

Würde man einen durchschnittlichen deutschen Verein ganz jovial fragen: „Und, wie geht’s denn so?“, dann würde man als Antwort vermutlich ein lakonisches, aber durchaus ernst gemeintes „ja, muss“ bekommen. Und das trifft den Kern durchaus: Laut dem letzten Sportentwicklungsbericht ist die Situation der 19.000 Vereine in NRW grundsätzlich positiv. Ihnen wird attestiert, dass sie „anpassungsfähige Stabilitätselemente in einer sich schneller wandelnden Gesellschaft“ seien. Im Detail weist die Studie aber auch auf die Herausforderungen hin, die Vereine meistern müssen, um Anpassungsfähigkeit und Stabilität für ihre Mitglieder und Mitarbeiter gewährleisten zu können. Zentral sind meist die Themen Finanzen und Steuern sowie Personalprobleme.

Wie die Vereine damit umgehen, ist höchst unterschiedlich – so unterschiedlich wie die Vereine selbst. Klar ist aber: Sie werden mit ihren Herausforderungen nicht allein gelassen! Sechs Stunden Beratung durch einen erfahrenen LSB-Vereinsberater stehen jedem Verein im Jahr kostenlos zu. Damit kann so manche Kuh vom Eis geschoben werden. Absolut zentral ist, dass die Beratung nicht von oben herab erfolgt, sondern auf Augenhöhe. Denn in Angriff nehmen müssen die Vereine ihre Herausforderungen schließlich selbst.



Der Mann fürs Sportmarketing

Dirk Schröter ist eigentlich der Mann für die ganz großen Projekte. Als studierter Sportökonom hat er so einige Leuchtturmprojekte in NRW begleitet: die World Games Duisburg, die Olympiabewerbung Düsseldorf Rhein-Ruhr 2012, die Ruhrolympiade. Außerdem ist er Moderator, Dozent und Lehrbuchautor. Mehr Expertise geht eigentlich nicht, wenn er als Berater für den Landessportbund NRW unterwegs ist. „Ich sehe mich als Experten für Vereinsentwicklung, Sponsoring und Kommunikation“, beschreibt Schröter seine Schwerpunkte.

Wird Schröter angefragt, macht er vor dem ersten Termin seine Hausaufgaben. Wer ist der Verein, was macht er, wie präsentiert er sich? Dann wird analysiert: Wo steht der Verein strategisch? Ist sein Angebot zeitgemäß, ist er zukunftsfähig aufgestellt? „Ein wiederkehrendes Thema ist die Veränderung der klassischen Vereinsmitgliedschaft“, so Schröter. „Die Nachfrage nach Kursangeboten unabhängig von Vereinsmitgliedschaften wächst.“ Ein echtes Zukunftsthema, findet er: „Vereine sollten außerdem prüfen, ob sie sich im Bereich Gesundheitssport strategisch aufstellen können.“ Wichtiger Bestandteil seiner Beratungen ist der Praxisbezug. Wie machen das andere Vereine? Aber noch wichtiger ist, von vornherein alle mitzunehmen. „Wenn ich mich als Verein zukunftsfähig aufstellen will, muss ich möglichst viele Akteure aus dem Verein ins Boot holen, um Stärken zu bündeln.“ Die Weiterentwicklung muss auf möglichst viele Schultern verteilt werden. Dirk Schröter ergötzt: „Ich bin Impulsgeber mit Expertise!“