

Konzeptionsphase

- 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](#)
- [Sachssponsoring](#)
- [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](#)