

Zukunftsimpulse zur Entwicklung neuer Sportangebote

Das Anbieten und Organisieren von Sportangeboten für die Mitglieder ist das Kerngeschäft eines jeden Sportvereins. Dementsprechend sollte der Entwicklung und der Aktualität der angebotenen Sportmöglichkeiten stets größte Beachtung seitens der Verantwortlichen des Vereins geschenkt werden. Denn hiervon hängt maßgeblich auch die Zufriedenheit der Mitglieder und somit letztendlich die Mitgliederzahl des Vereins ab. Die Bedürfnisse und Wünsche der Mitglieder ändern sich ständig. Sei es aufgrund von gesellschaftlichen Entwicklungen, dem Aufkommen neuer Trendsportarten oder allein dem Wechsel von Mitgliedergruppen im Verein begründet. Fragen Sie sich einmal: Wann haben Sie zuletzt Ihr Sportangebot an aktuelle Trends und Wünsche der Mitglieder angepasst? Haben Sie auch Sportangebote im Verein, die seit Jahren immer gleich laufen und die Teilnehmerzahlen immer geringer werden? Haben Sie Sportangebote für alle Mitgliedergruppen Ihres Vereins?

Sport für jedermann im Verein - warum?

Für Vereine wird es zukünftig immer wichtiger, wenn nicht sogar überlebenswichtig sein, sich bei seinen Sportangeboten an allen möglichen Zielgruppen (Kinder, Jugendliche, Männer, Frauen, Berufstätige, Senioren, Familien, etc.) zu orientieren und ein möglichst breites Angebot zu stricken. Aufgrund der immer ausdifferenzierteren Wünsche der Zielgruppen, aber auch aufgrund des zunehmenden Konkurrenzdrucks im Freizeit- und Sportsektor müssen Vereine zukünftig ihre Sportangebote strategisch gut planen und den Erfolg stets kontrollieren. Zumal auch deshalb, da die Vereinsmitglieder immer höhere Ansprüche an Qualität und Professionalität der Vereinsangebote stellen. So ist es für Verantwortliche immer ratsam, die unterschiedlichen Motivationen der Mitglieder-/Zielgruppen zum Sporttreiben zu beachten. Zudem sollte auch immer einmal wieder der Blick über die „Kernsportart“ hinausgehen - vielleicht kann das Angebot mit anderen Sportarten ergänzt werden?

Warum es sinnvoll ist, Sportangebote zielgruppenorientiert zu planen verdeutlichen beispielhaft folgende Zielsetzungen:

- Neue Personen für den Sport und den Verein begeistern, sprich neue Mitglieder zu gewinnen
- Passive zu aktiven Mitgliedern wandeln
- Reaktivierung fehlender Altersgruppen oder Mitgliedergruppen
- Den Verein in eine sichere Zukunft entwickeln
- Anpassung des Vereins /Angebote an die gesellschaftlichen Veränderungen
- Verlangen durch die Mitglieder
- Konkurrenzdruck von kommerziellen Sportanbietern

Sportangebote strategisch planen - aber wie?

Eine strategische Planung kann immer in vier aufeinanderfolgenden Schritten durchgeführt werden:

1. Ist-Analyse
2. Ziele / Zielgruppen definieren
3. Erarbeitung und Umsetzung von Angeboten / Maßnahmen (zur Zielerreichung)
4. Kontrolle

Die Ist-Analyse dient zunächst einmal der Bewusstmachung und der Feststellung der aktuellen Situation. Sozusagen als Status quo und Ausgangsbasis für die weitere Planung. Es steht also die Fragestellung im Mittelpunkt: Was läuft gut, was nicht? Wie sieht es um uns herum aus? Folgende Punkte können dabei in eine umfassende Analyse aufgenommen werden:

- Mitgliederdaten (Verteilung: Alter, Geschlecht, Abteilungen, Fluktuation etc.)
- Bestehendes Angebot
 - Zielgruppengerechte Angebote?
 - Auslastung der Übungsstunden (Personen, Geschlecht, Regelmäßigkeit)
- Umfeldanalyse (Einzugsgebiet, Bevölkerungsentwicklung, Konkurrenz etc.)
- Zufriedenheit / Wünsche der Mitglieder: Umfrage
- Wünsche potenzieller Mitglieder
- Werbepotenzial und Image des Vereins

Der nächste Schritt ist die Definition von Zielen: Wo wollen wir hin? Was wollen wir (ergänzend) anbieten?

- Welche Zielgruppen möchten wir ansprechen bzw. reaktivieren?
- Wie sieht dabei unsere Zielsetzung aus? (Zeithorizont festlegen)
- Priorisierung der Ziele und Zielgruppen
- Ziele konkret und messbar definieren
- Mehrere Ziele verfolgen, so ist es nicht schlimm, wenn eines der Ziele nicht erreicht werden kann (aber dennoch nicht verzetteln)

Mit den festgelegten Zielen kann nun der Weg überlegt werden, wie diese Ziele erreicht werden können. Hier gilt es zunächst einmal den Kopf frei von Restriktionen und Bedenken zu bekommen! Überlegen Sie kreativ, wie Sie den Zielen mittels konkreter Maßnahmen einen Schritt näher kommen können:

- Kreativität und Brainstorming: Was sind aktuelle Trends? Was machen andere?
- Verantwortlichkeiten benennen
- Mitglieder mit einbeziehen
- Strukturiert und nach Plan vorgehen
- Von der Vision ins Detail: Am Anfang keine Restriktionen
Erst später: Verfügbare Ressourcen mit einbeziehen
- Startzeitpunkt festlegen und davon Detailplanung ableiten
- Angebote und Programme der Fachverbände und des LSVS nutzen

Eine stetige Kontrolle der Maßnahmendurchführung ist dabei enorm wichtig. Sollte es einmal an der einen oder anderen Stelle nicht funktionieren, kann schnell gegengesteuert werden. Somit beginnt die Kontrolle schon beim Start der Maßnahmendurchführung. Es ist auch keine Schande, nicht funktionierende Angebote wieder fallen zu lassen.

Mögliche Zielgruppen für Sportangebote können sein:

- Kinder
- Jugendliche
- Studenten
- Männer
- Frauen
- Singles
- Familien
- Senioren
- ...

Probleme bei der Entwicklung von zielgruppenorientierten Angeboten

Sicherlich gibt es bei der Entwicklung von neuen Sportangeboten auch einige Hindernisse zu überwinden. Diese sich vorab bewusst zu machen und in eine Detailplanung mit einzubeziehen, macht es einfacher sich vorzeitig mögliche Lösungsansätze zu überlegen:

Vereinsbezogene Probleme, die (oftmals) selbst beeinflusst werden können:

- Falsch kalkulierte Mitgliedsbeiträge (keine Differenzierungsmöglichkeiten, zu billig)
- Flexible Trainingszeiten nicht möglich
- Keine ausreichenden, finanziellen Ressourcen
- Alte Zöpfe abschneiden gelingt nicht
- Keine Sportangebote / Vereinsangebote für Mitglieder in der mittleren Altersstruktur
- Kein Innovationsgedanke im Vorstand (Blockadehaltung)
- Weiterbildung der „Kümmerer“ und Übungsleiter wird nicht unterstützt
- Fehlende Übungsleiter und Kümmerer
- Ideengeber und Organisatoren werden nicht unterstützt
- Dauernörgler
- Mangelnde Öffentlichkeitsarbeit und fehlende Kommunikation
- Vereinsmitglieder werden nicht erreicht

Probleme aus dem äußerlichen Umfeld, die selbst nicht beeinflusst werden können aber beachtet werden müssen:

- Bürokratische Hürden (Regularien, rechtliche Vorgaben, Versicherungsfragen, etc.)
- Fehlende Hallenkapazitäten (auch in den Ferien und am Wochenende)
- Mangelnde Ausstattung in den Hallen
- Konkurrenzdruck weiterer Sportanbieter
- Gesellschaftliche Entwicklung (Berufliche Einbindung macht Freizeit knapp, vielfältiges alternatives Freizeitangebot für Familien, längere Schulzeiten, etc.)

Zukunftsimpulse zur Entwicklung neuer Sportangebote

Trotz der aufgeführten Herausforderungen können Vereine noch immer ihre Besonderheiten und Vorteile nutzen, um zum einen neue Sportangebote zu entwickeln und zum anderen damit auch neue Mitglieder zu gewinnen:

- Engagierte Kümmerer, Vorstandsmitglieder, Übungsleiter und Helfer müssen stets motiviert, unterstützt und wertgeschätzt werden.
- Engagierte Mitglieder müssen frühzeitig durch Verantwortung (Projekt- oder Vorstandsarbeit) an den Verein gebunden werden.
- Erfahrene, ältere Mitglieder müssen zur Zusammenarbeit mit neuen, jungen Engagierten ermuntert werden.
- Weiterbildung sowohl für Übungsleiter als auch für Funktionsträger sollte als ein Hauptargument für Motivation etabliert werden.
- Der Verein muss seine Qualität und den Wert Leistung anerkennen und entsprechend vermitteln.
- Moderne Kommunikationsmethoden (WhatsApp, E-Mail, Newsletter, etc.) müssen in die Öffentlichkeitsarbeit und Organisation von Angeboten mit aufgenommen werden.
- Neue Wege müssen ohne Gegenwehr sondern mit Unterstützung des Vorstands gegangen werden: Kooperationen mit Schulen, Kindergärten, Vereinen aber auch vielleicht mit Betrieben in der Nähe.
- Ideen aller müssen gesammelt und verfolgt werden.

- Sportvereine stellen Sportinteressierten für einen verhältnismäßig geringen Beitrag vielfältige Ressourcen für das Sporttreiben zur Verfügung. Dies gilt es bei der Werbung besonders herauszustellen.
- Sport im Verein ist neben dem reinen Sporttreiben auch Geselligkeit, „Wir“-Gefühl, gemeinsame Aktivität, Freundschaft und Zusammenhalt.

Konkrete Ideen und Maßnahmen

- Teilnahme an Programmen der Fachverbände und des LSVS, z.B. „Kids in Bewegung“, „Familien in Bewegung“, „Seniorenport“, „Fit und vital älter werden“, etc.
- Trainingscamps
- Kurse oder erweiterte Trainingsmöglichkeiten
- Familiensportangebote
- Lehrgänge
- Behindertensport
- Integration von Flüchtlingen
- Kooperation mit anderen Vereinen oder Sportarten
- Hobby-Veranstaltungen / Turniere
- Jugendfreizeit
- Rückgymnastik
- Wandern
- Zumba
- Nordic Walking
- Schwimmen
- Managerboxen
- Aktionstage
- Fitnessangebote
- Gehirnwalking
- Programm gegen Adipositas
- Familienturniere
- Vormittagsangebote für Senioren, Eltern/Kind
- Herz-Kreislauf-Angebote
- Hausaufgabenbetreuung
- Geo-Caching
- Selbstverteidigungskurse
-