss mit anderen **Stakeholdern** (z.B. Sport-/Kulturvereine, Sponsoren, Stadt/Gemeinde).
-

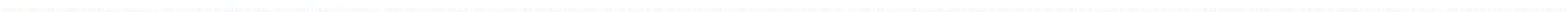


HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



kurze Pause!

5 Minuten für Lüften & Mobilisieren





Agenda

3. Aufbau einer Vereinsmarke

- 3.1 Mega-Trends: Die 12 großen Treiber des Wandels
- 3.2 Relevanz von Zukunftstrends / -themen für Sportanbieter
- 3.3 Strategische Markenpositionierung und Entwicklung eines Vereinsimages

Präsentationen

Fragen & Diskussion





Mega-Trends – 12 große Treiber des Wandels



Gender Shift



Gesundheit



Globalisierung



Konnektivität



Individualität



Mobilität



New Work



Neo-Ökologie



Sicherheit



Urbanisierung



Silver Society



Wissenskultur

Quelle: Zukunftsinstitut



Mega-Trends – Merkmale

Kriterien, um Mega-Trends zu erkennen:

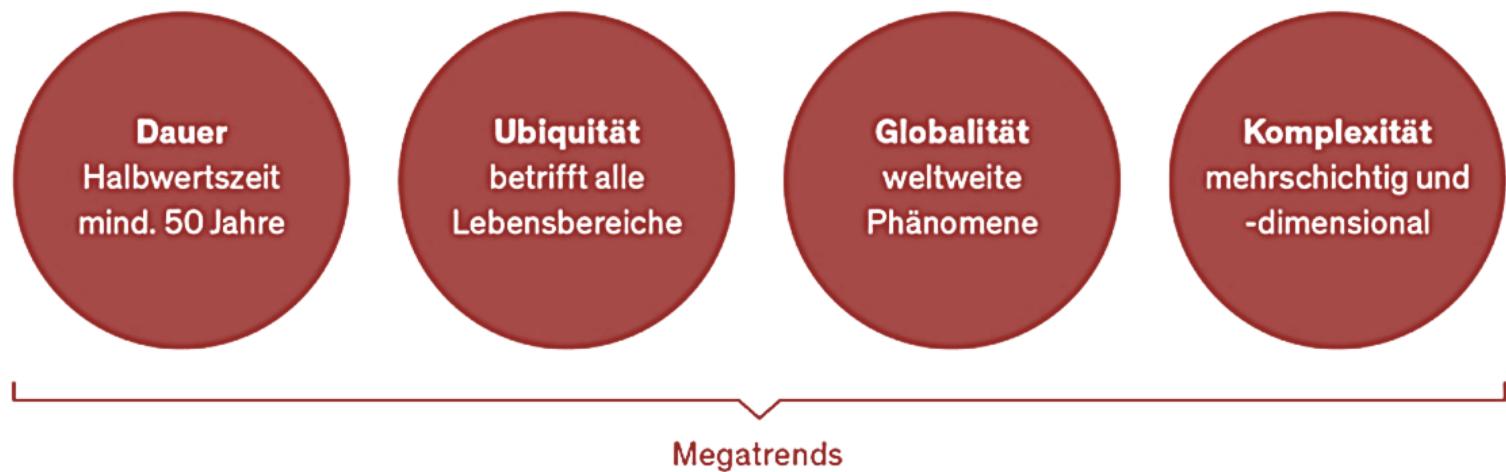


Abb. 3: Zentrale Merkmale von Mega-Trends

Quelle: Zukunftsinstitut



Mega-Trends – Merkmale

- **Dauer** – Dauer von mind. mehreren Jahrzehnten
- **Ubiquität** – Auswirkungen in allen gesellschaftlichen Bereichen: Ökonomie, Konsum, Wertewandel, Zusammenleben, Medien, politische Systeme
- **Globalität** – globale Phänomene: wenn auch nicht überall gleichzeitig und gleich stark ausgeprägt, lassen sie sich früher oder später überall auf der Welt beobachten
- **Komplexität** – vielschichtige und mehrdimensionale Trends: erzeugen Dynamik und evolutionären Druck auch und gerade durch Wechselwirkungen





Aufgabe – Welche Charakteristika hat Dein Verein?

Tradition

Familien-
freundlich

Nachwuchs

regional
verwurzelt



Abb. 4: Ist-Positionierung

Quelle: Eigene Darstellung



Vereinsmarke – (Neu-)Positionierung



Abb. 5: Positionierungs-Szenarien

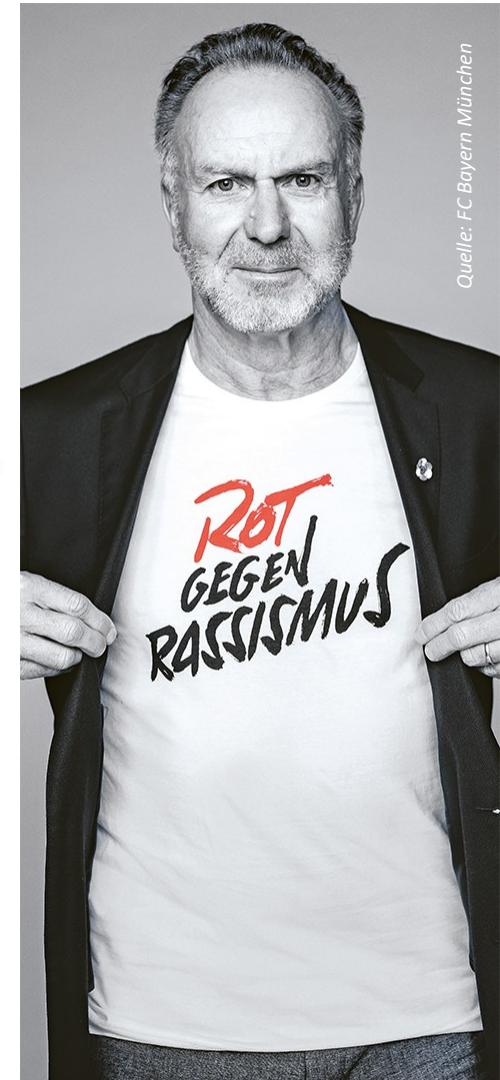
Quelle: Eigene Darstellung



HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



ROT
GEGEN
RASSISMUS



Quelle: FC Bayern München



HESSISCHER FUSSBALL-VERBAND e.V.



Quelle: FC Bayern München



HESSISCHER FUSSBALL-VERBAND e.V.



**ROT
GEGEN
RASSISMUS**

Quelle: FC Bayern München



HESSISCHER FUSSBALL-VERBAND e.V.



Quelle: FC Bayern München



HESSISCHER FUSSBALL-VERBAND e.V.





HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.





HESSISCHER FUSSBALL-VERBAND e.V.



Quelle: FC St. Pauli



Vereinsmarke – (Neu-)Positionierung



Abb. 5: Positionierungs-Szenarien

Quelle: Eigene Darstellung



Szenario 2 – „Nachhaltiger Verein“

Maßnahmen / Aktionen

- CO₂-Fußabdruck
 - symbolische Aktionen: Baumpflanzaktion, Auto-freier Spieltag
 - Wechsel zu Ökostrom-Anbieter
 - Photovoltaikanlage für Vereinsgebäude
 - Wasserauffangbehälter für Regenwasser
 - Recycelte Trikots aus Plastik und Ozeanmüll
-



HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



Fallbeispiel – „1. Klimaneutraler Verein der BL“ | 1. FSV Mainz 05



.....



Vereinsmarke – (Neu-)Positionierung



Abb. 5: Positionierungs-Szenarien

Quelle: Eigene Darstellung



Szenario 3 – „Digitaler Verein“

Maßnahmen / Aktionen

- Digitale Mitgliederverwaltung
- Re-Launch der Vereinswebsite
- regelmäßiger Content in allen Social Media-Kanälen
- Produktion eines Vereins-Podcasts
- Bereitstellung einer digitalen Infrastruktur für das Ehrenamt
(d.h. Notebook, VPN-Zugang, Cloud)





HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



Best Practice – „Offizieller Innovationspartner“



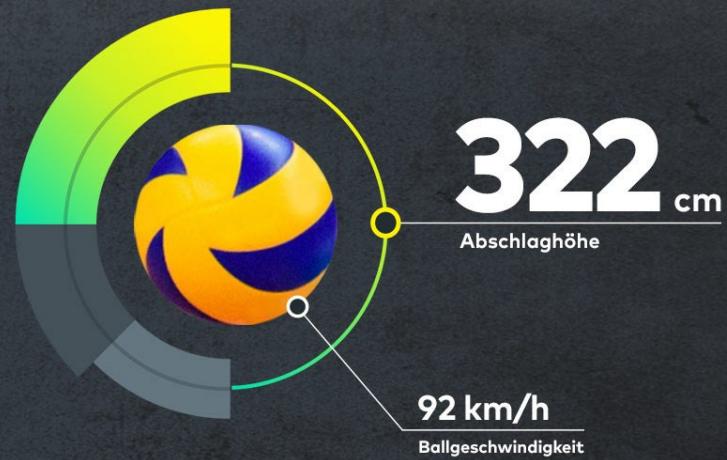


HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



Volleyball. Neu denken.

comdirect ermöglicht technische
Innovationen im deutschen Volleyball



comdirect



HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.





HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



ALBAs TÄGLICHE SPORTSTUNDE





HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



1. VIRTUELLES SPONSOREN-TREFFEN
SSV REUTLINGEN 05



HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



< >

Registrieren Anmelden

STRATEGEN
VEREINS

IDEEN FÜRS EHRENAMT

PODCAST-FOLGE
53. Wie könnte der (digitale) Verein der Zukunft aussehen? Teil 1 mit Gregor Demmer

Vereinsstrategen

5. Apr. - 38 Min. 40 Sek. verbleibend





Vereinsmarke – (Neu-)Positionierung



Abb. 5: Positionierungs-Szenarien

Quelle: Eigene Darstellung



Szenario 4 – „Gesundheitssportverein“

Maßnahmen / Aktionen

- Aktionstage
(z.B. Deutsche Sportabzeichen-Tour)
- Gesundheits- und Präventionssportangebote
- Angebote im Bereich „Gesundheitsmanagement“
- Unterstützung durch Krankenkassen
(z.B. AOK)
- Zertifizierungsmöglichkeiten
(DOSB: Sport pro Gesundheit)





HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.





HESSISCHER FUSSBALL-VERBAND e.V.





HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



Vielen Dank!

GEMEINSAM FÜR DEN
SPORT



Viel Erfolg bei der Umsetzung der Ideen und Gedankenanstöße!