

# Strategie

- Grundlagen
  - Grundbegriffe & Erklärungen
    - Grundbegriffe im Sportmarketing
    - Warum Marketing im Sportverein?
    - Was ist Vereinsmarketing?
    - Wo Marketing in der Vereinsorganisation einbinden?
  - Marketing Management
    - Marketing-Management-Methode als Planungshilfe
    - Marketing-Mix im Sportverein
- Analyse
  - Grundlagen
    - Was der Verein in der Analysephase wissen muss
    - Analysephase
    - Marktbestimmung
    - Mitgliederbefragung
    - Teilnehmerbefragung
    - Zuschauerbefragung
  - Analysen
    - Vereinsanalyse
    - Imageanalyse
    - Konkurrenz-/Wettbewerberanalyse
    - Kundenanalyse
    - SWOT-Analyse
    - Portfolioanalyse
    - Umfeldanalyse
- Strategie
  - Grundlagen
    - Einführung in das strategische Marketing
    - Markenarchitekturen im Sportverein
    - Markenmanagement im Sportverein
    - Vereinsimage
    - Vereins-Leitbild
    - Vereins-Mission und Vereins-Vision
    - Vereinssatzung
    - Vereinsstrategie
    - Vereinszielgruppen
    - Corporate Identity (CI)
    - Corporate Design
    - Praxistipps zur Erstellung eines Vereins-Leitbildes
    - Praxisbeispiele Vereins-Leitbilder
  - Vereinsstrategie
    - Entwicklung der Vereinsstrategie
    - Strategieübersicht (Integrativer Strategieansatz)
    - Konkurrenzorientierte Strategie
    - Kundenorientierte Strategien
    - Positionierungs- oder Profilierungsstrategie
    - Produkt-/Markt-Strategien

- Vereinsziele
  - Kunden-/mitgliederbezogene Ziele
  - Zielarten
  - Zielfindung im Verein
  - Zielformulierung
- Gestaltung, Realisierung, Kontrolle
  - Grundlagen
    - Einführung: Gestaltung und Realisierung
    - Realisierungsphase
    - Angebotsgestaltung
  - Öffentlichkeitsarbeit & Werbung
    - Direktmarketing
    - Displaywerbung
    - E-Mail-Marketing
    - Website
    - Influencer Marketing
    - Mediaplanung
    - Mediawerbung
    - Mobile Marketing
    - Persönliche Kommunikation
    - Podcasts
    - Suchmaschinenmarketing
    - Veranstaltungs-/Eventmarketing
    - Verkaufsförderung
    - Vereins-App
    - Virales Marketing
  - Preis- und Produktgestaltung
    - Grundsätzliche Entscheidungen in der Preispolitik
    - Formen der marketingorientierten Preisbestimmung
    - Beschwerdemanagement als Teil der Produktpolitik
    - Produkt- und Dienstleistungspolitik
    - Gestaltungsrichtung der Produktpolitik
    - Markenpolitik für den Sportverein?
    - Produktpositionierung als Aufgabe der Produktpolitik
  - Vertriebswege & Distribution
    - Einführung in die Vertriebspolitik
    - Vertriebsformen
    - Vertriebswege
    - Vertrieb über Kooperationspartner
    - Affiliate Marketing
  - Kontrolle
    - Untersuchungsbereiche und Zeitaspekt
    - Zielabweichungen und Konsequenzen
- Crowdfunding
  - Grundlagen
    - Was ist Crowdfunding?
    - Crowdfunding-Arten
    - Gründe für eine Crowdfunding-Kampagne
    - Crowdfunding-Erfolgsfaktoren
    - Crowdfunding-Plattformen
    - Crowdfunding-Expertentipps
  - Umsetzung
    - Schritt für Schritt zur Crowdfunding-Kampagne
    - Checkliste zur Implementierung einer Crowdfunding-Kampagne
    - Prämienideen

- [Steuerliche Aspekte Geldgeber Crowdfunding-Beiträge](#)
  - [Steuerliche Behandlung Crowdfunding-Einnahmen](#)
  - [Stolpersteine beim Crowdfunding](#)
  - [Viele schaffen mehr](#)
- [Beispiele](#)
  - [Klassisches Crowdfunding](#)
  - [Spenden-Crowdfunding](#)
  - [Crowdlending](#)
- [Öffentlichkeitsarbeit](#)
  - [Grundlagen](#)
    - [Grundsätze der Öffentlichkeitsarbeit](#)
    - [Eingliederung der Öffentlichkeitsarbeit im Sportverein](#)
    - [Strategie Öffentlichkeitsarbeit im Sportverein](#)
    - [Ziele der Öffentlichkeitsarbeit im Sportverein](#)
    - [Zielgruppen der Öffentlichkeitsarbeit im Sportverein](#)
    - [Referent\\*in Öffentlichkeitsarbeit](#)
  - [Konzeption](#)
    - [Keine Öffentlichkeitsarbeit ohne Konzept](#)
    - [Schritt 1 - Analyse der Ausgangssituation](#)
    - [Schritt 2 - Erstellung der Strategie](#)
    - [Schritt 3 – Umsetzung](#)
    - [Schritt 4 - Erfolgskontrollen](#)
  - [Instrumente](#)
    - [Welches Instrument für welche Zielgruppen](#)
    - [Instrumente der externen Öffentlichkeitsarbeit](#)
    - [Instrumente der internen Öffentlichkeitsarbeit](#)
    - [E-Mail-Newsletter](#)
    - [Fotos \(LSB-Bilddatenbank\)](#)
    - [Google My Business](#)
    - [\(Online-\)Pressemitteilung](#)
    - [Online-Presseportale](#)
    - [Podcasts](#)
    - [Vereins-App](#)
    - [Vereinsschaukasten](#)
    - [Vereinszeitung](#)
  - [Medien & PR-Arbeit](#)
    - [Der Medienmarkt: Welche Medien gibt es?](#)
    - [Der Presseverteiler](#)
    - [Die unterschiedlichen Redaktionsmitarbeiter](#)
    - [Informierende Texte](#)
    - [Meinungstexte](#)
    - [Regeln für die Mediensprache](#)
    - [Welche Themen sind für Journalisten interessant?](#)
    - [Wichtiges für den Umgang mit Journalisten](#)
  - [Rechtliche Grundlagen](#)
    - [Formvorschriften für Geschäftsbriefe und E-Mail-Signature](#)
    - [Impressum allgemein](#)
    - [Impressum auf der Vereins-Website](#)
    - [Impressum in Printmedien](#)
    - [Impressum Social Media-Kanäle](#)
    - [Medienrecht](#)
    - [Urheberrechtsgesetz](#)
    - [Welche Voraussetzungen muss ein Presstext erfüllen?](#)
- [Social Media](#)
  - [Grundlagen Social Media](#)

- Was sind soziale Netzwerke?
- Social Media im Sportverein
- Warum ist Social Media für Sportvereine attraktiv?
- Praktische Umsetzung von Social Media
  - Social Media-Strategie
  - Social Media Trends - Wie als Sportverein darauf reagiere
  - Erfassung und Analyse des IST-Zustandes
  - Social Media-Kanäle festlegen
  - Bekanntmachung von Social Media-Kanälen
  - Erfolgsfaktoren
  - Zielgruppen festlegen
  - Wie Social Media-Ziele festlegen?
  - Welche Ziele lassen sich erreichen?
  - Welche Inhalte für welche Zielgruppen?
  - Social Media-Verantwortlicher
  - Community Regeln
  - Social Media-Leitfaden für Mitarbeitende und Mitglieder
  - Risiken für den Sportverein
  - Canva Pro für Social Media kostenfrei nutzen
  - Kooperationen mit Influencer\*innen
- Instagram
  - Was ist Instagram?
  - Warum Instagram als Sportverein nutzen?
  - Welche Zielgruppen erreicht man bei Instagram?
  - Wie erstellt man ein Instagram-Vereinskonto?
  - Welche Inhalte auf Instagram posten?
  - Reichweite erhöhen mit Hashtags
  - Instagram Stories
  - Instagram Reels
  - Instagram Live
  - Kennzeichnungspflicht bei gesponserten Beiträgen
  - Werbung auf Instagram
  - User Generated Content nutzen
  - Instagram-Account löschen
- YouTube
  - Zahlen, Daten, Fakten zu YouTube
  - Was können Sportvereine mit YouTube erreichen?
  - YouTube-Kanal für Sportverein einrichten
  - Tutorials als Quotenhits
  - YouTube Shorts
  - Imagefilme auf YouTube
  - Würdigung ehrenamtlichen Engagements
  - Wie wird ein YouTube-Video zum Erfolg?
- TikTok
  - Was ist TikTok?
  - TikTok-Vereinskonto einrichten
  - Der perfekte TikTok-Post
  - TikTok-Stories
  - TikTok-Auftritt der SG Zons-Tennisschule
  - Praxistipps für den TikTok-Vereinsauftritt
  - Werbung auf TikTok
  - Löschen und deaktivieren eines TikTok-Vereinskontos
- Facebook
  - Ersteinrichtung einer vereinseigenen Facebook-Seite
  - Gestaltung der Facebook-Vereinsseite

- [Was kann Sportverein mit Facebook erreichen?](#)
  - [Facebook-Werbeanzeigen](#)
  - [Wer nutzt Facebook?](#)
  - [Sponsoren einbinden](#)
  - [Facebook löschen, deaktivieren](#)
- [X \(ehemals Twitter\)](#)
  - [Was können Sportvereine mit X erreichen?](#)
  - [Wem folge ich als Sportverein auf X?](#)
  - [Wie nutze ich als Sportverein X?](#)
- [Twitch](#)
  - [Was ist Twitch?](#)
  - [Twitch-Vereinskonto einrichten](#)
  - [Live-Stream produzieren](#)
  - [Livestreaming von Vereinsveranstaltungen](#)
  - [Praxisbeispiel SG Coesfeld \(Volleyball\)](#)
- [WhatsApp](#)
  - [WhatsApp-Kanal](#)
  - [WhatsApp: Rechtslage mit Einführung der EU-DSGVO](#)
  - [Alternativen zu WhatsApp](#)
- [Rechtliche Aspekte](#)
  - [Impressum bei Social Media-Profilen](#)
  - [Datenschutz und Social Media](#)
  - [Wettbewerbsrecht/Recht des unlauteren Wettbewerbs](#)
  - [Namensrechte](#)
  - [Nutzungsbedingungen, Datenschutzbestimmungen](#)
  - [Persönlichkeitsrechte – Recht am eigenen Bild](#)
  - [Urheberrecht](#)
  - [Verantwortung für Inhalte](#)
- [Social Media-Monitoring](#)
  - [Grundlagen](#)
  - [Social Media-Medienspiegel](#)
- [Sponsoring](#)
  - [Grundlagen](#)
    - [Definition Sportsponsoring](#)
    - [Abgrenzung Sponsoring, Mäzenatentum, Spendenwesen](#)
    - [Analyse Sponsoring-Ausgangssituation Sportverein](#)
    - [Eigenanalyse beim Sponsoring](#)
    - [Konkurrenzanalyse beim Sponsoring](#)
    - [Kundenanalyse beim Sponsoring](#)
    - [Markenmanagement beim Sponsoring](#)
    - [Rechtliche Trends](#)
    - [Sponsoring-Management im Sportverein](#)
    - [Sponsoringstrategie](#)
    - [Sponsoring-Praxis im Sportverein](#)
    - [Sponsoringziele des Sponsors](#)
    - [Sponsoringziele des Sportvereins](#)
    - [Technologische Trends](#)
    - [Umfeldanalyse beim Sponsoring](#)
    - [Auswahl einer Sponsoringagentur](#)
    - [Zusammenarbeit mit Sponsoringagenturen](#)
  - [Sponsoringarten](#)
    - [Ausrüstersponsoring](#)
    - [Dienstleistungssponsoring](#)
    - [Geldsponsoring](#)
    - [Gewinnspielsponsoring](#)

- Grafik sponsoring
- Internetsponsoring
- Mannschaftssponsoring
- Mediensponsoring
- Programmsponsoring
- Sach sponsoring
- Titelsponsoring
- Trikotsponsoring
- Veranstaltungssponsoring
- Vereinssponsoring
- Akquisition von Sponsoren
  - Akquisitionsschreiben
  - Anbieter für Außenwerbung als Sponsor
  - Angebotserstellung
  - Auswahl potentieller Sponsoren
  - Hospitality-Pakete
  - Imageübereinstimmung
  - Kontaktaufnahme mit einem potenziellen Sponsor
  - Kontaktaufnahme mit potenziellen Sponsor per Telefon
  - Kontaktaufnahme mit potenziellen Sponsor per E-Mail
  - Kundenorientierung im Sponsoring
  - Medienkooperationen
  - Medienkooperationen mit elektronischen Medien
  - Medienkooperationen mit Printmedien
  - Online-Sponsoringanfrage
  - Persönlicher Kontakt öffnet Türen beim Sponsor
  - Präsentationstermin beim potenziellen Sponsor
  - Produkt- und Dienstleistungsbezug beim Sponsoring
  - Recherche der Kontaktperson beim Sponsor
  - Regionalbezug beim Sponsoring
  - Sponsorenpool versus Exklusivsponsoring
  - Sponsoringbörsen
  - Vertragsverhandlungen
  - Zielgruppenübereinstimmung
- Erfolgskontrolle
  - Befragung von Zuschauer\*innen
  - Dokumentation umgesetzter Maßnahmen
  - Face to Face-Befragungen (vor Ort)
  - Grundlagen der Sponsoring-Erfolgskontrolle
  - Imageuntersuchungen
  - Medienanalysen
  - Medienspiegel
  - Nachbesprechung mit Sponsoren
  - Online-Befragungen
  - Online-Monitoring
  - Printmedienanalysen
  - Social Media-Analysen
  - Sport-Marktforschungsinstitute
  - Telefonbefragungen
  - TV-Medienanalysen
  - Untersuchungen des Bekanntheitsgrades
- Public Relations
  - Bekanntmachung des Sponsors
  - PR bei Sponsoring-Problemen
  - Pressekonferenz

- Pressemitteilung
  - PR-Events
  - Sponsoring-Botschafter\*in
  - Social Media Kommunikation
- Sponsoringvertrag
  - Grundlagen Sponsoringvertrag
  - Bestandteile Sponsoringvertrag
  - Rechtliche Grenzen für Inhalte
  - Rechtsgrundlagen Sponsoringvertrag
- Betreuung von Sponsoren
  - Bandenplan
  - Fehler bei der Sponsorenbetreuung
  - Sponsorenbesprechung
  - Sponsorentreffen
  - Sponsorenverwaltung
  - Sponsoringkoordinator\*in
  - VIP-Maßnahmen
- Checklisten/Musterdokumente
  - Akquisitionsschreiben
  - Grundregeln für einen Sponsorentermin
  - Präsentationsunterlagen für einen Sponsorentermin
  - Sponsorenlauf
  - Sponsorenlauf – Sponsorenkarte
  - Telefonakquisition
  - Zuschauer\*innenbefragung zum Sponsoring
- Veranstaltungsmanagement
  - Grundlagen
    - Von der Ausstattung bis zum Zeitplan
    - Schritt für Schritt zur erfolgreichen Vereinsveranstaltung
    - Woran können Veranstaltungen scheitern?
    - Veranstaltungstypen
    - Ablaufpläne
    - Checklisten
  - Analysephase
    - Grundlagen
    - Marktanalyse
    - Eigenanalyse
  - Konzeptionsphase
    - Ziele der Veranstaltung
    - Veranstaltungstyp festlegen
    - Veranstaltungsort festlegen
    - Zielgruppen von Vereinsveranstaltungen
    - Ideenfindung
    - Konzepterstellung
    - Finanzplanung
    - Nachhaltigkeitskonzept erarbeiten
    - Organisationsstruktur planen
    - Personalplanung
    - Programmplanung
    - Technikplanung
    - Terminfindung
  - Vorbereitungsphase
    - Auf- und Abbau organisieren
    - Ausrichtervertrag
    - Ausschreibung

- Besichtigung Veranstaltungsort
- Einladungen von Ehrengästen
- Kooperationspartner gewinnen
- Kooperation mit externen Dienstleistern
- Materialbedarf planen
- Öffentlichkeitsarbeit
- Sponsorenakquisition
- Ticketing
- Veranstaltungsort mieten
- Verpflegung (Catering) planen
- Werbung
- Verträge mit Künstler\*innen, Referent\*innen, Moderator\*in
- Durchführungsphase
  - Controlling bei Veranstaltungen
  - Betreuung von Teilnehmer\*innen und Gästen
  - Sicherheit für Ihre Veranstaltung
  - Tätigkeiten unmittelbar nach einer Veranstaltung
  - Tombola/Gewinnspiele
  - Umweltschutz, Gesundheit und Hygiene
  - Unterbringung von Teilnehmern\*innen/Besucher\*innen
  - Veranstaltungs-Logistik
  - Vorbereitungen unmittelbar vor der Veranstaltung
- Nachbereitungsphase
  - Abrechnung des Veranstaltungsbudgets
  - Abschlussaufgaben
  - Bewertung des Projektverlaufs
  - Dankschreiben
  - Dokumentation
  - Erfolgskontrollen
  - Nachbesprechung
  - Nachberichterstattung
- Ablaufpläne, Anforderungskataloge, Ausschreibungen, Check
  - Ablaufpläne für Sportveranstaltungen
  - Anforderungskataloge für Sportveranstaltungen
  - Bewerbungsdokumente für Sportveranstaltungen
  - Checklisten für Sportveranstaltungen
- Eventkommunikation
  - Programmheft: Einnahmequelle oder Steuerfalle
  - Kommunikation bei Veranstaltungen
  - Wie mache ich auf meine Veranstaltung aufmerksam?
- Finanzierung
  - Kosten für Veranstaltungen auf einen Blick
  - Preispolitik für Veranstaltungen
- Rechtliche Aspekte
  - Überblick Rechtliche Aspekte
  - Behördliche Genehmigungen bei Veranstaltungen
  - Einbindung von Sanitätsorganisationen
  - Fliegende Bauten
  - Gaststättengesetz
  - Haftungsfragen
  - Immissionsschutzgesetz
  - Jugendschutzgesetz
  - Landesbauordnung
  - Lotterien und Tombolas
  - Nichtraucherschutzgesetz

- Nutzungsänderungen
  - Sondernutzungsgenehmigungen
  - Sonn- und Feiertagsgesetze
  - Versammlungsstättenverordnung
  - Versicherungen
  - Verträge
- Vereinswettbewerbe
  - Deutscher Engagementpreis
  - Deutscher Schulsportpreis
  - Lernstoß – Der Fußball-Bildungspreis
  - Sportabzeichen-Wettbewerb der Sparkassen-Finanzgruppe
  - Sterne des Sports
  - Zukunftspreis der Deutschen Sportjugend
- Reden halten im Verein
  - Rede-Rhetorik
  - Logischer Aufbau einer Rede
  - Gefahren während einer Rede
  - Die Dreiteilung vom Anfang bis zum Schluss
  - Tipps für eine gute Rede
  - Redenarchiv
    - Rede für Ehrungsveranstaltung für sportlich erfolgreiche
    - Kurze Reden für Kinderweihnachtsfeiern
    - Kurze Rede: Vorweihnachtliche Feier im Sportverein
    - Rede für Abteilungsversammlung
    - Rede Ehrungsveranstaltung Sportabzeichen
    - Struktur Rede für die Ehrung Sportler\*in
    - Kurze Rede: Statement zum Ehrenamt vor Außenstehenden
    - Kurze Rede: Statement zum Ehrenamt vor Vereinsmitgliedern
    - Kurze Rede: Statement zur kommunalen Sportpolitik
    - Rede für Wettkampfveranstaltung in der Sporthalle
    - Rede für Neujahrs-Treff für Vereinsmitglieder
    - Rede zur Ehrung eines Vereinsmitgliedes
    - Abschiedsrede eines Jugendwartes
    - Rede zum 25-jährigen Jubiläum eines Tennisvereins
- Vereinsarchiv
  - Wofür braucht ein Sportverein ein Archiv?
  - Die richtige Auswahl der Unterlagen für das Archiv und er
  - Worauf man bei der Einrichtung des Magazins achten sollte