
Einführungsveranstaltung

Sommersemester 2006

Einführungsveranstaltung, Sommersemester 2006

Aufbau

- berufsorientierenden Abschluss
Vereinsmanager
- Sportanlagenmanagement
- Veranstaltungsmanagement
- Marketing

Vereinsmanager

- Für einen berufsorientierenden Abschluss sind die Vorlesung und vier Seminare verpflichtend.
- Möglichkeit der Vereinsmanager-Lizenz des DSB bei zusätzlicher Ableistung des Praktikums und Teilnahme an den externen Kompaktseminaren Sportanlagenmanagement, Steuern und Sozialversicherung.
- Ziel:
 - Befähigung die Geschäftsführung eines mittleren Vereines zu übernehmen
 - auf Referentenebene in einem Landessportbund / Fachverband zu arbeiten.

Vereinsmanager

- Vorlesung Einführungsveranstaltung Gesundheits- und Fitnessmanagement (2.FS)
- Grundlagenseminar I (3. FS)
- Grundlagenseminar II (4. FS)
- Seminar Vertiefung Finanzen (5. FS)
- Seminar Vertiefung II (6. FS) aus den Seminaren „Recht“, „Managementtechniken“, „Marketing“
- Vereins- oder verbandsbezogenes Praktikum
- Externe Seminare („Sportanlagenmanagement“, „Steuern“ und „Sozialversicherung“)

Vereinsmanager

- Grundlagenseminar I (3. FS)
 - Vereinsmanagement, -führung und Verwaltung
 - Satzungen, Ordnungen
 - Differenzierung Verein – Verband
 - Organisation des Sports in Deutschland
 - Verbands- und Vereinsentwicklung
 - Mitgliederentwicklung
 - Sportartenentwicklung

Vereinsmanager

- Grundlagenseminar II (4. FS)
 - Finanzen im Verein
 - Sportanlagenmanagement
 - Veranstaltungsmanagement
 - Marketing

Sportanlagenmanagement

- Sportstätteninfrastruktur
 - Zwischen 1960 und 1990 enorme Zuwächse im Anlagenbau
 - Beispiel ungedeckte Sportanlagen (alte BL):
 - Sportplätze: 1960 – 21.900, 2000 – 48.017
 - Tennisplätze: 1960 – 10.900, 2000 – 45.000
 - Golfplätze: 1960 – keine, 2000 – 550
 - anschließend gewisse Stagnation im Bereich der Kernsportstätten
 - Momentan ca. 100.000 Kernsportstätten und rund 70.000 weitere Anlagen

Sportanlagenmanagement

- Sportstätteninfrastruktur
 - Meist im Besitz von Kommunen oder vereinseigene Trägerschaft
 - Enorme finanzieller und organisatorischer Aufwand bei Pflege, Instandsetzung und Modernisierung

Sportanlagenmanagement

- Sportstättenentwicklungsplanung ist...
 - ... ein systematisches Verfahren, bei dem der Bedarf und das Angebot an Sportstätten und Sportgelegenheiten der Bevölkerung im Bereich einer Gebietskörperschaft differenziert erfasst und bilanziert wird.
 - ... eine Bedarfs–Angebots– Bilanzierung

Sportanlagenmanagement

- Verschiedene Ansätze
 - unterschiedliche Ansätze und Erhebungsmöglichkeiten
 - „Goldener Plan für Gesundheit, Spiel und Erholung“ (60er und 70er Jahre)
 - Sicherung der „Grundversorgung“ mit Kernsportstätten, Orientierung an festen Richtwerten
 - In den 80ern wurden auf Grund gesellschaftlicher Wandlungen Anpassungen der Ansätze vorgenommen.

Sportanlagenmanagement

- Verschiedene Ansätze
 - Empirisch ermitteltes Sportverhalten nimmt an Wichtigkeit zu.
 - Entwicklung des „Leitfaden“ durch das Bundesinstitut für Sportwissenschaft (BISp)
 - momentan hauptsächlich verhaltensorientierter Ansatz
 - Inhalt sind Aussagen über die Ausstattung von Sportanlagen und Sportgelegenheiten und über das Sporttreiben der Bevölkerung

Sportanlagenmanagement

- Verhaltensorientierter Ansatz
 - Erfassung
 - aller Sportanlagen und Sportgelegenheiten
 - des betriebenen Sports differenziert nach
 - Sport in Schulen (Schulsport)
 - Sport in Sportvereinen
(Sport der Bevölkerung - Organisierter Sport)
 - Sport in Institutionen
(Sport der Bevölkerung - Nichtorganisierter Sport)
 - Sport in gewerblichen Unternehmen
(Sport der Bevölkerung - Nichtorganisierter Sport)
 - Sport in selbst-organisierter Form
(Sport der Bevölkerung - Nichtorganisierter Sport)
 - in Abstimmung mit benachbarten Gemeinden

Sportanlagenmanagement

- Verhaltensorientierter Ansatz
 - Unterteilung in 9 Planungsschritte
 - Problemanalyse und Zielformulierung
 - Erhebung der Sportangebote und Sportaktivitäten
 - Erhebung und Bewertung der Sportstätten
 - Bedarfsermittlung
 - Bestands-Bedarfs-Bilanzierung
 - Konzipierung von Maßnahmen
 - Prognose der Folgewirkungen
 - Entscheidungen über Ziele und Maßnahmen
 - Erfolgskontrolle und Fortschreibung

Sportanlagenmanagement

- Neue Ansätze
 - Bundesinnenministerium favorisiert noch für 2006 eine Fortsetzung des „Goldenen Plans Ost“
 - Es fehlen aber momentan ca. 50 Mio. € zur Sanierung der Sportstätten und Sportanlagen in Deutschland
 - In Sport und Politik wird mittlerweile ein „goldener Plan 3“ gefordert
 - Aktuelle Entwicklungen sind abzuwarten

Veranstaltungsmanagement

- Begrifflichkeit
 - Projektmanagement
 - „(...) alle Aufgaben, die mit Planung, Durchführung und Auswertung eines Projektes zusammenhängen.“
 - Veranstaltungsmanagement
 - Hier steht der objektive Ablauf bzw. die fehlerfreie Durchführung der Veranstaltung und nicht das subjektive Erleben im Vordergrund.
 - Eventmanagement
 - „Sahnehäubchen“, das die Veranstaltung einzigartig macht

Veranstaltungsmanagement

- Begrifflichkeit
 - Begriffe werden oft gleichbedeutend gebraucht.
 - Wichtiger Unterschied:
 - Jedes Event ist eine Veranstaltung, aber nicht jede Veranstaltung ein Event



Veranstaltungsmanagement

- Gründe für Veranstaltungen
 - Kontaktpflege
 - Schaufensterfunktion (was passiert im Unternehmen bzw. Verein / Abgrenzung zu anderen Organen)
 - Mitgliederwerbung
 - Entwicklung eines „*Wir-Gefühls*“
 - Finanzpolster
 - Wissensvermittlung
 - ...

Veranstaltungsmanagement

- Rahmenbedingungen
 - Zielsetzung / Zielgruppe der Veranstaltung
 - Titel und Größe der Veranstaltung (Zielgruppenrelevant)
 - Dauer der Veranstaltung
 - Veranstaltungstermin (Sommer / Winter)
 - Veranstaltungsort (Groß- oder Kleinstadt, vorhandene Infrastruktur, ...)
 - Finanzieller Rahmen

Veranstaltungsmanagement

- Rahmenbedingungen
 - Stehen die Rahmenbedingungen fest, so kann mit der Planung begonnen werden.
 - Der Planungsbeginn ist abhängig von der Veranstaltungsgröße.
 - Je nach Größe der Veranstaltung verändert sich die Planungszeit.
 - Grundsätzlich kann man die Planung in drei Phasen unterteilen.
 - Lang-, mittel- und kurzfristige Planung

Veranstaltungsmanagement

- Veranstaltungsphasen
 - Langfristige Planung
 - Mittelfristige Planung
 - kurzfristige Planung
 - Durchführung
 - Nachbereitung

Veranstaltungsmanagement

- Veranstaltungen im Verein
 - wesentlicher Bestandteil der Vereinskultur neben Übungs- und Wettkampfbetrieb
 - Verein erfüllt innerhalb der Kommune gesellige, soziale und kulturelle Aufgaben
 - nur gelungene Veranstaltung ermöglicht Profilierung gegenüber Politik, Wirtschaft, Medien, ...
 - Erregt Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit

Marketing

- Begriffsorientierung
 - Im umfassenden Sinne die marktorientierte Verwirklichung von Unternehmenszielen und die Ausrichtung des gesamten Unternehmens am Markt.
 - Umgangssprachlich wird Marketing eingeschränkt auf werbliche oder verkäuferische Tätigkeiten.

Marketing

- Sportmarketing
 - gliedert sich in zwei Bereiche
 - Marketing von Sport
 - Marketing durch Sport
 - Marketing von Sport ist die Vermarktung von Sportarten oder Sportlern zum Zweck der Befriedigung von Kundenbedürfnissen.
 - Marketing durch Sport ist die Vermarktung von Leistungsbündeln unter Verwendung von Sport als Kommunikationsplattform.
 - Ziel ist der Aufbau von Marken.

Marketing

- Bisherige Entwicklung
 - Phase der Produktorientierung (50er Jahre)
 - Phase der Verkaufsorientierung (60er Jahre)
 - Phase der Marktorientierung (70er Jahre)
 - Phase der Wettbewerbsorientierung (80er Jahre)
 - Phase der Umfeldorientierung (90er Jahre)
 - Phase des Hyperwettbewerbs (ab 2000)

Marketing

- Ziele
 - Unterscheidung in:
 - Marktbezogene (ökonomische) Ziele
 - Unternehmensbezogene (psychologische) Ziele
 - Gesellschaft- und Umweltbezogene Ziele

Marketing

- Marketing Mix
 - Die klassischen 4 P
 - product Produktpolitik
 - price Preispolitik
 - promotion Kommunikationspolitik
 - place Distributionspolitik
 - Weiter P
 - Personal wichtig im Dienstleistungsbereich
 - process Prozessmanagement
 - physics äußeres Erscheinungsbild