

Vereinsarchiv

- 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](#)