

GUTER RAT IST NICHT TEUER

Wie man trotz grenzenloser Freizeit-Angebote das Image und die Mitgliederzahlen eines Tennisvereins steigern kann

Der Bayerische Tennis-Verband hat sich in seinem neuen Leitbild u.a. zum Ziel gesetzt, das Niveau seiner Mitgliedsvereine deutlich anzuheben. »Eine nachhaltige und überprüfbare Verbesserung des Gesamtangebots bei 15 Prozent der bayerischen Tennisclubs« ist im Leitbild verankert.

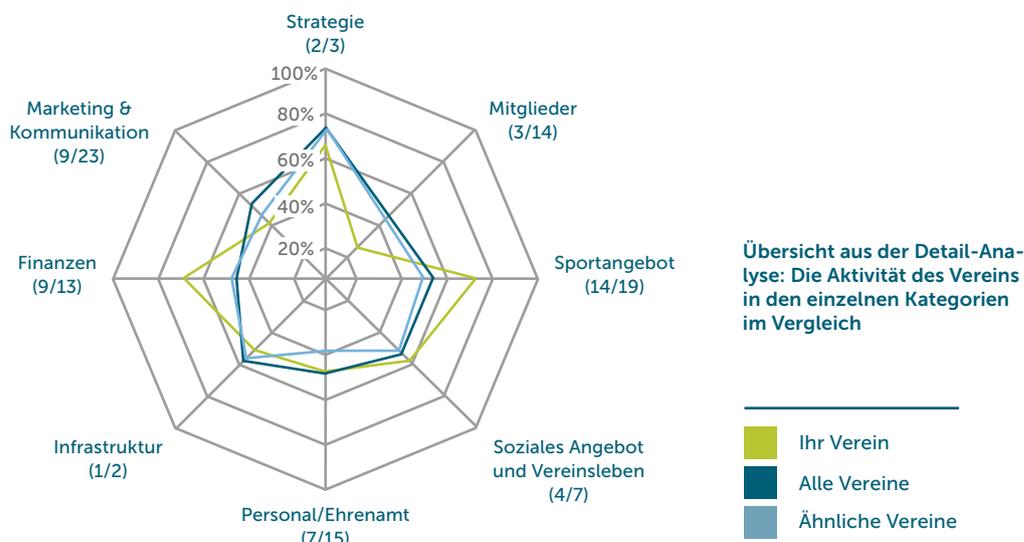
Um Vereine bei Veränderungsprozessen zu begleiten und in ihrer positiven Entwicklung zu unterstützen, bietet der BTV die Dienste von drei Vereinsberatern an. Eine fundierte Grundlage für die Beratung stellen die beiden Analysetools des Vereinsbenchmarks dar: Quick Check und Detail-Analyse. Beide Tools hat der BTV mit Hilfe von Nielsen Sport entwickelt, dem weltweit führenden Forschungs- und Beratungsunternehmen im Sport.

Der Quick Check bietet die Chance, einen Verein anhand individueller Kennzahlen mit anderen Vereinen aus dem direkten geografischen Umfeld (Radius 8 km) sowie mit ähnlichen Vereinen aus ganz Bayern zu vergleichen. Hierzu zählen beispielsweise die

Mitgliederentwicklung, die Altersverteilung der Mitglieder, die Höhe der Mitgliedsbeiträge oder auch die Zahl an veranstalteten Turnieren.

Die Detail-Analyse ist etwas aufwendiger: Hierbei ist vom Verein ein Online-Fragebogen zu den Handlungsfeldern Strategie, Mitglieder, Sportangebot, Soziales Angebot & Vereinsleben, Personal und Ehrenamt, Infrastruktur, Finanzen sowie Marketing & Kommunikation auszufüllen. Im Anschluss wird eine ausführliche Analyse der Daten zur Verfügung gestellt, ebenfalls mit Vergleichsdaten von Vereinen in ganz Bayern. Diese detaillierte Analyse dient als Vorbereitung auf die individuelle Vereinsberatung.

Zu Beginn eines Beratungsprozesses steht ein Workshop, in dem die BTV-Vereinsberater zusammen mit dem Vereinsvorstand die Ergebnisse des Quick Checks und der Detail-Analyse diskutieren. Nach einer tiefgründigen Vereinsanalyse werden bestehende Strukturen objektiv hinterfragt und langfristige Ziele, Konzepte und ein Leitbild





definiert. Durch die ganzheitliche Vereinsentwicklungsberatung des BTV werden gemeinsam mit den Vereinen tragfähige Entwicklungs- und Veränderungsprozesse gestaltet. Die BTV-Berater unterstützen die Vereine durch eine begleitete Eigenreflexion und durch eine fachliche Außensicht. Gemeinsam werden Lernprozesse und Maßnahmen mit nachhaltiger Wirkung in Gang gesetzt, die zu einer kontinuierlichen Verbesserung der Vereinsarbeit führen.

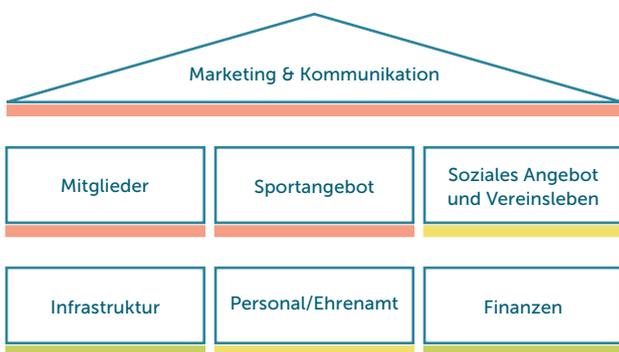
Um die Ziele und Maßnahmen zu erarbeiten, sind mindestens zwei Beratungstermine mit einer Projektgruppe des Vereins erforderlich. Nach dem zweiten Beratungstermin

arbeiten die Vereine in Projektgruppen an der Umsetzung der Ziele und Maßnahmen. Sie können dabei zwischen einer kostenlosen Betreuung durch den BTV-Berater per Telefon und E-Mail oder einer kostengünstigen BTV-Beratung vor Ort wählen.

Seit der Einführung von Quick Check und der Detail-Analyse im Jahr 2016, hat der Bayerische Tennis-Verband mehr als 160 Vereine individuell und kostenlos vor Ort beraten. Durchschnittlich gewannen die Vereine mit mindestens zwei Beratungsterminen 5,8 neue Mitglieder. Auch der TC Kissing hat sich für die umfassende Vereinsberatung des BTV entschieden – wie nachfolgend näher dargestellt wird.

BEISPIEL TC KISSING

Seit vielen Jahren zeigte die Entwicklung beim Tennis-Club Kissing kontinuierlich nach unten. Die Mitgliederzahlen sanken zum Januar 2017 auf einen historischen Tiefstand von 176 Mitgliedern. Anstehende Neuwahlen mussten im Herbst 2016 mangels geeigneter Kandidaten abgesagt werden. Die Zukunft des Vereins war gefährdet, doch Hans Bley und Wolfgang Nebauer, zwei engagierte Mitglieder und mittlerweile 2. und 3. Vorstand, ergriffen die Initiative mit dem Ziel, binnen drei Monaten ein Team zusammen zu stellen und ein Konzept für die zukünftige Strategie des Vereins zu entwickeln. Das war die Geburtsstunde der Initiative TCK 2.0, der sich spontan weitere Personen anschlossen.



Strategie ■

Die Analyse des TC Kissing zeigt Schwächen und somit einen großen Handlungsbedarf in den Bereichen Mitglieder, Sportangebot und Marketing/Kommunikation.

Handlungsbedarf

- Groß
- Mittel
- Gering oder nicht akut

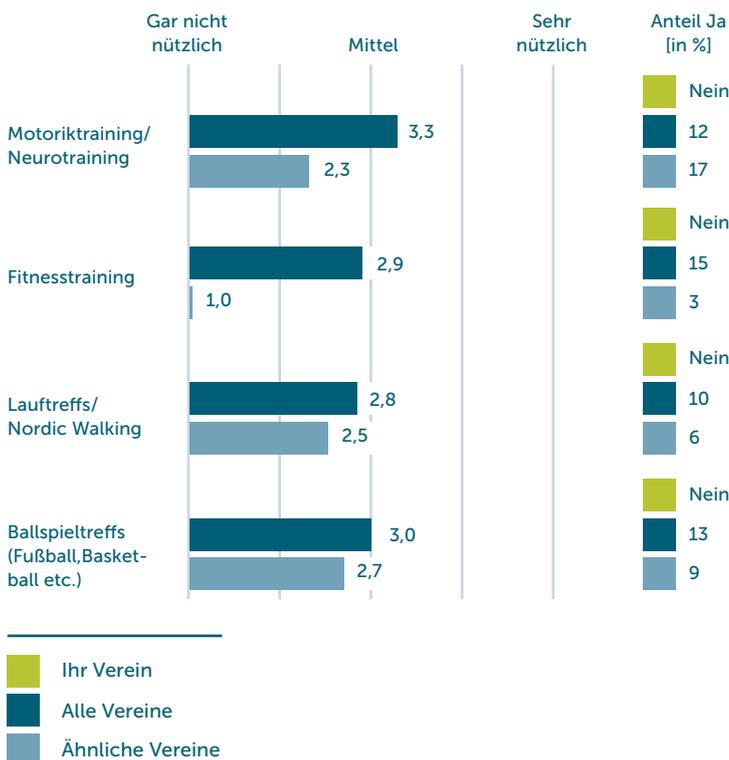
Auf Basis Ihrer Ergebnisse haben die BTV Vereinsberater eine erste Bewertung des Handlungsbedarfs vorgenommen

Das Konzept der Initiative TCK 2.0 entwickelte sich in vielen Besprechungen, durch Recherchen im Internet, Besuche von Seminaren und nicht zuletzt durch den Workshop der BTV-Vereinsberatung. Moderiert von BTV-Vereinsberater Marco Kummer wurden Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken des Vereins objektiv mit Quick Check und Detail-Analyse herausgearbeitet. Daraus entstanden schließlich ein Zukunftskonzept und ein Team, das sich den Herausforderungen annahm.

Um einen Überblick über die Gesamtsituation des Vereins zu bekommen, werden in der Detail-Analyse mit Hilfe einer Ampel die Stärken und Schwächen aufgezeigt. Die Empfehlungen und Diskussionen im Vereinsberatungsprozess beruhen dabei im Wesentlichen auf Erfahrungen der Berater sowie Vergleichswerte bayerischer Tennisvereine.

Strategie, Mitglieder, Sportangebot, Soziales Angebot & Vereinsleben, Personal/Ehrenamt, Infrastruktur, Finanzen und Marketing & Kommunikation – acht verschiedene Handlungsfelder werden in der Detail-Analyse berücksichtigt. Die Angaben des Vereins im Fragebogen werden sowohl mit ähnlichen Vereinen als auch mit allen Vereinen in ganz Bayern verglichen.

Das Sportangebot ist ein wichtiger Bereich der Detail-Analyse. Zur Mitgliedergewinnung und -bindung braucht es attraktive Angebote für Mitglieder und Interessenten.



Sportliche Angebote für die Mitglieder wurden beim TC Kissing vernachlässigt. Die Mitgliederzahlen gingen jährlich zurück.

Auch sportliche Zusatzangebote, neben Tennis, liefern einen Mehrwert für die Mitglieder. Bietet Ihr Verein folgende sportlichen Zusatzangebote und wenn JA, wie »nützlich« sind diese für Ihren Verein? [Durchschnittswerte der Vereine, die Ja angekreuzt haben]

Wichtige Fragen für Ihren Verein:

- Wie viele der anderen Vereine bieten zusätzliche Sportangebote an und wie »nützlich« werden diese bewertet?
- Wie interessant sind solche Angebote für die Mitglieder in Ihrem Verein? Gibt es eine Nachfrage?
- Wie werden bestehende Angebote ggf. angenommen?
- Wie können diese Angebote ggf. gezielt zur Mitgliedergewinnung und -bindung genutzt werden?

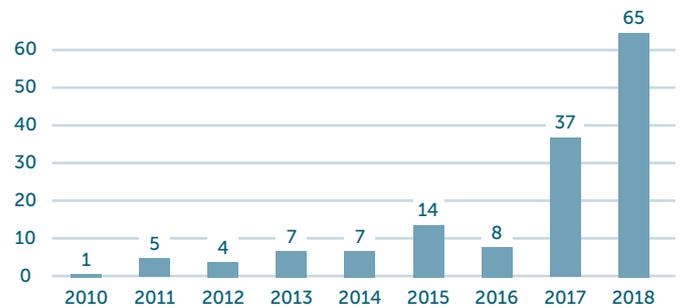
Das Feld Marketing & Kommunikation darf in den Vereinen nicht vernachlässigt werden. Mit einem guten Kommunikationskonzept und einem Konzept zur Außendarstellung des Tennisvereines können neue Mitglieder gewonnen werden. Des Weiteren ist Sponsoring für viele Vereine eine gute Möglichkeit neben den Mitgliedsbeiträgen Gelder oder Sachwerte zu akquirieren.

»Wir wollen den Verein wie ein kleines Unternehmen führen, klare Ziele definieren und systematisch an die Arbeit gehen«, so der 2. Vorstand Hans Bley. In den nächsten Jahren fokussiert sich der TC Kissing auf diese fünf Kernpunkte:

1. Die Mitgliedszahlen jährlich um 10% steigern
2. Das sportliche Angebot systematisch ausbauen
3. Das gesellschaftliche Leben aktiver gestalten
4. Das Image des Vereins nach innen und außen verbessern
5. Den Verein für Sponsoren attraktiver machen

REKORDJAHR DER BTV-SEMINARE

- 21 BTV-Praxis- und vier Theorieseminare begeisterten mehr als 250 Teilnehmer
- An den 15 angebotenen Online-schulungen nahmen über 170 Vereinsfunktionäre und -helfer bequem von zu Hause aus teil.
- Mit jeweils 27 Teilnehmern waren das Praxisseminar Kindertraining in Tutzing und das Webinar zum Thema Sportwarte die am besten besuchten Seminare.
- 22 Jugendliche zwischen 14 und 18 Jahren wurden im Herbst zum Junior Clubreferenten ausgebildet



TCK Neumitglieder: Eintritte pro Jahr

18 Monate später

Seit der Verabschiedung des Konzepts der Initiative TCK 2.0 im März 2017 sind 18 Monate vergangen. »Die Bilanz kann sich sehen lassen und ist in jeder Hinsicht fantastisch«, so der 1. Vorstand Harald Rinderhagen. »Der Tennis-Club Kissing blickt auf die besten 18 Monate der jüngeren Vereinsgeschichte zurück.« Seit Frühjahr 2017 gelang es, über 100 neue Mitglieder zu gewinnen, was unter dem Strich zu einem Wachstum von knapp 40% führte. In absoluten Zahlen (bereinigt von Kündigungen) ist das eine Steigerung von 176 auf 245 (Stand: 13.08.18). Der Trend setzt sich fort und hat mittlerweile eine erhebliche Eigendynamik gewonnen.

FAZIT

Es geht also doch! Auch in Zeiten eines fast grenzenlosen Angebots für Freizeit, Sport und Hobby können die Mitgliedszahlen, das sportliche Angebot, das gesellschaftliche Leben und das Image eines Tennisvereins gewaltig gesteigert werden.

»Wir würden diesen Weg wieder gehen und können die kostenlose BTV-Beratung uneingeschränkt empfehlen«, so die Vorstandschaft des Tennis-Club Kissing. »Sie ersetzt nicht die eigene Kreativität, im Gegenteil, sie fördert und fordert diese. Und nicht zuletzt gilt, dass die Umsetzung eines Konzeptes nur durch das hohe ehrenamtliche Engagement in einem Verein zum Erfolg wird.«