



HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.

VEREINSMANAGER-KONGRESS 2025

„HEIMSPIEL“

„ERFOLGREICHE ÖFFENTLICHKEITSARBEIT IM AMATEUR- & BREITENFUßBALL“



HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



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



cewe group



Sporthilfe





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“**?







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

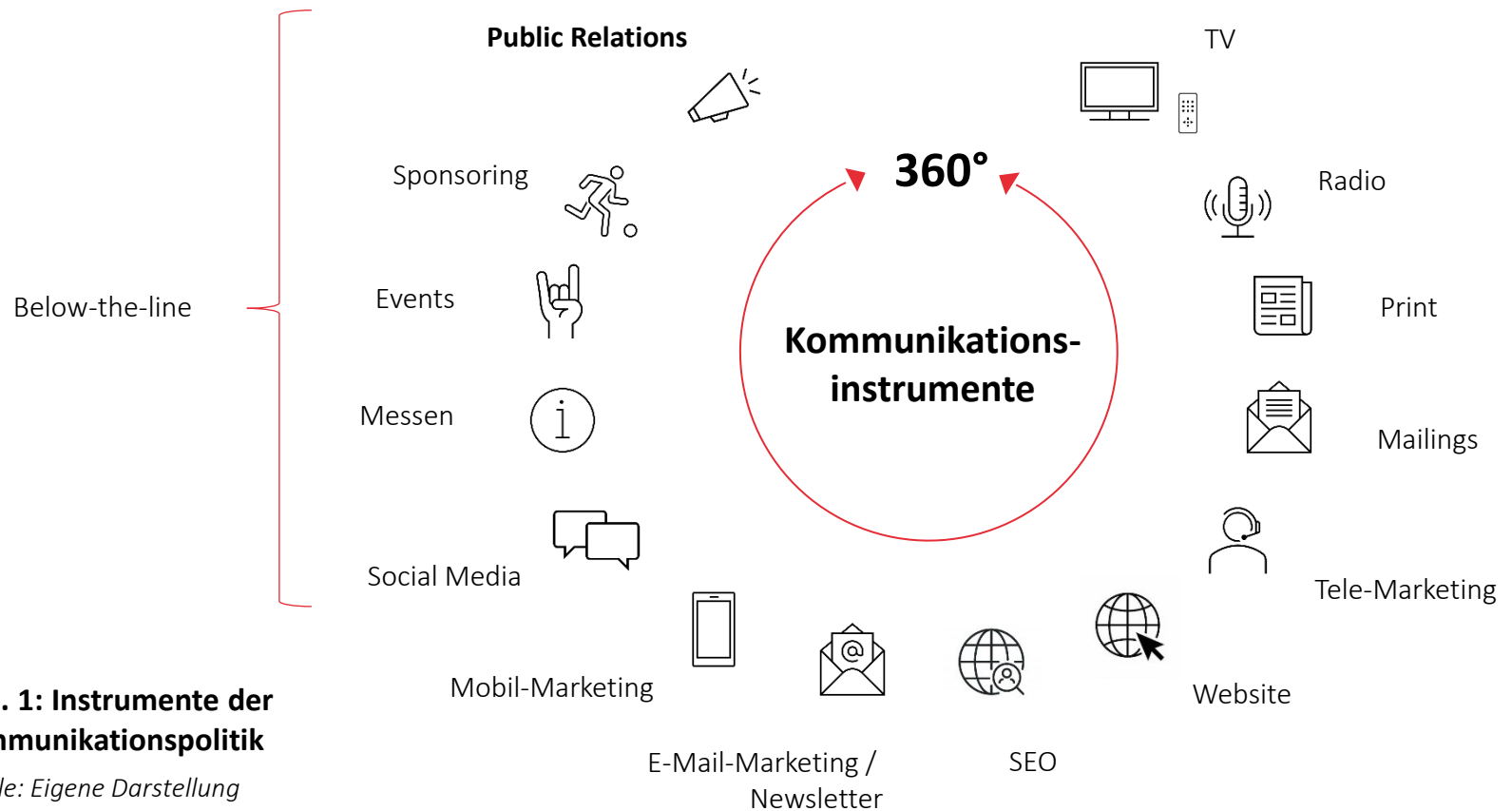


Abb. 1: Instrumente der Kommunikationspolitik

Quelle: Eigene Darstellung





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	Überzeugungs- arbeit
Charakteristik	mitteilen	propagieren	Austausch	argumentieren
Art der Kommunikation	Einweg- kommunikation (umfassend)	Einweg- kommunikation (stark verkürzt)	symmetrische Zwei-Wege- Kommunikation	asymmetrische Zwei-Wege- Kommunikation; Feedback
Kommunikations- modell	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.



Praxisbeispiele

Pressegespräch/-mitteilung



Perspektiven entwickeln. Zukunft sichern.

Initiative SPORTVEREIN 2020 | Metropolenregion Rhein-Neckar | Schwabenstraße 17 | 55083 Köln

Pressemitteilung: Sportverein 2020 wieder gestartet

Seit dem 17. August können sich die Sportvereine der Metropolenregion Rhein-Neckar wieder für eine Teilnahme an Sportverein 2020 bewerben. Das erneute Engagement des Impulsgebers 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 aufgeschlagen: Ab 2017 bis 2020 liegt der Fokus von Sportverein 2020 nun auf der Weiter- und Neuentwicklung der Vereinsangebote für 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 solchen Institutionen, die bereits über Zugänge zu und ausgeprägte Kompetenzen in der Arbeit mit Menschen mit besonderem Inklusions- und Integrationsbedarf verfügen. Hierzu zählen neben älteren und sozial benachteiligten Menschen unter anderem auch Menschen mit Migrationshintergrund oder mit Behinderung. Ziel der Initiative ist es, den Grundstein für den Aufbau lokaler Netzwerke durch die Vereine zu legen.

Sportverein 2020 trägt dazu bei, das große Potenzial der Sportvereine - als Träger von mehr gesellschaftlicher Teilhabe und als ein besonderer Begegnungsraum - zu entfalten, Barrieren abzubauen und den gesellschaftlichen Zusammenhalt zu stärken. Durch die zielgruppenspezifische Angebotsentwicklung werden positive Effekte für die Sportvereine erwartet: Insbesondere Mitgliedererwerb, Vielfalt in der Mitgliederstruktur, 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

Metropolenregion Rhein-Neckar
Schwabenstraße 17
55083 Köln

Telefon: 0221 - 430 73 194

Fax: 0221 - 430 73 122

E-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**

Tag der offenen Tür

Jetzt unverbindlich Aikido kennenlernen!

Sonntag, 22. Oktober
11 bis 16 Uhr

Probetrainings den ganzen Tag
Einfach bequeme Sportkleidung mitbringen.

合気道

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

FITROPOLIS im Verein wohl fühlen

EIN SPORTVEREIN FÜR ALLE

TAGE DER OFFENEN TÜR 2023

SO 08.10. 10-18 Uhr
SO 08.10. - SO 15.10.
Fitnesssteigerwoche
über 50 Kurse zum Schnuppern

SO 15.10. 10-18 Uhr

Freiluftthalle für Kurse

Aktionsvorteile nutzen und bis zu 300 €* sparen

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

10 - 18 UHR

GRATIS-MONAT & STARTPAKET MONATLICH KÜNDBAR *

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

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

*Mitzubringen 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:
Kostenlose 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

Änderungen vorbehalten.

• 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

9-Löcher-Mitgliedschaft zu gewinnen!
Die Einnahmen spenden wir zu 100% dem Verein KinderLicht e.V.



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**

WIR FREUEN UNS AUF IHREN BESUCH!

Für alle interessierten Besucher:innen und Familien bieten wir:

- Einblicke in die Angebote und Strukturen der Einrichtung und Informationen zur stationären Wohnsloshilfe (§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 Kuhstall, 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 Wohnsloshilfe, finden Sie auf: www.vikwa-westfalen.de

 Verein für katholische Arbeiterkolonien in Westfalen

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





HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



Praxisbeispiele

Aktionen für Teil-Öffentlichkeiten



STUDI-TAG
BEIM 1. FC MAGDEBURG

Preis für eingeschriebene
Studenten im Block 12



15€

~~28€~~

tfc.m.de/tickets

mit dem Promocode: FCM-STUDIL63301





Praxisbeispiele

Aktionen für Teil-Öffentlichkeiten





Footballprojekt der Kita "Waldspatzen"



Seit 2017 findet in der Grieböer 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.



HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



ALBA's TÄGLICHE SPORTSTUNDE





HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



Praxisbeispiele

Fußball-Ferien- Camps





HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



Best Practice

Deutsches Sportabzeichen

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



Sportstation 2

Event-Tool als Sport- und
Bewegungsangebot





Praxisbeispiele

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

- Dresdner Mannschaftssport 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“



Dresden.
Dresdner

**DAS
IST DOCH
SCH...!**





HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



Dresden.
Dresdner





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



Praxisbeispiele

Heckscheibenaufkleber





HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



Praxisbeispiele

Corporate Wording/Language





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 Praktikdrache wird ...

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

Mitbringen sollte ein Praktikdrache:

- 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 Praktikdrachen auch einen Unterschlupf in Büronähe.

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

Praktikdrachensucher 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





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.



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



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

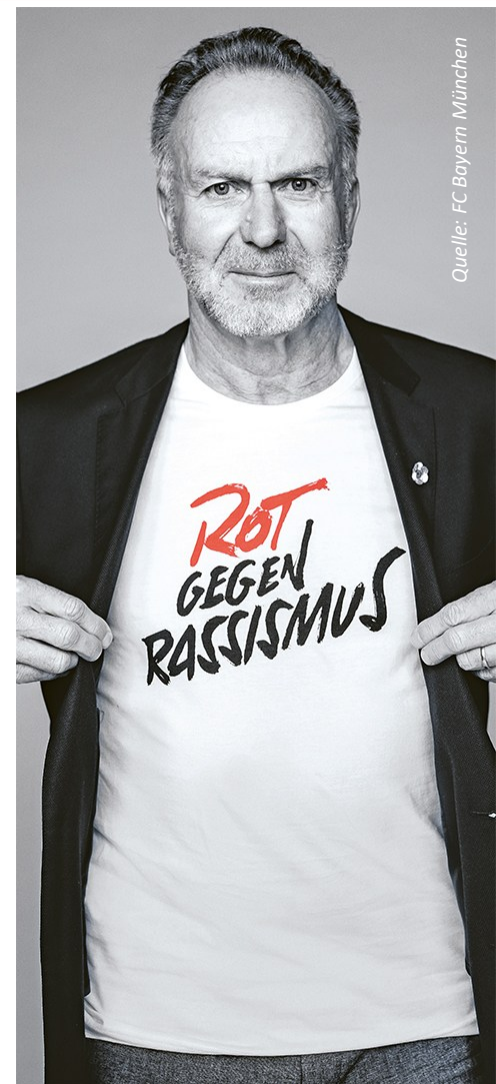




HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



**ROT
GEGEN
RASSISMUS**



Quelle: FC Bayern München



HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



Quelle: FC Bayern München



HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



Quelle: SG Dynamo Dresden



HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.





HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



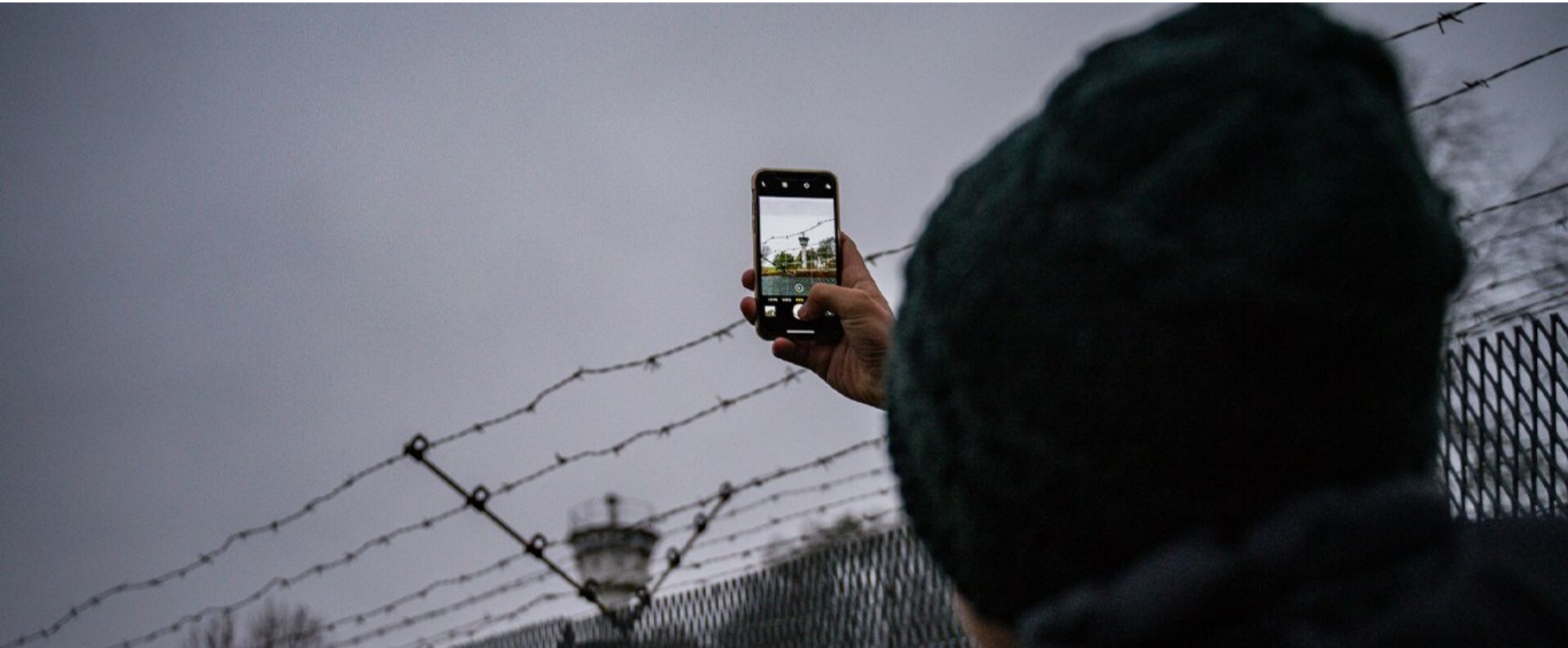


HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



Praxisbeispiele

30 Jahre Mauerfall – Philipp Reiters Wall Run





HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



Praxisbeispiele

30 Jahre Mauerfall – Philipp Reiters Wall Run





HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



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.

Am
11.06.
ist #Trikottag

85

20

© DDFB/Sportdeutschland



HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



LANDESSPORTBUND
NORDRHEIN-WESTFALEN



Foto: © LSB NRW / Andrea Bowninkelmann

Am
11.06.
ist #Trikottag
#TrikotTagNRW

**MACH DEN TAG ZUM
#TRIKOTTAG!**

ZEIG, WAS UNS VERBINDET



HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



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

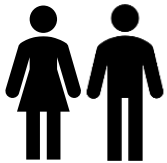
Präsentationen

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:

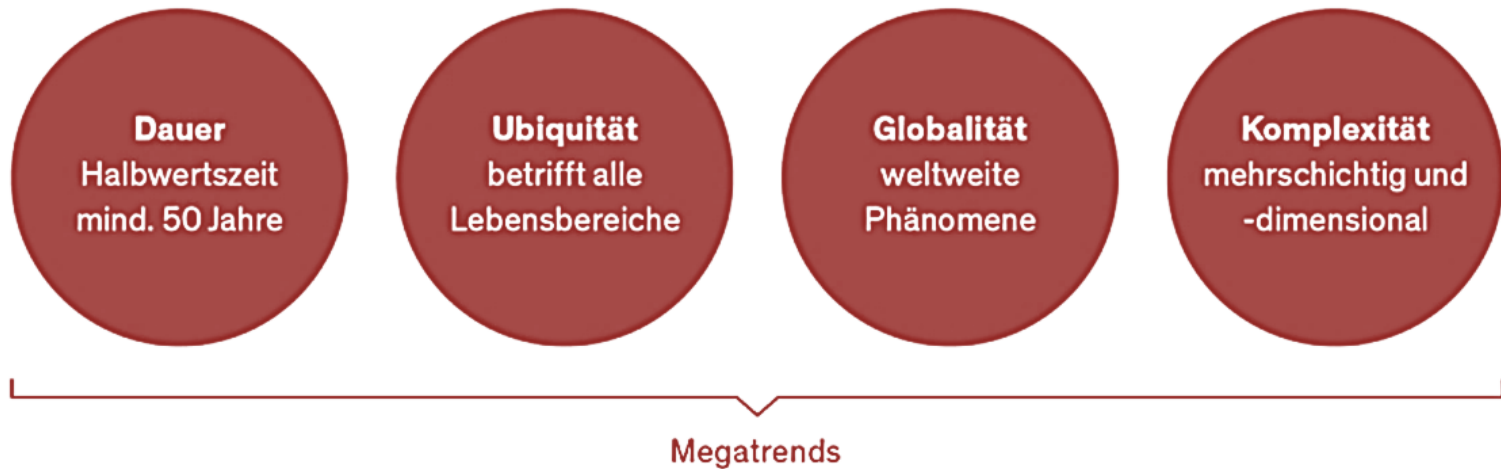


Abb. 3: Zentrale Merkmale von Mega-Trends

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?



Abb. 4: Ist-Positionierung

Quelle: Eigene Darstellung

Vereinsmarke – (Neu-)Positionierung



Abb. 5: Positionierungs-Szenarien

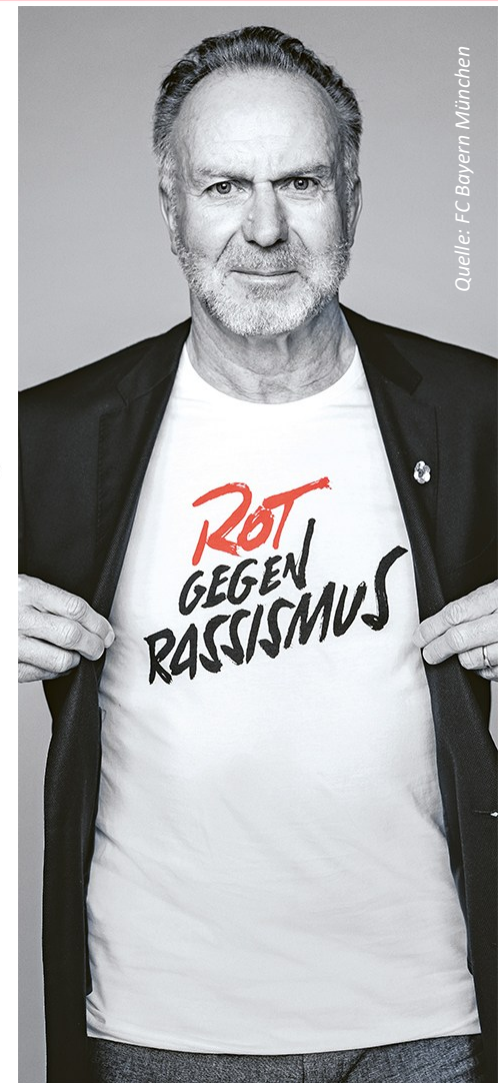
Quelle: Eigene Darstellung



HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



**ROT
GEGEN
RASSISMUS**



Quelle: FC Bayern München



HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.





HESSISCHER FUSSBALL-VERBAND e.V.



Quelle: FC Bayern München

**ROT
GEGEN
RASSISMUS**



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



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“



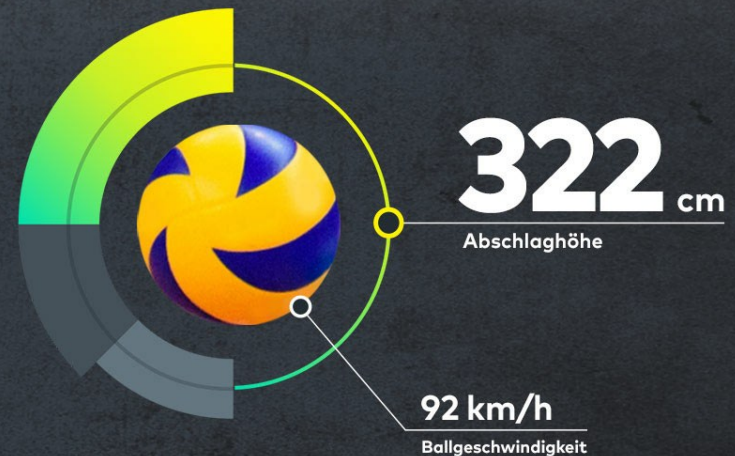


HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



Volleyball. Neu denken.

comdirect ermöglicht technische
Innovationen im deutschen Volleyball



comdirect



HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.





HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



ALBA's TÄGLICHE SPORTSTUNDE





HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



1. VIRTUELLES SPONSOREN-TREFFEN
SSV REUTLINGEN 05



HESSISCHER
FUSSBALL-VERBAND e.V.



Registrieren

Anmelden



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.



Wir 
Lebensmittel



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!