

---

**Einführungsveranstaltung**

---

**Sommersemester 2007**

# Aufbau

---

- Vereinsmanager C
- Sportanlagenmanagement
- Veranstaltungsmanagement
- Marketing

# Vereinsmanager

---

- Möglichkeit der Vereinsmanager C Lizenz des DOSB
- Leitende und verwaltende Aufgaben im Sportverein und Sportverband
- Befähigung die Geschäftsführung eines mittleren Vereines zu übernehmen
- auf Referentenebene in einem Landessportbund / Fachverband zu arbeiten.
- vier Jahre gültig
- erstreckt sich auf den Gesamtbereich des Deutschen Olympischen Sportbundes.
- Zur Verlängerung Fortbildung (15 UE)

# Vereinsmanager

## Vereinsmanager – Seminar

## Gleichwertige MOV Veranstaltung

Finanz- und Haushaltswesen

Rechnungswesen, Kostenrechnung, Buchhaltung  
(U. Hochmuth oder T. Burdelski)

Steuern

Zusätzliches Seminar BSB oder BTB

Recht und Versicherung

Arbeitsrecht – Vertragsrecht  
(Dr. Hoff oder S. Rastädter)

Öffentlichkeitsarbeit

Öffentlichkeitsarbeit, Marketing  
(Dr. G. Müller oder C. Baader)

Vereinsführung, Verwaltung und Organisation

Organisation und Verwaltung im Sport  
Vereinsmanagement Grundlagenseminar I + II  
(M. Fath)  
Personalwesen, Personalführung  
(J. Weisheit)

EDV: drei Wahlseminare aus dem EDV-  
Schulungsprogramm

Entfällt, da für Studierende der EDV-Umgang im  
Studium obligatorisch ist

Praktikum im organisierten Sport (3 Monate Vollzeit)

# 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
  - Aussagen über
    - die Ausstattung von Sportanlagen und Sportgelegenheiten und
    - 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

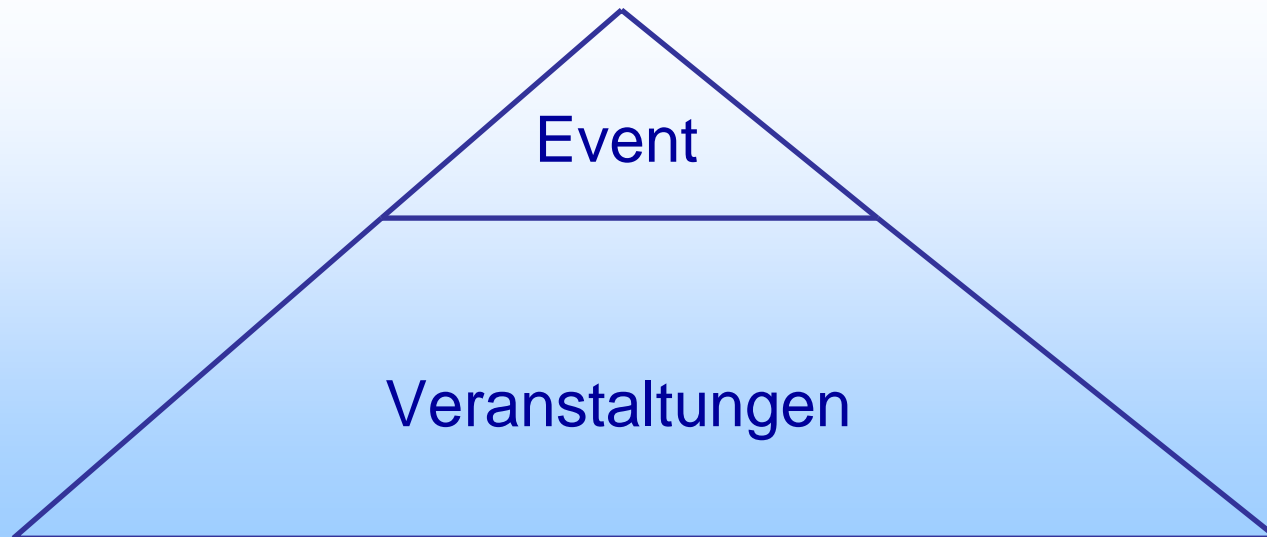
- Neue Ansätze
  - Bundesinnenministerium favorisiert noch für 2006 eine Fortsetzung des „Goldenen Plans Ost“
  - Es fehlen aber momentan ca. 50 Mio. € zur Sanierung der Sportstätten und Sportanlagen in Deutschland
  - In Sport und Politik wird mittlerweile ein „goldener Plan 3“ gefordert
  - Aktuelle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

# Veranstaltungsmanagement

- Veranstaltungen im Verein
  - Tag der offenen Tür
  - Gläserne Turnhalle
  - Schauturnen
  - Show- / Benefizspiele
  - Sommerfest
  - Weihnachtsfeier
  - ...

# Veranstaltungsmanagement

---

- Veranstaltungen im Verband
  - 2006:
    - Landesturnfest Heidelberg
  - 2007:
    - Landesgymnaestrada Baden-Baden
  - 2008:
    - Landeskinderturnfest Bretten
  - 2009:
    - Noch offen
  - 2010:
    - Landesturnfest Offenburg

# 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