

# Die Visitenkarte eines Vereines

**Mittelfranken** Im Zeichen externer und interner Kommunikation standen diesmal die „Nürnberger Sportdialoge“ im Historischen Saal des Rathauses.

Der Einladung zur achten Auflage dieser Veranstaltung des SportService Nürnberg in Zusammenarbeit mit dem BLSV-Kreis folgten heuer über 100 Vereinsvertreter. Mehr als sonst, und das zeigt, wie wichtig den Vereinen ihre eigene Visitenkarte wird. Nach der Begrüßung durch SportService-Leiter Jürgen Thielemann und Sportbürgermeister Dr. Clemens Gsell, der die Veranstaltung interessiert begleitete und den Teilnehmern zu Gesprächen zur Verfügung stand, erwartete die Vereinsvertreter ein umfassendes fünfständiges Programm.

In seinem praxisnahen Impulsreferat zeigte Sportökonom Dirk Schröter (DS Sportmarketing) anhand des aktuellen DOSB-Sportentwicklungsberichtes die Chancen gut organisierter Vereinskommunikation auf. An erster Stelle der Probleme bundesweit steht bei vielen Sportvereinen die Gewinnung ehrenamtlicher Mitarbeiter sowie die Gewinnung und Bindung von Mitgliedern. Auch der finanzielle Hintergrund ist für viele ein entscheidender Punkt. All das kann mit geeigneten externen und internen Kommunikationsmethoden bis hin zum richtigen Sponsoring verbessert werden. Schröter bezog sich deshalb auf die verschiedenen Kommunikationsinstrumente, die den Verein an die Öffentlichkeit bringen. Er empfahl, alle Möglichkeiten von Dialogen und Kommunikation zu nutzen – Vereinsmagazin, Newsletter, E-Mail oder auch Social Media. Als die „Klammer der Kommunikation“ bezeichnet er dabei Corporate Identity. Sie sollte heute selbstverständlich sein, so müssten Farben und Logos des Vereins zwingend auf allen Kommunikationsmitteln gleichartig erscheinen.

Während das Ehrenamtsengagement im Sport (im Gegensatz zur Kirche und anderen sozialen Einrichtungen) weiter rückläufig ist



Das Impulsreferat hielt Sportökonom Dirk Schröter.

FOTOS: FENGLER

und Vorstände im Durchschnitt immer älter werden, ist zumindest die Anerkennungskultur für das Ehrenamt gestiegen. Personen im Ehrenamt sind heute „wichtige Gesichter“ des Vereins. Der Fachmann empfahl dabei, sie auch so nach außen hin darzustellen und zu kommunizieren. Die Schaffung eines „Ehrenamtsbeauftragten“ verbessere deren Gewinnung und Betreuung. Und Social Media trage viel zu deren Wertschätzung bei, da sie mit schnellem Dialogaustausch im Gespräch bleiben und bekannter werden. Übungsleiter und Trainer seien eines der bedeutendsten Bindungselemente für Mitglieder im Sportverein.

Eine weitere Empfehlung Schröters war, sich auf den Erhalt des Mitgliederstammes zu konzentrieren, bevor man die gesamte Aufmerksamkeit nur in die Neugewinnung von Mitgliedern stecke. Die „Pflege“ bereits vor-

handener Mitglieder müsse an erster Stelle stehen, seien sie doch besten Werbeträger und Botschafter nach außen. Das schaffe keine Fremdwerbung und auch keine noch so gute Öffentlichkeitsarbeit. Und gute Mund-zu-Mund-Propaganda koste nichts. Ein weiterer wichtiger Punkt war der Einsatz von Sponsoren. Deren permanente Präsenz und Nennung ist Schröter zufolge obligatorisch. Fotos und Werbeflächen müssten deutlich erscheinen und in Berichte eingebunden sein.

In vier Workshops (Social Media, Mitgliedererwerb, Öffentlichkeitsarbeit und Sponsoring) wurden die einzelnen Themen zusammen mit den Teilnehmern vertieft. Anschließend Diskussionen beantworteten wichtige Fragen.

Fazit der Veranstaltung: Es wird die Nutzung sämtlicher Medien und Möglichkeiten der Öffentlichkeitsarbeit empfohlen, damit nach wie vor auch parallel der Printmedien wie das Vereinsmagazin. Dabei muss jedoch unterschiedlich kommuniziert und berichtet werden. Jedes Medium braucht seine Sprache. Damit erreicht man alle Bereiche der Mitgliederstruktur. Angebote, Nachrichten und Informationen nach außen anzubieten wird vor allem über Printmedien und die Presse, über Flyer und Newsletter erreicht. Das Abholen von näheren Infos über Social Media ist eine wichtige Ergänzung, bei der das Mitglied dann selbst aktiv wird und sich weiter informiert. Wichtig ist vor allem, dass man alle Medien der internen und externen Kommunikation auch bekannt gibt und aktuell pflegt. Eine ausführliche Dokumentation der Veranstaltung mit den Inhalten der Workshops und Referate ist zu finden unter [www.sportservice.nuernberg.de](http://www.sportservice.nuernberg.de). Uschi Friedmann



Die interessierten Zuhörer hatten viele Fragen an den Referenten.