

## Grundlagen

- 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