

Strategie

- 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