

Forum SPORT

// SICHERUNG DER ZUKUNFTSFÄHIGKEIT UNSERER SPORTVEREINE

// VORSTELLUNG UND TRANSFER DER ERGEBNISSE UNSERER LEADER-PROJEKTE

Eine interaktive Broschüre zum Forum am 06. April 2019



Grüßwort



Ein Sportverein, der zukunftsfähig sein will, braucht zeitgemäße Organisationsstrukturen. Für die Entwicklung und Stärkung seines Ehrenamtes ist die Unterstützung durch ein angemessenes Hauptamt unerlässlich.

Projekte in unseren Sportvereinen zeigen neue transparente Wege für einen zukunftsfähigen Sportverein im ländlichen Raum.

Anschauen, zuhören, diskutieren, mitmachen und umsetzen – das ist der Wunsch für die zurzeit 27.338 Mitglieder in 246 Sportvereinen des Kreissportbundes Ludwigslust-Parchim e.V.

Kriemhild Kant



Aktive Sportvereine sind für den ländlichen Raum Anker im sozialen Leben. Das hat unsere lokale Aktionsgruppe LEADER „SüdWestMecklenburg“ erkannt und den Kreissportbund Ludwigslust-Parchim bei seiner Suche nach zukunftsfähigen Vereinsstrukturen unterstützt. Die Ergebnisse zeigen, dass es sich lohnt, Engagement neu zu denken, Synergien zu nutzen und vor allem Barrieren zu überwinden.

Die beteiligten Sportvereine und Kommunen sollten anderen Vereinen Mut machen, ihren eigenen Weg zu gehen.

Ingrid Herrmann

● **DIE ROLLE VON VEREINEN ALS INNOVATIONSMOTOR FÜR DIE ENTWICKLUNG DES LÄNDLICHEN RAUMES**

Prof. Henning Bombeck

● **PROJEKTVORSTELLUNGEN:**

- Marketing: Wie kommunizieren wir nach außen?
- Engagement: Wie kommunizieren wir nach innen?
- Junges Ehrenamt: Wie tickt die Jugend?
- Gesundheitssport: Wie erweitern wir unsere Angebote?

● **PODIUMSDISKUSSION:**

„WIE KÖNNEN VEREINE IN IHRER ENTWICKLUNG KÜNFTIG NOCH BESSER UNTERSTÜTZT WERDEN?“

u.a. mit Landrat Stefan Sternberg

SV Rotation Neu Kaliß

*Vereine, die Motoren unseres Gemeinwesens –
Wie lassen sich die Aktivitäten in der Gemeinde besser
verbinden?*

WAS IST PASSIERT

Wie lassen sich die „Motoren“ in der Gemeinde enger vernetzen? Wie lässt sich erreichen, dass die Akteure besser voneinander wissen, Aktivitäten effektiver abstimmen sowie Schnittstellen und Synergien gezielter nutzen? Die Teilnehmenden dieses Projekts entschieden sich dafür, die Entwicklung einer gemeinsamen Willkommenskultur zum Schwerpunkt der Vernetzung in der Gemeinde zu machen. Hierzu erarbeiteten drei Teams in insgesamt sechs Treffen mit Hilfe der kreativen Arbeitsmethode des Design Thinking konkrete Projektideen.

ERGEBNISSE

- Künftig verteilt das Gemeindeamt in Neu Kaliß eine „Willkommenstüte“ an Zuziehende mit kleinen Geschenken von allen Vereinen und gesellschaftlichen Akteuren der Gemeinde sowie Einkaufsgutscheinen für Geschäfte im Ort.
- In der Gemeinde soll es eine jährliche Vereinekonzferenz geben.
- Es wurde ein „Tag der offenen Türen“ etabliert, an dem sowohl Vereine und Initiativen als auch Institutionen und Unternehmen teilnehmen.





SV Traktor Zachun

Kapazitäten bündeln – Wie können wir eine Sportstätte bauen und effektiv und kostengünstig mit den Nachbarvereinen nutzen?

WAS IST PASSIERT

Der SV Traktor Zachun steht vor großen Herausforderungen: Die finanzielle Situation des Vereins erschwert Neubau, Unterhaltung und Betrieb eigener Sportstätten. Der Lösungsansatz: Die Kooperation mit Nachbarn kann bestehende Kapazitäten sichern. So lassen sich vorhandene Strukturen multifunktional nutzen, weitere Angebote schaffen und neue Mitglieder anlocken.

Gemeinsam mit dem SV Warsow befragte der SV Traktor Zachun mögliche Kooperationspartner für einen geplanten Hallenneubau: die benachbarten Gemeinden, deren Vereine, die ansässigen Schulen und Kindergärten, Kirchen, Ortsfeuerwehren sowie Gastronomiebetriebe. Die Informationen aus diesen Befragungen sollen an einem Runden Tisch zusammengetragen und für eine regionale Kooperationskonferenz aufgearbeitet werden.



ERGEBNISSE

- Auf Grundlage der Projektergebnisse können zielgerichtet gemeinsame Interessens- und Arbeitsfelder identifiziert und künftige Partnerschaften für den Hallenneubau ausgelotet werden.
- Hierzu notwendige Kooperationsgespräche wurden detailliert vorbereitet. Dies erleichtert den Start in die folgenden konkreten Verhandlungen zwischen den einzelnen Akteuren.





Crivitz

Mehrwert aus Zusammenarbeit – Wie können unterschiedlichste Vereine in einer Kleinstadt gewinnbringend zusammenarbeiten?

WAS IST PASSIERT

Welche Stärken und Schwächen hat das Vereinswesen von Crivitz? Diese Frage diskutierten Crivitzer und Crivitzerinnen in einem gemeinsamen „Speed-Dating“. Um die Zusammenarbeit der Vereine voranzubringen, entschieden sich die Bürger zwei Kooperationsfelder zu stärken: die Öffentlichkeitsarbeit sowie die Durchführung gemeinsamer Veranstaltungen. Hierzu wurden zahlreiche konkrete Projektvorschläge gesammelt und einige bereits umgesetzt.

ERGEBNISSE

- Die Open Air-Veranstaltung „Tag der Vereine“ zur Werbung neuer Mitglieder und der „Ball der Vereine“ sollen regelmäßig durchgeführt werden.
- Das Vereinskataster der Stadt wurde überarbeitet und bietet nun umfangreiche Informationen über die Vereinsarbeit in Crivitz. Die erarbeiteten Inhalte wurden auch in die „Willkommensbroschüre“ der Stadt aufgenommen.
- Die Stadt Crivitz hat eine Vereinskordinatorin eingestellt.





Region Kreissportbund LUP

Konferenz „Marketing im Sportverein“ – Wie lässt sich die Außenkommunikation von Sportvereinen durch Marketing verbessern?

WAS IST PASSIERT

Wie gewinnt ein Verein am besten neue Mitglieder? Wie lassen sich bestehende Mitglieder am Ball halten? Wie lassen sich Sponsoren finden und der Bekanntheitsgrad der Vereinsmarke in der Region steigern? Kurz: Wie entsteht ein attraktives und erfolgreiches Vereinsimage? Die Konferenz „Marketing im Sportverein“ machte die Teilnehmenden mit zentralen Marketinginstrumenten der Vereinsarbeit vertraut: Pressearbeit, Nutzung sozialer Medien, interaktive Webseiten als Service- und Informationsplattform für die Mitglieder sowie eine aktive Sponsoring-Kommunikation.

ERGEBNISSE

- Die Teilnehmenden der Konferenz sind mit den Grundinstrumenten für ein erfolgreiches Vereinsmarketing vertraut und können sie mithilfe der ausgeteilten Handreichungen zu einem gelebten Bestandteil ihrer Vereinsarbeit machen.
- Die Konferenz hat deutlich gemacht: Kostengünstige, pragmatische und einfache Marketinginstrumente sind gut in den Arbeits- und Sportalltag integrierbar und können in kurzer Zeit viel bewirken.





Hagenower SV

Tradition, Regionalität, Zusammenarbeit – Wie kann durch eine verbesserte Sponsoring-Strategie die Außenwahrnehmung gestärkt und die Wirtschaftlichkeit des Vereins verbessert werden?

WAS IST PASSIERT

Eine gute Sponsoring-Strategie für einen Verein braucht eine gründliche Analyse der Stärken und Schwächen der bisherigen Vermarktungsstrategie: Wie wurden neue Mitglieder bislang angesprochen, wie der Kontakt zu Ehemaligen gepflegt? Wie gut funktionieren Internetauftritt und Zusammenarbeit mit der Presse? Wie nehmen potenzielle Sponsoren den Verein wahr? Aufbauend auf diese Bestandsaufnahme und einem fachlichen Input vom Projektteam zu den verschiedenen Typen von Sportsponsoring setzen sich die Sportler mit den Kernpunkten ihrer Vereinsidentität auseinander. Auf dieser Grundlage wurde eine verbesserte Sponsoring-Strategie erarbeitet.



ERGEBNISSE

- Es wurden potentielle Sponsorengruppen identifiziert.
- Abgestimmt auf diese Akteure wurden die inhaltlichen Schwerpunkte festgelegt und ein Konzept für die erfolgreiche Sponsorenansprache formuliert.
- Als Kommunikationsmaterialien liegen nun eine PowerPoint-Präsentation sowie eine Sponsoren-Imagebroschüre vor.





SC Parchim

Innovativ, modern, visionär – Wie können zwei frisch fusionierte historische Vereine eine gemeinsame Vereinsidentität entwickeln?

WAS IST PASSIERT

Wie lässt sich aus zwei historisch getrennten Vereinen einer Kommune ein neuer Verein machen? Um diese Frage zu beantworten, haben sich die Vorstandsmitglieder des SC Parchim einer sogenannten Tiefenumfrage gestellt. Das Ergebnis: Als Schwerpunkte für die künftige Entwicklung der Vereinsidentität gibt es mehrere zentrale Themen – die Arbeitsorganisation mit der dazugehörigen Verantwortungs- und Aufgabenverteilung, der Ausbau der Sparten zur Entwicklung zusätzlicher Einnahmequellen, das Wir-Gefühl des gesamten Vereins sowie die Gewinnung von Nachwuchs. Zu diesen Themenfeldern hat der Vereinsvorstand in fünf Workshops eine Reihe von Entscheidungen getroffen.

ERGEBNISSE

- Es wurde eine gemeinsame Vision für den Verein entwickelt, die auch die Unabhängigkeit und Verbundenheit der einzelnen Sparten sowie die Wachstumsambitionen des Vereins berücksichtigt.
- Der Vorstand hat sich mit seinen Aufgabebereichen neu aufgestellt und Verantwortlichkeiten neu verteilt.
- Die bislang zwei Geschäftsstellen wurde zu einer umstrukturiert.
- Ein Plan zur besseren Identifizierung und Nutzung von Ehrenamtskapazitäten wurde aufgestellt.





SV Traktor Balow



Vom Spielfeldrand auf die Trainerbank – Wie werden aus Vereinsmitgliedern aktive Ehrenamtliche?

WAS IST PASSIERT

Was ist eine gute Strategie, um Vereinsmitglieder in die ehrenamtliche Arbeit einzubeziehen? Um diese Frage zu beantworten, traf sich eine Arbeitsgruppe aus Vorstandsmitgliedern und Aktiven des SV Balow zur Bestandsaufnahme. Die ergab: Die interne Kommunikation bietet das meiste Potential – vor allem, wenn die Eltern der Kinder, die die Sportangebote nutzen, einbezogen werden. Deutlich wurde auch: Damit Mitglieder eine Aufgabe finden, die zu ihnen passt, müssen die Vereinsaufgaben besser kommuniziert werden. Ideen und Maßnahmen dazu wurden in fünf Treffen erarbeitet.



ERGEBNISSE

- Es wurde ein Mitgliederbrief zur Abfrage der Bereitschaft, sich in den Verein einzubringen verschickt. Mit Erfolg: Bei knapp 70 Rückmeldungen auf 250 Briefe wünschen sich 50 Mitglieder regelmäßige Informationen zur Vereinsarbeit, 30 wollen Kleinstaufgaben übernehmen, 4 wollen sich intensiver einbringen, z.B. als Vorstandsmitglieder oder Übungsleiter und -leiterinnen.
- Es wurden WhatsApp-Gruppen für die Mitgliederkommunikation eingerichtet.
- Ein Briefkasten dient ab sofort als Ideenschmiede und Kummerkasten.
- Der Vorstand hat nun Gewissheit: Der Verein steckt voller Aktionshelfer und -helferinnen; sie müssen nur um Hilfe gebeten werden.





Grabower SV von 1908

Mit einer Stimme sprechen – Wie können wir eine spartenübergreifende Vereinsidentität entwickeln?

WAS IST PASSIERT

Vielfalt und Größe sind für den Grabower SV von 1908 Chance und Bürde zugleich: 11 verschiedene Sparten machen den Verein für alle Generationen attraktiv. Die Sparten sind vorbildlich organisiert, arbeiten aber nahezu unabhängig voneinander. Neben ihren vielfältigen Aktivitäten mühen sie sich jeweils selbständig um eigenen Nachwuchs, insbesondere bei den Übungsleitern. Im Rahmen des Projektes ist das Problembewusstsein für die Reibungsverluste der jetzigen Organisation gewachsen. Erkannt wurde, dass es hilfreich wäre, die organisatorischen Abläufe sowie die Außendarstellung, wie etwa die Kommunikation mit der Stadt und ihrer Verwaltung, miteinander abzustimmen und gemeinsam zu optimieren. Der Verein will nun forcieren, dass die Sparten verstärkt aufeinander zugehen sowie den Mehrwert der gemeinsamen Mitgliedschaft im Verein herausarbeiten.



ERGEBNISSE

- Es soll ein Workshop mit allen Sparten des Vereins durchgeführt werden. Ziel ist es, der gemeinsamen Identität einen Schritt näher zu kommen und die Zusammenarbeit im Verein zu verbessern.





SV Borussia Bresegard-Mooras

*Kooperationen zum Überleben in kleinen Gemeinden
– Wie kann sich der Verein breiter aufstellen und sein
Image nach außen besser kommunizieren?*

WAS IST PASSIERT

Um einen Verein breiter aufzustellen, ist es wichtig zu wissen, welche Sportangebote von Mitgliedern, aber auch Nicht-Mitgliedern gewünscht werden. Hier setzte die Arbeitsgruppe des SV Borussia Bresegard-Mooras an und entwickelte einen Fragebogen für die Vereinsmitglieder. Der ergab: Vor allem bei der Nachwuchsförderung gibt es Defizite. Denn zum einen sind die Städte und größeren Vereine eine harte Konkurrenz, zum anderen fehlt es an Anziehungskraft durch eine verbindende Identität. Im Rahmen von Themenworkshops wurden Lösungsstrategien entwickelt und umgesetzt. Im Fokus stand hierbei die Verbesserung der Außenkommunikation.



ERGEBNISSE

- Der Verein ist nun digital erreichbar. Mit der Website www.svbresgard-mooras.de und Aktivitäten auf Facebook ist der Verein sichtbar geworden.
- Um neue Mitglieder zu gewinnen, wurden Aushänge und Werbefilme erstellt sowie Veranstaltungen in den umliegenden Dörfern organisiert, in denen u.a. auf die neue Kindermannschaft hingewiesen wurde – mit Erfolg. Zum Training fanden sich so viele Kinder ein, dass in der nächsten Spielzeit eine wettkampftaugliche Mannschaft gebildet werden kann.





Region Kreissportbund LUP

Jugend in den Mittelpunkt – Was brauchen Jugendliche, um sich im Sportverein zu engagieren?

WAS IST PASSIERT

Jugendliche haben oft eine andere Sicht auf Dinge. Sie wissen am besten, was hinderlich für Engagement im Verein ist, was „abschreckend“ wirkt, was Vereinsvorsitzende anders machen könnten. Noch immer haben sie aber zu wenig Mitsprachemöglichkeiten. Die alten Vorstände machen den Weg für junge Ideen nur zögerlich frei – und dies obwohl 80 % der Jugendlichen sich aktiv in die Gestaltung des Vereins einbringen wollen, wie das Projekt ergab.

Um diesen Wissensschatz zu heben, fanden Gesprächsrunden mit Jugendlichen und Interessierten innerhalb und außerhalb von Sportvereinen sowie zwei thematische Jugendforen statt. Die Fragen: Wie nehmen Jugendliche die Sportvereine und ihr Angebot wahr? Sind die Vereine für die Jugend überhaupt attraktiv und erreichbar? Was würden sie verbessern und anders machen? Die Wünsche der Jugendlichen mündeten in der Aufforderung: Fördert Jugendliche und stellt sie mehr in den Mittelpunkt des Vereinslebens!

ERGEBNISSE

- Die Jugendlichen erarbeiteten einen Forderungskatalog: das Logbuch der Jugend „Jugend in unseren Sportvereinen“.
- Das Logbuch wurde auf dem Kreissporttag an die Delegierten zahlreicher Sportvereine übergeben und ist auf der Homepage www.ksb-ludwigslust-parchim.de zu finden.



// IDEEN, GEDANKEN, FRAGEN

// WIE ÜBERTRAGE ICH DAS THEMA/ PROJEKT AUF MEINEN EIGENEN VEREIN?

// WAS NEHME ICH FÜR MEINE VEREINSARBEIT MIT?

A series of horizontal dotted lines for writing.

*Logbuch der Jugend „Jugend in unseren Sportvereinen“
Wie gewinnt man Jugendliche für die Vereinsarbeit?*

Das Logbuch der Jugend ist Ergebnis des KSB-Projektes „Jugend in unseren Sportvereinen“. Es wurde in Gesprächsrunden mit Jugendlichen und Interessierten innerhalb und außerhalb von Sportvereinen sowie im Rahmen von thematischen Jugendforen erarbeitet. Das empfehlen die Jugendlichen:



WIE SOLLTE DIE ÖFFENTLICHKEITSARBEIT ZUKUNFTSFÄHIG GESTALTET WERDEN?

- **Aktuelle Homepage** – Jeder Verein sollte eine gut strukturierte, vielfältige und aktuelle Homepage besitzen, deren Aufbau und Betreuung durch junge Mitglieder unterstützt wird.
 - **Verbreitung in sozialen Netzwerken** – Es ist empfehlenswert, eine Seite für den Verein in sozialen Netzwerken zu erstellen, welche wöchentlich aktualisiert wird. Über diese kann man auch Veranstaltungen, Sportfeste oder Spieltermine veröffentlichen und dazu einladen.
- **Kooperationen** – Die Kooperation mit Schulen ist notwendig, um Jugendliche für den Vereinssport zu begeistern. Im Vorstand sollte eine Position für einen Öffentlichkeitsbeauftragten geschaffen werden.



WAS ERWARTET DIE JUGEND VOM VEREINSVORSTAND?

- **Offenheit und Transparenz** – Der Verein sollte offen für Kritik und Ratschläge sein, Kreativität fördern und Mut zur Veränderung haben. All dies sollte durch eine transparente Arbeit des Vorstandes ermöglicht werden.
- **Tradition verbunden mit Innovation** – Ein angemessener Mittelweg zwischen altbewährten Traditionen und neu gedachter Innovation sollte gefunden werden. Offenheit und eine bunte Vielfalt sind dabei wichtige Aspekte.
- **Gleichberechtigung** – Der Vorstand sollte mit einer gleichberechtigten Jugend agieren und nicht von oben herab regieren. Zur Wahrung der Interessen von Jugendlichen sollte ein Jugendlicher im Vorstand vertreten sein.



// IDEEN, GEDANKEN, FRAGEN

// WIE ÜBERTRAGE ICH DAS THEMA/ PROJEKT AUF MEINEN EIGENEN VEREIN?

// WAS NEHME ICH FÜR MEINE VEREINSARBEIT MIT?

A series of horizontal dotted lines for writing.

Logbuch der Jugend „Jugend in unseren Sportvereinen“ Wie gewinnt man Jugendliche für die Vereinsarbeit?



WAS ZEICHNET EINEN INNOVATIVEN VEREIN AUS?

- **Attraktive Angebote** – Ein Sportverein sollte attraktive Angebote für die Jugend anbieten, welche in einer Probestunde getestet werden können.
- **Integration und Zusammenarbeit** – Vereine sollten mit Nachbargemeinden und Schulen in der Region kooperieren, um mehr Möglichkeiten zu schaffen. Die Integration sollte hierbei ein zentrales Thema sein.
- **Weiterbildung der Trainer und Trainerinnen** – Trainer sollten so weitergebildet werden, dass moderne Trainingsmethoden und -techniken angewendet werden. Zusätzlich sollte den Jugendlichen Verantwortung übertragen werden, um in die Rolle des Trainers hineinwachsen zu können. Bsp: Mitwirken beim Training, Übernahme von organisatorischen Aufgaben, Betreuer bei Camps.
- **Moderne Finanzdenken** – Vereine sollten ein modernes Finanzdenken haben und Mittel wie Sponsoring und Mittelakquise für sich nutzen. Hierbei sollten auch die Jugendlichen Mitbestimmungsrecht haben, um ein gewissen „Finanzdenken“ zu erlangen.

WIE KÖNNEN MODERNE ANGEBOTE GESTALTET WERDEN?

- **Mobilität** – Um die Mobilität der Vereinsmitglieder zu sichern, sollte ein „Bürger-Bus“ oder ähnliches zur Verfügung gestellt werden. Die Zuständigkeiten hierzu sollten klar geregelt sein und den Vereinsmitgliedern transparent mitgeteilt werden.
- **Austausch** – Zum Austausch von Erfahrungen würde sich ein regelmäßiges Treffen von Übungsleitern aus verschiedenen Gemeinden, Organisationen und Vereinen anbieten. Freundschaftsturniere können zur Aufrechterhaltung von Kooperationen genutzt werden.
- **Anerkennung und Wertschätzung** – Um die Arbeit der Übungsleiter mehr anzuerkennen, sollte man sich öfter bei ihnen mittels höherer Aufwandsentschädigung oder Präsenten seitens der Vereine und Mitglieder bedanken.
- **Vorstellung des Vereins** – Die Vereine sollten aktiv mit Kindergärten und Schulen kooperieren. Zudem sollten Vereine Ferien- und Trainingslager oder Wochenendfahrten anbieten, um noch präsenter in der Öffentlichkeit zu sein.

// IDEEN, GEDANKEN, FRAGEN

// WIE ÜBERTRAGE ICH DAS THEMA/ PROJEKT AUF MEINEN EIGENEN VEREIN?

// WAS NEHME ICH FÜR MEINE VEREINSARBEIT MIT?

A series of horizontal dotted lines for writing.



Region Kreissportbund LUP

Konferenz Gesundheitssport: Fit und gesund von Jung bis Alt – Wie lässt sich Gesundheitssport als Vereinsangebot der Zukunft gestalten?

WAS IST PASSIERT

Ob als Präventions- oder Rehabilitationssport – das Interesse an Gesundheitssport nimmt stetig zu. Ziel der Konferenz war es, Vereinen die Chancen und Potentiale rund um den Gesundheitssport aufzuzeigen, Schritte zur Einführung von entsprechenden Angeboten zu klären sowie ihnen die Expertise erfahrener Vereine zugänglich zu machen. Neben einem Impuls-Vortrag zur gesellschaftlichen Relevanz des Gesundheitssports und den hiermit verbundenen Chancen und Notwendigkeiten für Vereine vermittelten Workshops Wissen zu konkreten Instrumenten und Handlungsoptionen:

- Ist der Reha- und Präventionssport ein lohnendes Geschäftsmodell?
- Wie kann ich den Gesundheitssport erfolgreich in meinen Verein einführen?
- Wie bekommen wir einen Überblick über die Akteurs- und Unterstützungslandschaft?
- Seit wann kommt die Sportstunde zu den Teilnehmenden? Erfolgskonzepte für wandernde Sportangebote im ländlichen Raum.

ERGEBNISSE

- Die Chancen und Potentiale des Gesundheitssports als Vereinsangebot wurden diskutiert und die notwendigen Schritte zur Einführung als Geschäftsmodell erklärt. Experten und erfahrene Vereine beantworteten Fragen zur Zertifizierung und Erreichbarkeit dieses Ziels.
- Die Teilnehmenden gewannen die Erkenntnis: Präventions- und Reha-Sport lohnen sich langfristig für den Verein.



Zukunftsfähiger Sportverein

Vereine und Kommunen auf gemeinsamer Spurensuche



- Barrieren überwinden
- Engagement neu denken



- Kommunikation unterstützen



- Aktivitäten abstimmen

- Generationen verbinden

- Synergien nutzen



- „Motoren“ vernetzen



- Gesundheit fördern

Die Spurensuche wurde unterstützt durch:

