



Digitalisierung im Sportverein: Praxisleitfaden für die Entwicklung einer digitalen Roadmap

Schlussbericht Nr. 4 des Forschungsprojekts
«Digitalisierung im Sportverein»:
Praxisleitfaden mit Checklisten, Workshop-Canvas,
Apps und Fallstudien

Marc K. Peter, Anna V. Rozumowski, Adele Dörner, Johan P. Lindeque,
Basil Gmür, Marcel Hüttermann, Lea Wipraechtiger

Impressum

Marc K. Peter, Anna V. Rozumowski, Adele Dörner, Johan P. Lindeque, Basil Gmür,
Marcel Hüttermann & Lea Wipraechtiger (2025):
Schlussbericht Nr. 4 des Forschungsprojekts «Digitalisierung im Sportverein»:
Praxisleitfaden mit Checklisten, Workshop-Canvas, Apps und Fallstudien.
Hochschule für Wirtschaft der Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW.
Olten/Schweiz, Mai 2025

Dieses Werk wurde sorgfältig erarbeitet. Dennoch übernehmen Autor:innen
und die beteiligten Forschungspartner:innen in keinem Fall,
einschliesslich des vorliegenden Werkes, irgendeine Haftung für die Richtigkeit
von Angaben, Hinweisen und Ratschlägen sowie für eventuelle Druckfehler.

Alle Rechte, auch die Übersetzung in andere Sprachen, vorbehalten.
Kein Teil dieses Werkes darf ohne schriftliche Genehmigung der Autor:innen
in irgendeiner Form reproduziert oder in eine von Maschinen, insbesondere
von Datenverarbeitungsmaschinen, verwendbare Sprache übertragen und/oder
übersetzt werden.

Die Rechte der genannten Marken liegen bei ihren entsprechenden Eigentümern.

Lektorat, Korrektorat und Gestaltung:
Polarstern AG, Solothurn, polarstern.ch

Weitere Informationen:
sport-digitalisierung.ch

Inhalt

Vorwort	4
Zusammenfassung	5
Einführung: Digitalisierung im Sport – Transformation in Schweizer Sportvereinen und -verbänden	6
So planen Sie die Digitalisierung Ihres Sportvereins	8
Generelle Massnahmen	13
Allgemeine Checkliste für alle Handlungsfelder	14
<hr/>	
Handlungsfeld 1:	
Organisation und Führung	15
Einleitung	15
Erkenntnisse aus Literatur und Umfrage	15
Erkenntnisse aus den Workshops	16
Das sollten Sie tun	17
Checkliste HF 1: Organisation und Führung	18
<hr/>	
Handlungsfeld 2:	
Mitgliederverwaltung	20
Einleitung	20
Erkenntnisse aus Literatur und Umfrage	21
Erkenntnisse aus den Workshops	21
Das sollten Sie tun	22
Checkliste HF 2: Mitgliederverwaltung	23
<hr/>	
Handlungsfeld 3:	
Interne und externe Kommunikation	25
Einleitung	25
Erkenntnisse aus Literatur und Umfrage	25
Erkenntnisse aus den Workshops	26
Das sollten Sie tun	27
Checkliste HF 3: Interne und externe Kommunikation	28
<hr/>	
Handlungsfeld 4:	
Fundraising und Sponsoring	30
Einleitung	30
Erkenntnisse aus Literatur und Umfrage	30
Erkenntnisse aus den Workshops	31
Das sollten Sie tun	32
Checkliste HF 4: Fundraising und Sponsoring	33
<hr/>	
Handlungsfeld 5:	
Finanzverwaltung	35
Einleitung	35
Erkenntnisse aus Literatur und Umfrage	35
Erkenntnisse aus den Workshops	36
Das sollten Sie tun	37
Checkliste HF 5: Finanzverwaltung	38
<hr/>	
Handlungsfeld 6:	
Trainings- und Spieldaten	40
Einleitung	40
Erkenntnisse aus Literatur und Umfrage	40
Erkenntnisse aus den Workshops	41
Das sollten Sie tun	43
Checkliste HF 6: Trainings- und Spieldaten	44
<hr/>	
Handlungsfeld 7:	
Entwicklung und Weiterbildung	46
Einleitung	46
Erkenntnisse aus Literatur und Umfrage	46
Erkenntnisse aus Workshops	47
Das sollten Sie tun	48
Checkliste HF 7: Entwicklung und Weiterbildung	50
<hr/>	
Handlungsfeld 8:	
Organisation von Trainings	53
Einleitung	53
Erkenntnisse aus Literatur und Umfrage	53
Erkenntnisse aus den Workshops	54
Das sollten Sie tun	55
Checkliste HF 8: Organisation von Trainings	56
<hr/>	
Handlungsfeld 9:	
Organisation und Management von Wettkämpfen	59
Einleitung	59
Erkenntnisse aus Literatur und Umfrage	60
Erkenntnisse aus den Workshops	60
Das sollten Sie tun	62
Checkliste HF 9:	
Organisation und Management von Wettkämpfen	63
<hr/>	
Handlungsfeld 10:	
Organisation sozialer Veranstaltungen	65
Einleitung	65
Erkenntnisse aus Literatur und Umfrage	65
Erkenntnisse aus den Workshops	66
Das sollten Sie tun	68
Checkliste HF 10:	
Organisation sozialer Veranstaltungen	69
<hr/>	
App-Übersicht	71
<hr/>	
Fallstudien	82
<hr/>	
Kontakt Autor:innen	111
<hr/>	
Projekt-Kernteam	112

Vorwort

Liebe Sportler:innen, liebe Vereinsmitglieder und liebe Freund:innen des Sports

Die Digitalisierung verändert unsere Gesellschaft in nahezu allen Bereichen – auch im Sport. Sportvereine stehen heute vor der Herausforderung, digitale Technologien gezielt einzusetzen, um ihre Strukturen effizienter und zukunftsfähig zu gestalten, Mitglieder besser zu erreichen und neue Finanzierungsmöglichkeiten zu erschliessen. Dabei geht es nicht nur um technische Innovationen, sondern auch um den Erhalt der Vereinsgemeinschaft und die Stärkung des Ehrenamts im digitalen Zeitalter. Entscheidend ist, dass Vereine diesen Wandel aktiv gestalten und dabei die für sie passenden Lösungen finden.

Der Kanton Aargau und die IG Sport Aargau setzen sich dafür ein, Sportvereine auf diesem Weg zu begleiten und zu unterstützen. Mit dem Projekt «Digitalisierung im Sportverein» haben wir eine Initiative ins Leben gerufen, die Vereinen einen einfachen Zugang zur digitalen Transformation ermöglichen und konkrete, alltagstaugliche Massnahmen aufzeigen soll. In Zusammenarbeit mit der Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW wurden praxisnahe Lösungen entwickelt, die Sportvereine dabei unterstützen, digitale Tools sinnvoll in ihren Strukturen zu verankern. Die vorliegende Publikation zeigt, wie dies in zehn zentralen Handlungsfeldern umgesetzt werden kann. Sie basiert auf Interviews, einer breit angelegten Umfrage bei Sportverbänden und -vereinen sowie Erkenntnissen aus Workshops und Best Practices.

Unser gemeinsames Ziel ist es, Sportvereine nachhaltig zu stärken und ihnen Werkzeuge an die Hand zu geben, mit denen sie ihre Strukturen effizienter gestalten und ihre Mitglieder noch besser einbinden können. Die Digitalisierung ist eine Chance – sie ermöglicht neue Formen des Engagements, der Zusammenarbeit und der Vereinsentwicklung.

Unser Ziel ist es, Sportvereine langfristig zu stärken, indem wir ihnen praxisnahe Ansätze und erprobte Werkzeuge zur Verfügung stellen. Eine durchdachte Digitalisierung ermöglicht es, Abläufe zu optimieren, ehrenamtliches Engagement gezielt zu fördern und neue Formen der Zusammenarbeit zu erschliessen. Entscheidend ist dabei, dass digitale Lösungen nicht Selbstzweck sind, sondern den Vereinsalltag spürbar erleichtern und bestehende Strukturen sinnvoll ergänzen.

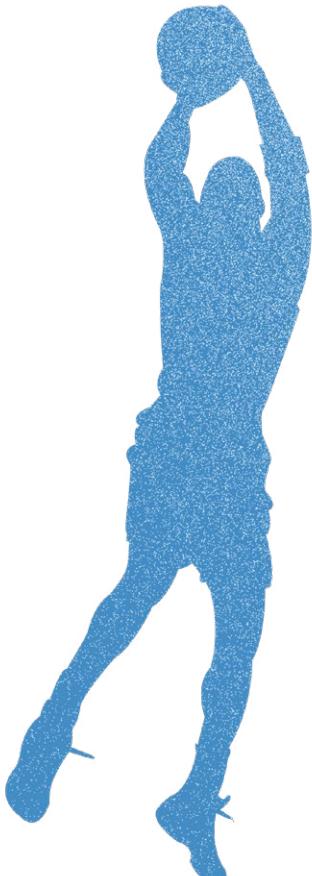
Dieser Leitfaden bietet Orientierung und konkrete Hilfestellung, um digitale Entwicklungen strategisch und mit Augenmaß in den Vereinsbetrieb zu integrieren. Er soll Vereine dabei unterstützen, ihre Eigenständigkeit zu bewahren und gleichzeitig die Chancen der Digitalisierung optimal zu nutzen. Unser Anliegen ist es, nicht nur neue Impulse zu setzen, sondern praxisgerechte Wege aufzuzeigen, die langfristig wirksam und nachhaltig sind.

Wir danken allen, die an diesem Projekt mitgewirkt haben, für ihr wertvolles Engagement.

Olivier Dinichert
Abteilungsleiter Hochschulen und Sport, Kanton Aargau

Christian Koch
Leiter Sektion Sport, Kanton Aargau

Jörg Sennrich
Präsident IG Sport Aargau



Zusammenfassung

Die Digitalisierung stellt Sportvereine und -verbände vor neue Herausforderungen, bietet aber gleichzeitig erhebliche Chancen zur Effizienzsteigerung, Mitgliederbindung und professionellen Weiterentwicklung. Der vorliegende Leitfaden basiert auf umfassenden Workshops, Umfragen und Best Practices und zeigt konkrete Massnahmen zur digitalen Transformation von Sportvereinen auf.

Zentrale Erkenntnisse:

Strukturierte Digitalisierung als Erfolgsfaktor:

Vereine, die ihre digitalen Prozesse strategisch angehen, profitieren von einer besseren internen Organisation, einer gesteigerten Mitgliederzufriedenheit und von reduzierten administrativen Aufwänden. Einheitliche Kommunikationsplattformen und eine klar definierte digitale Strategie sind dabei essenziell.

Effiziente Mitgliederverwaltung als Grundlage:

Moderne Mitgliederverwaltungssysteme ermöglichen eine automatisierte Erfassung und Analyse von Mitgliederdaten. Dies erleichtert nicht nur administrative Prozesse, sondern schafft auch eine Grundlage für eine gezielte Ansprache und Bindung von Mitgliedern.

Interne und externe Kommunikation optimieren:

Die Trennung von internen und externen Kommunikationskanälen reduziert Informationsverluste und verbessert die Transparenz. Einheitliche Plattformen, Social-Media-Strafegien und suchmaschinenoptimierte Vereinswebsites tragen dazu bei, Reichweite und Sichtbarkeit zu erhöhen.

Fundraising und Sponsoring digital stärken:

Die Nutzung digitaler Fundraising-Plattformen sowie datenbasierte Sponsoring-Konzepte helfen, neue Finanzierungsquellen zu erschliessen. Die gezielte Einbindung von Mitgliedern und die Entwicklung modularer Sponsoring-Pakete stärken langfristige Partnerschaften mit Förderern, Unterstützer:innen und Unternehmen.

Finanzverwaltung automatisieren:

Die Einführung digitaler Buchhaltungssysteme, automatisierter Zahlungserinnerungen und transparenter Finanzberichte ermöglicht eine effizientere und nachvollziehbare Finanzverwaltung. Fördermittel sollten systematisch evaluiert und genutzt werden.

Weiterbildung und Entwicklung gezielt fördern:

Digitale Schulungsangebote ermöglichen eine flexible und bedarfsgerechte Qualifizierung von Trainer:innen, Funktionär:innen und Mitgliedern.

Nachhaltige Strategieentwicklung für digitale Transformation:

Die Digitalisierung ist ein kontinuierlicher Prozess. Erfolgreiche Vereine evaluieren regelmässig ihre digitalen Massnahmen, nutzen Kooperationsmöglichkeiten mit anderen Vereinen und Verbänden und setzen auf innovative Technologien.

Die digitale Transformation im Sportverein ist kein Selbstzweck, sondern ein notwendiger Schritt zur Sicherung der Zukunftsfähigkeit. Durch die durchdachte Einführung digitaler Lösungen lassen sich Effizienzgewinne erzielen, Mitglieder langfristig binden und neue Finanzierungsquellen erschliessen. Entscheidend ist eine strategische Herangehensweise, die den spezifischen Bedürfnissen des jeweiligen Vereins gerecht wird.

Einführung: Digitalisierung im Sport – Transformation in Schweizer Sportvereinen und -verbänden

Die Digitalisierung ist ein kontinuierlicher Prozess, der auch in den Schweizer Sportvereinen und -verbänden zunehmend an Bedeutung gewinnt. Das Thema stellt viele Organisationen vor Herausforderungen, wird aber in unterschiedlichem Tempo umgesetzt.

Dieses Kapitel fasst die zentralen Erkenntnisse aus drei wissenschaftlichen Erhebungen zusammen, die im Rahmen des Forschungsprojekts «Digitalisierung im Sportverein (digitalisierung-sportverein.ch)» durchgeführt wurden. Die Forschung wurde von der Interessengemeinschaft Sport Aargau (IG Sport Aargau), dem Kanton Aargau und der Hochschule für Wirtschaft der Fachhochschule Nordwestschweiz (FHNW) durchgeführt.

Die erste Publikation, *Digitalisierung im Sportverein: Interviews mit Expert:innen. Zwischenbericht des Forschungsprojekts «Digitalisierung im Sportverein»: Durchführung von Interviews mit Sportvereinen/-verbänden*, widmet sich der Identifikation von zentralen Themen in Bezug auf die digitale Transformation. Zwischen Juni und Oktober 2023 wurden insgesamt 22 Interviews mit Expert:innen aus Sportvereinen und -verbänden durchgeführt. Die Analyse dieser Gespräche ermöglichte es, zentrale Stakeholder und deren spezifische Themenfelder zu identifizieren. Die zehn Handlungsfelder für die digitale Transformationen von Sportvereinen und -verbänden finden Sie in Abbildung 1. Sie umfassen Themen wie beispielsweise die Mitglieder- und Finanzverwaltung, die Kommunikation sowie die Organisation von Wettkämpfen.



Abbildung 1: Handlungsfelder digitale Transformation

Die zweite Publikation, *Digitalisierung im Sportverein: Durchführung Onlinebefragung mit Sportvereinen/-verbänden. Zwischenbericht Nr. 2 des Forschungsprojekts «Digitalisierung im Sportverein»: Durchführung Onlinebefragung mit Sportvereinen/-verbänden*, befasst sich mit der Bewertung der zehn Handlungsfelder. Die Studie liefert Ergebnisse einer umfassenden Umfrage zur Digitalisierung im Sport und beschreibt die aktuelle Situation und den Fortschritt der digitalen Transformation in Sportvereinen und -verbänden. An der Umfrage nahmen über 1400 Mitglieder aus unterschiedlichen Sportvereinen und -verbänden teil. Die Umfrage identifizierte die Zufriedenheit und den Fortschritt der digitalen Transformation in den verschiedenen Handlungsfeldern. Insbesondere in den Bereichen Mitglieder- und Finanzverwaltung zeigten sich bereits Fortschritte, während in anderen Bereichen wie Fundraising und Sponsoring sowie bei der Organisation von Trainings- und Spieldaten noch Verbesserungspotenzial besteht. Die Ergebnisse der Umfrage verdeutlichen, dass viele Vereine trotz der Digitalisierung weiterhin auf grundlegende Werkzeuge angewiesen sind und dass nur vereinzelt fortschrittliche digitale Lösungen eingesetzt werden.

Die dritte Publikation, *Digitalisierung im Sportverein: Durchführung Workshops mit Sportvereinen/-verbänden. Zwischenbericht Nr. 3 des Forschungsprojekts «Digitalisierung im Sportverein»: Durchführung von Workshops mit Sportvereinen/-verbänden*, fasst die Erkenntnisse aus den durchgeführten Workshops zusammen. An diesen Workshops, die sowohl vor Ort als auch online stattfanden, nahmen Vertreter:innen aus verschiedenen Sportarten, -vereinen und -verbänden teil. Ziel war es, die Handlungsfelder der digitalen Transformation zu priorisieren und die spezifischen Bedürfnisse und Herausforderungen besser zu verstehen. Die Ergebnisse der Workshops ergänzen die Erkenntnisse aus den Interviews und der Umfrage und bieten einen praxisorientierten Überblick darüber, wie die digitale Transformation in verschiedenen Bereichen des Sportwesens umgesetzt werden kann. Die Priorisierung der Handlungsfelder zeigt, dass insbesondere die interne und externe Kommunikation sowie die Mitgliederverwaltung hohe Priorität haben.

Die Analysen aus dem Forschungsprojekt machen deutlich, dass in den Schweizer Sportvereinen ein grosses Potenzial im Bereich der digitalen Transformation vorhanden ist. Die Herausforderungen, vor denen Sportorganisationen stehen, wurden aufgezeigt und die Notwendigkeit betont, eine Strategie zu entwickeln, um die Chancen der Digitalisierung optimal zu nutzen. Das Forschungsprojekt verfolgt das Ziel, nicht nur bei der Identifikation der relevanten Handlungsfelder zu helfen, sondern auch konkrete Massnahmen zu entwickeln, die den Weg für eine erfolgreiche digitale Transformation ebnen. Dieser Praxisleitfaden behandelt die zentralen Handlungsfelder der Digitalisierung von Sportvereinen und -verbänden. Jedes Handlungsfeld umfasst eine kurze Einführung, gefolgt von den wichtigsten Erkenntnissen aus der Umfrage und den Workshops. Abschliessend bietet eine praxisnahe Checkliste konkrete Unterstützung für die digitale Weiterentwicklung Ihres Sportvereins.



So planen Sie die Digitalisierung Ihres Sportvereins

Das Projekt der IG Sport Aargau, des Kantons Aargau und der Hochschule für Wirtschaft FHNW hat zehn Handlungsfelder für die Digitalisierung eines Sportvereins identifiziert (siehe nachfolgende Kapitel mit Checklisten).

In wenigen praktischen Projektschritten und zusammen mit den Checklisten planen Sie die Digitalisierung Ihres Sportvereins – und modernisieren anschliessend Ihren Verein, um den Mitgliedern und Interessierten zeitgemäss Apps und Plattformen anbieten zu können.

Die Digitalisierung des Sportvereins kann in sechs Projektschritten geplant werden:

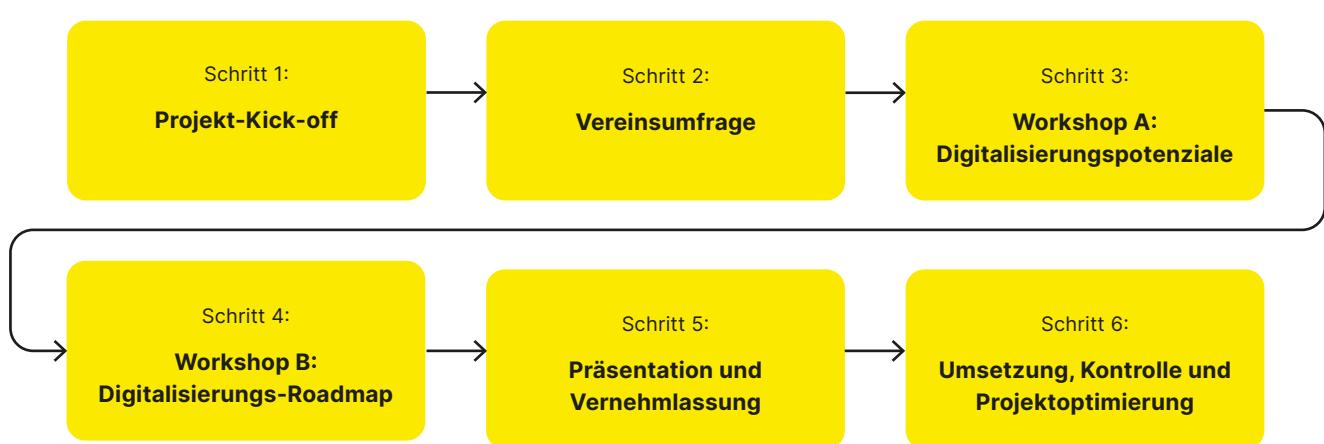


Abbildung 2: Projektschritte zur Digitalisierung

Nutzen Sie für Ihr Digitalisierungsprojekt nicht nur die Kapitel zu den Handlungsfeldern inklusive Checklisten (ab Seite 15), sondern auch die diversen Fallstudien zur Inspiration (ab Seite 82), den Workshop-Canvas (ab Seite 12) sowie die App-Übersicht (ab Seite 71).

Schritt 1: Projekt-Kick-off

Starten Sie mit einem kleinen Team, welches die Vereinsdigitalisierung vorantreiben möchte. Wer hat bereits Erfahrungen mit Apps, ist in den sozialen Medien aktiv, hat eine digitale Affinität und möchte den Verein fürs digitale Zeitalter fit machen? Es könnte auch lohnenswert sein, Informationen zum Verein bereitzustellen. Zum Beispiel könnte eine Präsentation über den Verein hilfreich sein, sollten Partner:innen im Projekt mitarbeiten.

Je nach Art von Sportverein wird Ihr Anspruch für die Digitalisierung anders ausfallen. Nutzen Sie die Übersicht in Abbildung 1, um mögliche Themen für Ihre Standortbestimmung zu identifizieren. Wählen Sie für die Standortbestimmung die wichtigsten fünf Themen. Wo wollen oder müssen Sie digitalisieren – und wo sehen Sie das grösste Potenzial? Das Projektteam überfliegt alle zehn Handlungsfelder, und durch die Diskussion und die gemeinsame Bewertung der Handlungsfelder werden erste Ideen und Optionen entwickelt. Besprechen Sie anschliessend konkreter, welche Ziele erreicht werden sollen. Geht es primär um die Digitalisierung einzelner Handlungsfelder oder Prozesse, oder soll der Verein mit seinen Strukturen und der IT grundsätzlich überdacht und erneuert werden? Es wäre empfehlenswert, eine Stakeholder-Matrix zu erstellen, um eine strukturierte Übersicht der relevanten Anspruchsgruppen des Vereins zu erhalten. In dieser Matrix könnten zentrale Akteure wie der Vereinsvorstand, Mitglieder, Sponsor:innen oder IT-Anbieter:innen erfasst und hinsichtlich ihres Einflusses, Interesses und ihrer Erwartungen an die Digitalisierung des Vereins analysiert werden. Eine solche Übersicht erleichtert es, potenzielle Herausforderungen frühzeitig zu identifizieren und eine Strategie zur Einbindung und Kommunikation mit den verschiedenen Stakeholdern zu entwickeln. Die Stakeholder-Analyse ist eine bewährte Methode, um zentrale Anspruchsgruppen systematisch zu betrachten und sicherzustellen, dass deren Bedürfnisse und Erwartungen in den Digitalisierungsprozess einbezogen werden.

Auch eine Risikoanalyse ist je nach Vereinsgrösse wertvoll: Eine einfache Tabelle mit potenziellen Risiken, ihrer Eintrittswahrscheinlichkeit (hoch/mittel/niedrig), der Auswirkung (hoch/mittel/niedrig) und Gegenmassnahmen könnte dienlich sein (Beispiel: Widerstand gegen die Digitalisierung → Massnahme: Change-Management-Workshops für Skeptiker:innen anbieten).

Fassen Sie die Ergebnisse des Kick-offs in einem kurzen Protokoll zusammen und teilen dieses mit Ihrem Vorstand und den Mitgliedern – gegebenenfalls ist eine mündliche Orientierung an einem Vereinsanlass die geeignetste Form der Kommunikation, um auch Fragen beantworten zu können.

Aktivitäten im Projekt-Kick-off

- Kleines Projektteam zusammenstellen
- Handlungsfelder besprechen/identifizieren
- Protokollierung von Zielen, Ideen und Optionen
- Erste Information zur Projektidee an die Vereinsmitglieder

Schritt 2: Vereinsumfrage

Führen Sie nun eine kurze Vereinsumfrage durch, um das Interesse an einer Zusammenarbeit sowie Ideen für Verbesserungen, Massnahmen und Apps bei den Mitgliedern zu eruieren («abzuholen»).

Sie können die Umfrage ganz einfach in einer E-Mail (mit Fragen) oder via ein Umfragetool (z. B. via Google Forms, Menti-meter, SurveyMonkey oder Umfrageonline.ch) durchführen.

Mögliche Fragen in Ihrem Fragebogen sind:

- Wie bewertest Du den aktuellen Digitalisierungsstand unseres Vereins?
- Wo drückt der Schuh am meisten – wo sollten wir uns modernisieren?
- Bei welchen Aufgaben würden uns Apps/digitale Tools helfen (und welche)?
- Welche Apps/digitalen Tools, welche wir auch nutzen könnten, kennst Du von anderen Vereinen?
- Welche anderen Massnahmen sollten wir treffen, um uns zu modernisieren?
- In welchen Handlungsfeldern der Sportvereins-Digitalisierung siehst Du am meisten Potenzial?
 - Organisation und Führung
 - Mitgliederverwaltung
 - Interne und externe Kommunikation
 - Fundraising und Sponsoring
 - Finanzverwaltung
 - Trainings- und Spieldaten
 - Entwicklung und Weiterbildung
 - Organisation von Trainings
 - Organisation und Management von Wettkämpfen
 - Organisation sozialer Veranstaltungen
- Gibt es lokale Firmen (z. B. IT-Dienstleistungsunternehmen), welche uns auf unzählter Basis als Sponsor:innen unterstützen könnten?
- Siehst Du irgendwelche Risiken, die wir beachten sollten?
- Möchtest Du am Projekt mitarbeiten (und in welchem Bereich)?
- Weitere Anmerkungen/Kommentare

In der Regel wird den Mitgliedern zwei bis drei Wochen Zeit gegeben, um an der Umfrage teilzunehmen. Unter Umständen lohnt es sich, in der Halbzeit eine kleine Erinnerung zur Teilnahme zu versenden.

Die Vereinsumfrage wird anschliessend ausgewertet und die Resultate werden bei Bedarf den Mitgliedern präsentiert. In dieser Phase wird auch das Projektteam – basierend auf den Interessen an der Projektzusammenarbeit – definitiv aufgestellt. Es ist wichtig, eine Projektleiterin oder einen Projektleiter zu wählen, welche:r das Projekt koordiniert und die Projektfortschritte laufend kommuniziert. Auch andere Zuständigkeiten im Projekt (Rollen und Verantwortlichkeiten) sollten definiert werden, um Unklarheiten während des Projekts zu vermeiden.

Aktivitäten der Vereinsumfrage

- Fragebogen für Vereinsumfrage erstellen
- Umfrage durchführen, auswerten und präsentieren
- Projektteam zusammenstellen und Projektleitung bestimmen

Schritt 3: Workshop A: Digitalisierungspotenziale

Mit dem Projektteam werden nun in einem Workshop von einem halben Tag (oder in zwei Blöcken zu zwei bis drei Stunden) die Handlungsfelder der Sportvereins-Digitalisierung besprochen, um die Digitalisierungspotenziale zu bestimmen und mögliche Massnahmen zu definieren.

Der Workshop kann wie folgt strukturiert werden:

- Einleitung, Vorstellungsrunde und Projektübersicht/-ziele (aus Projektschritt 1)
- Präsentation und Besprechung der Resultate aus der Vereinsumfrage (aus Projektschritt 2)
- Besprechung von Fragen, Feedback, Kommentaren etc. aus der Mitgliederversammlung (Vorstellung der Ergebnisse)
- Priorisierung der Handlungsfelder (verwenden Sie den Workshop-Canvas ab Seite 12 – jedes Projektmitglied kann 5 Punkte vergeben). Wichtig: Wählen Sie nur diejenigen Handlungsfelder aus, welche für Ihre Vereinsstrategie relevant sind.
- Wiederholte Besprechung der Handlungsfelder zur Bestimmung von Digitalisierungspotenzialen (nutzen Sie hierfür die Checklisten pro gewähltem Handlungsfeld)
- Entwicklung von Ideen/Massnahmen, wie die Themen (Handlungsfelder) im Sportverein umgesetzt werden können (z. B. mittels Brainstormings)
- Besprechung der Machbarkeit (z. B. bezüglich Ressourcen, IT-Infrastruktur und Budget)

- Massnahmen in Themenfeldern (oder in den Handlungsfeldern) zusammentragen
- Erste Meilensteine/konkrete Ziele bereits (messbar) definieren, um ein realistischeres Bild der Machbarkeit zu gewinnen.
- Mögliche Verantwortlichkeiten pro Projekt/Teilprojekt bestimmen

Die Resultate des ersten Workshops werden in einem Protokoll (oder einfach als Fotoprotokoll) zusammengefasst und mit der Vereinsleitung geteilt. Gegebenenfalls lohnt es sich auch, die Resultate mit den Mitgliedern zu teilen oder sie ihnen kurz zu präsentieren.

Aktivitäten im Workshop «Digitalisierungspotenziale»

- Agenda erstellen und Workshoptermin(e) suchen
- Workshop durchführen und protokollieren
- Ergebnisse mit der Vereinsleitung und den Mitgliedern teilen

Schritt 4: Workshop B: Digitalisierungs-Roadmap

In einem zweiten Workshop und aufgrund von ersten Rückmeldungen aus der Vereinsleitung und von den Mitgliedern soll eine Digitalisierung-Roadmap entwickelt werden.

In einem halben Tag (in mindestens zwei bis drei Stunden) erfolgt eine weitere Priorisierung der Massnahmen aufgrund einer Diskussion, wie sinnvoll, machbar und gewinnbringend die vorgeschlagenen Massnahmen sind. Es wird empfohlen, auch «Quick Wins» (einfach und schnell umsetzbare Massnahmen) zu identifizieren.

In dieser Phase sollten auch konkrete Vorschläge für Apps (vgl. Übersicht ab Seite 71) entwickelt werden. Viele Apps bieten die Möglichkeit, ein kostenloses Test-Abo zu lösen. Es ist auch ratsam, sich mit anderen Vereinen (z. B. aus einer Nachbarsgemeinde oder einem anderen Kanton) über mögliche Softwarelösungen/Apps auszutauschen.

Eine einfache Visualisierung hilft bei der Bestimmung der Massnahmen, welche umgesetzt werden sollten. In einer Übersicht werden alle Projektideen noch einmal auf deren Machbarkeit analysiert. Die Fragen sollten lauten: «Haben wir als Verein die Ressourcen, die Massnahme umzusetzen und werden die Resultate langfristig und nachhaltig einen Nutzen bieten?» (vgl. Abbildung 3)

Wichtig ist, dass in diesem Workshop die Vereinsleitung mit dabei ist (wenn sie nicht Teil der Projektgruppe ist), um ein

Verständnis für das Projekt zu entwickeln und damit später auch zu helfen, die Ziele zu erreichen.



Abbildung 3: Visualisierung Massnahmen

Diejenigen Massnahmen, welche sowohl machbar sind als auch positive Resultate liefern, werden in der Digitalisierungs-Roadmap zusammengefasst. Diese kann als einfache Tabelle mit den folgenden Informationen/Spalten gegliedert werden:

- Projekt/Massnahme: kurze Beschreibung der Aktivität
- Ziele: Welche messbaren Erfolge sollen erzielt werden?
- Verantwortlichkeiten: Wer leitet die Massnahmen und ist für deren Umsetzung verantwortlich?
- Budget: Welcher Kostenrahmen wird benötigt bzw. steht zur Verfügung?
- Termine: Wann startet und endet die Massnahme und welches sind die wichtigsten Meilensteine?

Die Resultate des Workshops werden auf der Digitalisierungs-Roadmap zusammengetragen und vom Projektteam als Vorschlag für die Vernehmlassung dokumentiert. Eine kostenlose PDF-Vorlage für eine Digitalisierungs-Roadmap finden Sie auf: digitaler-masterplan.ch/digitaler-masterplan-vorlage.

Aktivitäten im Workshop «Digitalisierungs-Roadmap»

- Entwicklung konkreter Vorschläge
- Beschreibung von möglichen Softwarelösungen (Apps)
- Identifikation von Quick Wins
- Prüfung der Massnahmen auf Machbarkeit und Resultate
- Ggf. die Einbindung eines Plans zur Veränderungsbegleitung (Change-Management-Plan), um Widerstände zu minimieren und Akzeptanz zu fördern
- Entwicklung einer Kommunikationsstrategie für die interne und externe Kommunikation
- Dokumentation als Digitalisierungs-Roadmap

Schritt 5: Präsentation und Vernehmlassung

Die Digitalisierungs-Roadmap (aus dem vorherigen Projekt-Schritt) wird nun sowohl der Vereinsleitung als auch den Mitgliedern für letzte Rückmeldungen und die Vernehmlassung präsentiert.

Die Präsentation kann wie folgt strukturiert werden:

- Übersicht Projektteam
- Übersicht Projektablauf und durchgeföhrte Tätigkeiten/Workshops
- Resultate aus dem Workshop A (Digitalisierungspotenziale)
- Resultate aus dem Workshop B (Digitalisierungs-Roadmap)
- Erklärung aller Projekte/Massnahmen
- Diskussion mit Rückmeldungen
- Definition der nächsten Schritte
- Definition der personellen Verantwortlichkeit
- Formelle Vernehmlassung

Dokumentieren Sie die Entscheide, z. B. in einem Sitzungsprotokoll. Die Planungs- und ggf. bereits Evaluationsarbeiten (z. B. für Apps) werden nun – zum Beispiel sechs bis zwölf Monate nach der Implementierung – durchgeführt.

Mit der Umsetzung startet nun die Phase, für die es Energie, Engagement und Herzblut benötigt. Als Projektteam gilt es, das Projekt am Leben zu behalten und laufend über Projektfortschritte zu kommunizieren.

Aktivitäten für die Präsentation und Vernehmlassung

- Termin mit der Vereinsleitung und den Mitgliedern suchen
- Präsentation erstellen
- Das Digitalisierungsvorhaben besprechen und bestätigen
- Entscheide in einem Protokoll festhalten

Schritt 6: Umsetzung, Kontrolle und Projektoptimierung

Die Digitalisierung eines Sportvereins kann schnell erfolgen (z. B. mit den Quick Wins). Es kann aber auch eine Weile dauern, bis beispielsweise alle Daten und Textvorlagen aus Vereinsbüchlein/Dokumenten, Telefonbüchern auf Smartphones oder von Excel-Tabellen auf eine Cloudplattform oder in Apps übertragen wurden.

Deshalb soll regelmässig der Projektfortschritt besprochen werden. Den Mitgliedern wird regelmässig präsentiert, welche Fortschritte erzielt wurden, und die Vereinsleitung soll das Projektteam unterstützen. Es lohnt sich unter Umständen, mit Firmenpartner:innen zusammenzuarbeiten (vgl. Fragebogen im Projektschritt 2), welche den Verein im Umfeld ihrer Sponsoringtätigkeiten unterstützen möchten. So können externe Expertise und mehr Projektstunden für die Umsetzung gefunden werden.

Für die Umsetzungskontrolle und Projektoptimierung kann die Digitalisierungs-Roadmap genutzt werden, indem diese regelmäßig aktualisiert wird. Denken Sie daran, dass nicht nur die Mitglieder, sondern auch potenzielle Mitglieder in Ihrer Region daran interessiert sind, was das Projektteam alles leistet – kommunizieren Sie regelmäßig! Unter Umständen können Sie nach einem Jahr eine weitere Vereinsumfrage durchführen, um den Erfolg zu messen und weitere Ideen für die Digitalisierung zu finden.

Vergessen Sie nicht, die gesetzten Ziele anhand von Messgrössen regelmässig zu kontrollieren (z. B. die Anzahl Nutzer:innen der Vereins-App oder der prozentuale Rückgang der administrativen Bearbeitungszeit von Vereinsaufgaben). In einem jährlichen Fortschrittsbericht können die Resultate beschrieben und zusammen mit Highlights (Fotos nicht vergessen) von Veranstaltungen, App-Nutzungsstatistiken und Testimonials den Mitgliedern kommuniziert werden.

Mit den sechs praktischen Projektschritten verfügen Sie nun über die konzeptionellen Grundlagen, um Ihren Verein erfolgreich zu digitalisieren.

Aktivitäten für die Umsetzung, Kontrolle und Projektoptimierung

- Dokumentation und Präsentation/Besprechung von Projektfortschritt
- Zusammenarbeit mit Firmenpartner:innen (z. B. IT-Dienstleistungsunternehmen)
- Unterstützung des Projektteams durch die Vereinsleitung
- Laufend Kommunikation der Projektresultate

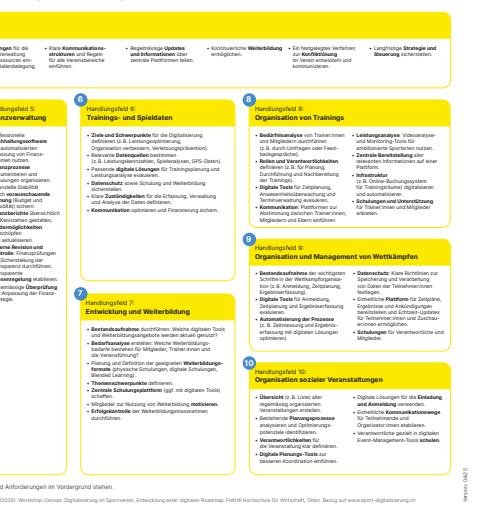


Abbildung 4: Workshop-Canvas

PDF-Download auf
www.sport-digitalisierung.ch



Workshop-Canvas: Digitalisierung im Sportverein



Version 0.025

Generelle Massnahmen

Diese übergreifenden Massnahmen helfen Sportvereinen, die Digitalisierung strategisch anzugehen, sie effizient zu gestalten und langfristig erfolgreich umzusetzen.

1. Eine langfristige digitale Strategie entwickeln

- Definieren Sie klare Ziele und priorisieren Sie Digitalisierungsbereiche, die den grössten Mehrwert für Ihren Verein bieten.
- Planen Sie regelmässige Überprüfungen und Anpassungen der Strategie, um sie an neue Anforderungen und technologische Entwicklungen anzupassen.

2. Digitale Tools gezielt einsetzen

- Wählen Sie digitale Lösungen, die auf die Bedürfnisse Ihres Vereins zugeschnitten sind.
- Achten Sie auf Benutzerfreundlichkeit und die Integration mit bestehenden Systemen.
- Testen Sie neue Tools schrittweise, um Akzeptanz und Effizienz sicherzustellen.

3. Verantwortlichkeiten klar definieren

- Bestimmen Sie eine oder mehrere Personen, die sich um die digitalen Prozesse kümmern und deren Nutzung koordinieren.
- Legen Sie klare Entscheidungsbefugnisse und Zuständigkeiten fest, um reibungslose Abläufe zu gewährleisten.

4. Schulungen und Weiterbildung fördern

- Organisieren Sie regelmässige Schulungen für Funktionär:innen, Mitglieder und Ehrenamtliche, um digitale Kompetenzen zu stärken.
- Nutzen Sie Webinare, Tutorials oder interne Workshops, um Wissen gezielt zu vermitteln.

5. Kommunikation optimieren

- Strukturieren Sie die interne und externe Kommunikation und vermeiden Sie eine unnötige Vielzahl an Kanälen.
- Setzen Sie für den Austausch von Informationen, Dokumenten und Planungen auf zentrale Plattformen.
- Definieren Sie Verhaltensregeln für die Nutzung digitaler Kommunikationsmittel.

6. Datenschutz sicherstellen

- Entwickeln Sie klare Datenschutzrichtlinien und sorgen Sie für die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben.
- Schulen Sie Verantwortliche im sichereren Umgang mit Daten.
- Nutzen Sie verschlüsselte Speicherlösungen und Zugriffsbeschränkungen, um sensible Informationen zu schützen.

7. Mitgliederbindung und Ehrenamtsmanagement verbessern

- Nutzen Sie digitale Lösungen, um Engagement zu koordinieren und transparent zu gestalten.
- Erfassen Sie Fähigkeiten und Interessen von Ehrenamtlichen, um Aufgaben gezielt zuzuweisen.
- Fördern Sie eine Kultur der Wertschätzung, um die Motivation langfristig zu erhalten.

8. Finanzverwaltung effizient gestalten

- Implementieren Sie digitale Lösungen für Buchhaltung, Zahlungsverwaltung und Budgetplanung.
- Automatisieren Sie wiederkehrende Prozesse, um Fehlerquoten zu minimieren.
- Erstellen Sie transparente Finanzberichte, um Vertrauen bei Mitgliedern und Sponsor:innen zu stärken.

9. Kooperationen und Netzwerke ausbauen

- Arbeiten Sie mit anderen Vereinen, Verbänden oder Organisationen zusammen, um Ressourcen effizienter zu nutzen.
- Tauschen Sie Best Practices und Erfahrungen mit anderen Vereinen aus, um voneinander zu lernen.

10. Digitalisierung als Prozess verstehen

- Digitalisieren Sie schrittweise, um Mitglieder nicht zu überfordern.
- Holen Sie regelmässig Feedback ein, um Digitalisierungsprojekte kontinuierlich zu verbessern.

Eine strategische Digitalisierung hilft Sportvereinen, effizienter zu arbeiten, ihre Mitglieder besser einzubinden und langfristig erfolgreich zu bleiben. Dabei ist eine Kombination aus klarer Planung, Schulungen und dem sinnvollen Einsatz von Technologien entscheidend.

Allgemeine Checkliste für alle Handlungsfelder

Diese Checkliste enthält allgemeine Digitalisierungsprinzipien, die in allen Handlungsfeldern eines Sportvereins oder -verbands berücksichtigt werden sollten. Sie dient als Grundlage für die spezifischen Checklisten in den einzelnen Handlungsfeldern.

1. Digitale Strategie und Organisation

- Definieren Sie eine klare Digitalisierungsstrategie mit konkreten Zielen.
- Führen Sie eine Bestandsaufnahme der aktuellen digitalen Prozesse und Tools durch.
- Erstellen Sie ein Organigramm mit digitalen Verantwortlichkeiten.
- Planen Sie regelmässige Überprüfungen und Optimierungen der digitalen Strategie.

2. Nutzung digitaler Tools und Plattformen

- Wählen Sie eine zentrale digitale Plattform für die Vereinsverwaltung.
- Nutzen Sie cloudbasierte Speicherlösungen für eine sichere und zentrale Datenablage.
- Implementieren Sie Tools für eine effiziente interne und externe Kommunikation.
- Achten Sie bei der Auswahl der Tools auf Datenschutz und Datensicherheit.

3. Kommunikation und Zusammenarbeit

- Legen Sie Kommunikationsrichtlinien für interne und externe Kommunikation fest.
- Definieren Sie Kommunikationskanäle klar und vermeiden Sie unnötige Verdoppelungen.
- Schulen Sie Vereinsmitglieder und Ehrenamtliche regelmäßig im Umgang mit digitalen Tools.

4. Mitglieder- und Ressourcenmanagement

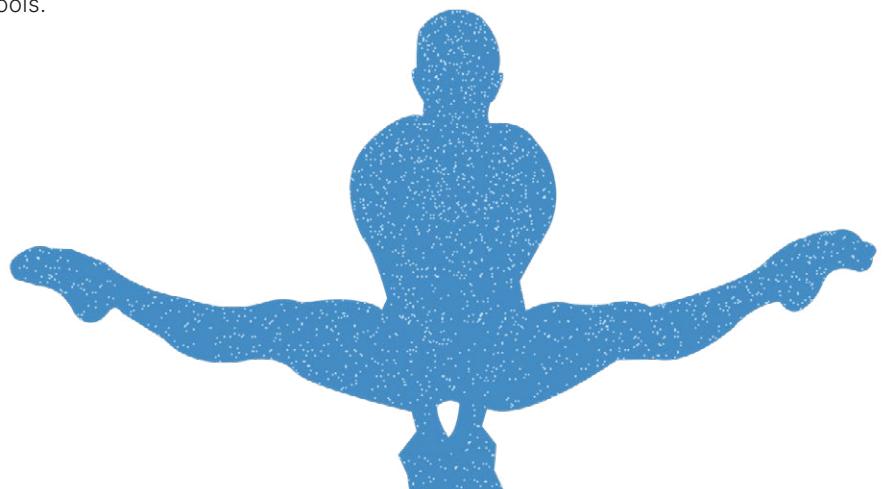
- Erfassen Sie Mitgliederdaten digital und halten Sie diese aktuell.
- Nutzen Sie CRM-Systeme zur Verwaltung von Mitgliedern, Sponsor:innen und Partner:innen.
- Automatisieren Sie wiederkehrende Verwaltungsaufgaben (z. B. Beitragzahlungen, Anmeldungen).
- Erstellen Sie eine Ehrenamtsstrategie, um freiwillige Helfer:innen effizient einzubinden.

5. Fundraising und Finanzverwaltung

- Setzen Sie auf digitale Zahlungsmethoden und automatisierte Buchhaltungstools.
- Nutzen Sie Online-Fundraising-Plattformen und digitale Sponsoringmodelle.
- Erstellen Sie eine langfristige Finanzstrategie zur Sicherstellung der wirtschaftlichen Stabilität.

6. Erfolgsbewertung und kontinuierliche Verbesserung

- Definieren Sie messbare Kennzahlen (KPIs) zur Evaluierung der Digitalisierung.
- Sammeln Sie regelmässig Feedback von Mitgliedern und Partner:innen.
- Überprüfen und optimieren Sie laufend digitale Prozesse.



Handlungsfeld 1: Organisation und Führung

Einleitung

Die Welt des Sports ist eine heterogene, vielfältige Landschaft, geprägt von Vereinen unterschiedlicher Grösse, Struktur und Zielsetzung. Dennoch weisen die meisten Sportvereine im Kern ähnliche organisatorische Grundlagen auf. Sportvereine sind in der Regel als eingetragene Vereine organisiert und basieren auf einer Satzung, die grundlegenden Regeln zur Mitgliedschaft, Vereinsführung und Finanzierung festlegt. Die wichtigsten Organe sind die Mitgliederversammlung, die als oberstes Entscheidungsorgan fungiert, sowie der Vorstand, der die operative Leitung übernimmt.

Auf strategischer Ebene werden richtungsweisende Entscheidungen getroffen, die einen wesentlichen Einfluss auf die operative Vereinsarbeit haben. Verantwortlich dafür ist in erster Linie der Vorstand, bestehend aus dem Präsidenten oder der Präsidentin, dem Kassier oder der Kassierin sowie weiteren Vorstandsmitgliedern. In grösseren Vereinen können auch Ausschüsse oder Beiräte strategische Aufgaben übernehmen, etwa zur langfristigen Vereinsentwicklung, zur Finanzierung oder zur Mitgliedergewinnung. Dieses Handlungsfeld ist daher von zentraler Bedeutung, da es die Grundlage für effiziente und nachhaltige Arbeitsprozesse schafft.

Die zentralen Aufgaben in diesem Bereich umfassen:

- Strategische Planung – Entwicklung und Optimierung von Zielen, Prozessen und Massnahmen, um den Verein langfristig erfolgreich zu führen.
- Klare Verteilung – definierte Zuständigkeiten von Aufgaben, Verantwortungen und Entscheidungsbefugnissen innerhalb des Vorstands und der Ressorts. Gegebenenfalls Delegation an andere Vereinsmitglieder.
- Effiziente Abläufe – Strukturierung interner Prozesse zur reibungslosen Zusammenarbeit und Umsetzung von Vereinsaktivitäten.
- Kommunikation – Sicherstellung eines transparenten Informationsaustauschs zwischen Mitgliedern, Vorstand und externen Partner:innen.
- Netzwerkarbeit – Aufbau und Pflege von Beziehungen zu relevanten Stakeholdern wie Verbänden, Behörden und Sponsor:innen.

(Graf & Camponovo, 2019; Vereinswiki, o.J.)

Erkenntnisse aus Literatur und Umfrage

Die Organisation und Führung eines Vereins werden massgeblich durch dessen Aufbau und Entscheidungsstrukturen geprägt. Das höchste Organ ist die Vereinsversammlung, die in den meisten Sportvereinen aus den stimmberechtigten Mitgliedern besteht. Dies sind in der Regel aktive Sportler:innen, Ehrenmitglieder sowie teilweise auch passive Mit-

glieder oder Fördermitglieder, sofern dies in den Statuten festgelegt ist. Die Vereinsversammlung trifft grundlegende Entscheidungen, genehmigt das Budget und wählt den Vorstand. Der Vorstand fungiert als Exekutivorgan des Vereins und setzt die Beschlüsse der Vereinsversammlung um. Er besteht typischerweise aus dem Präsidenten oder der Präsidentin, die den Verein nach innen und aussen vertreten, dem Kassier oder der Kassierin, die für die Finanzen zuständig sind, sowie weiteren Vorstandsmitgliedern mit spezifischen Aufgaben, z. B. für Sportbetrieb, Kommunikation oder Veranstaltungen. In kleineren Vereinen übernehmen Vorstandsmitglieder oft mehrere Funktionen, während grössere Vereine ihre Vorstandsarbeit auf verschiedene Ressorts aufteilen. Zwar müssen Vorstandsmitglieder nicht zwingend Vereinsmitglieder sein (Baumann Lorant et al., 2018), doch in der Praxis wird meist auf engagierte Personen aus dem Verein gesetzt, um die Identifikation mit der Vereinsstruktur und die langfristige Bindung ehrenamtlicher Kräfte zu gewährleisten.

Laut Lamprecht et al. (2017) sind 96 % der Vereinsfunktionär:innen ehrenamtlich tätig oder erhalten eine geringe Jahresentschädigung von weniger als CHF 2000. Diese Mehrfachbelastung stellt viele Ehrenamtliche vor grosse Herausforderungen, da sie ihre Aufgaben oft in ihrer Freizeit und nebenberuflich wahrnehmen müssen. Die Folgen sind Überlastung und eine geringe Kontinuität in der Vereinsführung, was die langfristige Stabilität des Vereins gefährdet. Diese Struktur stellt eine erhebliche Belastung für die Vereinsführung dar und kann zu einer höheren Fluktuation von Ehrenamtlichen führen, was wiederum die organisatorische Effizienz beeinträchtigt. Dennoch zeigt die Studie Sport Schweiz, dass etwa ein Viertel der aktiven Mitglieder bereit wäre, eine ehrenamtliche Tätigkeit zu übernehmen (Lamprecht et al., 2020). Vereine stehen jedoch vor der Aufgabe, diese Bereitschaft effektiv in tatsächliches Engagement umzuwandeln. Eine der grössten Herausforderungen dabei ist, diese Personen nicht nur zu gewinnen, sondern sie auch langfristig zu motivieren und zu halten. Häufig fehlt es an geeigneten Strukturen und Anreizen, um das Engagement der Mitglieder nachhaltig zu fördern, was wiederum die langfristige Entwicklung des Vereins behindert.

Eine zusätzliche Herausforderung dabei ist, dass viele Vereine die Rekrutierung von Vorstandsmitgliedern eher zufällig und ohne konkrete Anforderungsprofile vornehmen. Über 60 % der befragten Vereine gaben in der vom BASPO verfassten Studie an, dass dieser Prozess situativ erfolgt und die fachliche Zusammensetzung des Vorstands oft wenig berücksichtigt wird (Bundesamt für Sport, 2011).

Diese mangelnde Planung und wenig spezifische Auswahl können zu Ineffizienzen und Unsicherheiten sowie Überforderung führen, da eine unzureichende Fachkenntnis und Erfahrung im Vorstand die Qualität der Entscheidungsfindung beeinträchtigen kann.

Die Digitalisierung spielt in diesem Zusammenhang eine zunehmend wichtige Rolle, da sie dazu beitragen kann, administrative Prozesse zu optimieren und Ehrenamtliche zu entlasten. Im Bereich Organisation und Führung zeigen die Ergebnisse der aktuellen Umfrage ähnliche prozentuale Verteilungen hinsichtlich des Fortschritts der digitalen Transformation und der Zufriedenheit mit diesem Stand. Der Fortschritt und die Zufriedenheit sind mit den Mittelwerten von 4,1 (n = 959) beziehungsweise 4,3 (n = 947) abgebildet. 70 % der Befragten sehen in diesem Bereich einen Fortschritt. 69 % der Befragten sind zudem zufrieden mit dem Stand der digitalen Transformation im Bereich Organisation und Führung. Diese Ergebnisse verdeutlichen, dass zwar ein Wandel stattfindet, jedoch noch Potenzial für Verbesserungen besteht, insbesondere in der Optimierung der digitalen Infrastruktur und der damit verbundenen Effizienzgewinne. Die Zufriedenheit mit dem Status quo könnte darauf hinweisen, dass die Vereinsführung häufig mit bestehenden Strukturen und Prozessen zufrieden ist, jedoch die Herausforderung besteht, den digitalen Wandel konsequent voranzutreiben und an die Bedürfnisse der Vereinsorganisation anzupassen.

Erkenntnisse aus den Workshops

Die Workshops mit Sportvereinen und -verbänden haben wertvolle Erkenntnisse zu den derzeitigen digitalen Praktiken und den damit verbundenen Herausforderungen geliefert. Es wurde deutlich, dass eine Vielzahl digitaler Tools für die interne Organisation und Kommunikation genutzt wird, wobei es erhebliche Unterschiede in der Akzeptanz und Anwendung gibt. Besonders verbreitet sind Microsoft Teams und E-Mail für formelle Anliegen sowie WhatsApp für schnelle, informelle Kommunikation.

Die Nutzung von Microsoft Teams als digitale Datenablage und für Vorstandssitzungen ist gängig, allerdings wurde auch die Notwendigkeit einer strukturierten Nutzung betont, um «digitalen Müll» zu vermeiden. Ein Teilnehmer wies darauf hin, dass es wichtig sei, eine klare Ordnung zu etablieren, um veraltete und überflüssige Daten nicht unnötig zu erhalten.

Ein weiteres positives Beispiel ist der Einsatz von OneNote und SharePoint, die sich in der Protokollführung und der Ablage bewährt haben. Die klare Regelung zur Dokumentenablage hat die Effizienz verbessert. Eine Teilnehmerin erklärt: «Jeder trägt seine Themen in OneNote ein, und in der Sitzung werden nur offene Fragen besprochen.»

Trotz dieser positiven Ansätze bleibt ein zentrales Problem bestehen: das Fehlen einer langfristigen digitalen Strategie und eines klar definierten Organigramms (inkl. Stellenbeschrieb), das die Verantwortlichkeiten und die Delegation von Aufgaben strukturiert. Die Aufgaben werden somit vererbt und Personen drohen durch die zusätzlichen Aufgaben überlastet zu werden.

Viele Vereine äusserten den Bedarf nach einer zentralen, gut strukturierten Ablage mit regelmässigen Backups, um das Risiko von Datenverlust zu minimieren. Teilweise ist in den Vereinen kein Daten-Backup vorhanden. Der Wunsch nach einer vereinseinheitlichen Kommunikationsplattform ist gross, um die parallele Nutzung verschiedener Kanäle zu vermeiden und Prozesse effizienter zu gestalten. Die technische Umsetzung einer solchen Lösung ist jedoch anspruchsvoll und erfordert klare Zugriffsregelungen, die die Sicherheit und den reibungslosen Austausch gewährleisten.

Die Workshops haben auch gezeigt, dass Schulungen für Vereinfunktionär:innen notwendig sind, um das volle Potenzial von Tools wie Microsoft Teams auszuschöpfen. Vielen Vereinen mangelt es an Ressourcen und sie haben Schwierigkeiten bei der Rekrutierung von ehrenamtlichen Helfer:innen, um die Digitalisierung voranzutreiben. Besonders kleinere Vereine äusserten den Wunsch nach kantonaler Unterstützung bei der Digitalisierung. Eine offene Haltung und gezielte Massnahmen zur Modernisierung von Führungsstrukturen sind entscheidend, um den Verein auch für jüngere Mitglieder attraktiv zu gestalten.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass digitale Tools bereits vielseitig genutzt werden, jedoch fehlen oftmals klare Strukturen und langfristige Planungen, um die Effizienz und Zukunftsfähigkeit der Vereinsarbeit zu stärken. Vereine haben das Potenzial digitaler Werkzeuge erkannt, aber ihre Anwendung ist noch nicht in einem umfassenden und systematischen Ansatz integriert. Die Förderung durch kantonale Mittel sowie die Entwicklung einer einheitlichen Plattform könnten hier richtungsweisende Ansätze bieten, die den Übergang zu einer ganzheitlichen digitalen Transformation erleichtern.

Das sollten Sie tun

1. Setzen Sie auf eine vereinheitlichte Kommunikationsplattform.

- Nutzen Sie eine zentrale Plattform für den gesamten Verein, um den Informationsfluss zu bündeln.
- Ergänzen Sie diese mit klar strukturierten Kommunikationskanälen, um die Vermischung von formellen und informellen Themen zu vermeiden.
- Definieren Sie verbindliche Verhaltensregeln, um «digitalen Müll» zu reduzieren und Effizienz zu maximieren.

2. Implementieren Sie eine zentrale und strukturierte digitale Ablage.

- Erstellen Sie eine klare Ordnerstruktur und legen Sie verbindliche Verhaltensregeln fest.
- Führen Sie regelmässige Backups durch und definieren Sie klare Zugriffsrechte.
- Schulen Sie Mitglieder im Umgang mit der Ablage, um eine einheitliche Nutzung zu fördern.

3. Entwickeln Sie eine langfristige digitale Strategie.

- Erstellen Sie ein digitales Organigramm, das Verantwortlichkeiten für die Nutzung digitaler Lösungen eindeutig regelt.
- Planen Sie regelmässige Überprüfungen, um die Strategie an veränderte Bedürfnisse anzupassen.

4. Schulen Sie sich und Ihr Team kontinuierlich.

- Organisieren Sie regelmässig Schulungen und Workshops zu den wichtigsten digitalen Lösungen.
- Nutzen Sie digitale Lernformate wie Webinare, um flexibles Lernen zu ermöglichen.
- Fördern Sie eine Kultur des Wissensaustauschs, um Best Practices zu teilen.

5. Optimieren Sie das Ehrenamtsmanagement.

- Erfassen Sie die Berufe und Fähigkeiten Ihrer Mitglieder digital, um deren Expertise gezielt einzusetzen.
- Stellen Sie sicher, dass Ehrenamtliche weder über- noch unterfordert werden.
- Nutzen Sie digitale Tools, um Aufgaben transparent zu verteilen, Qualifikationen zu dokumentieren und neue Aufgaben zu vergeben.

6. Nutzen Sie Unterstützung durch Verbände und Förderprogramme.

- Knüpfen Sie Kontakte zu anderen Vereinen oder übergeordneten Organisationen, um Best Practices auszutauschen.
- Informieren Sie sich regelmässig über aktuelle Förderprogramme, um finanzielle Mittel für Digitalisierungsprojekte zu erhalten.

Eine strukturierte Digitalisierung erleichtert die Organisation, steigert die Effizienz und sichert die Zukunftsfähigkeit des Vereins.



Checkliste Handlungsfeld 1: Organisation und Führung

1. Strukturierte Prozesse einführen

- Klare Entscheidungswege und Abstimmungsverfahren definieren.
- Transparente Protokolle führen und digital archivieren.
- Mitglieder in Entscheidungsprozesse einbinden, z. B. durch Online-Umfragen.

Bis 50 Mitglieder:

- Einfache Entscheidungswege nutzen, um Prozesse schlank zu halten.
- Dokumentation und Archivierung mit einfachen digitalen Tools sicherstellen.

Ab 50 Mitglieder:

- Formale Abstimmungsmechanismen und Verantwortlichkeiten in digitalen Workflows abbilden.
- Protokolle und Beschlüsse über eine zentrale Plattform verwalten.

2. Ressourcenmanagement optimieren

- Digitale Lösungen für die Planung und Verwaltung von Vereinsressourcen einsetzen (z. B. Hallenbelegung, Equipment).
- Eine Übersicht über verfügbare Fördermittel und deren Nutzungsmöglichkeiten erstellen.

Bis 50 Mitglieder:

- Günstige oder kostenlose digitale Lösungen für Ressourcenmanagement nutzen.
- Manuelle Prozesse beibehalten, wenn sie effizienter als digitale Alternativen sind.

Ab 50 Mitglieder:

- Umfassendere digitale Tools zur Verwaltung von Vereinsressourcen implementieren.
- Systematische Fördermittel- und Finanzierungsstrategien entwickeln.

3. Kommunikation und Transparenz verbessern

- Klare Kommunikationsstrukturen und Regeln für alle Vereinsbereiche einführen.
- Regelmäßige Updates und Informationen über zentrale Plattformen teilen.
- Ergebnisse von Vorstandssitzungen und wichtige Entscheidungen transparent kommunizieren.

Bis 50 Mitglieder:

- Einfache Kommunikationsstrukturen ohne unnötige Hierarchien schaffen.
- Nutzung weniger, aber effektiver Kanäle für interne Kommunikation (z. B. WhatsApp-Gruppen).

Ab 50 Mitglieder:

- Mehrstufige Kommunikationsstrategien mit differenzierteren Kanälen für verschiedene Zielgruppen definieren.
- Wichtige Vereinsentscheidungen über eine zentrale Plattform dokumentieren und zugänglich machen.

4. Kontinuierliche Weiterbildung ermöglichen

- Regelmäßige Schulungen für Funktionär:innen und Mitglieder anbieten.
- Schulungsinhalte an den Bedarf des Vereins anpassen (z. B. Führung, digitale Tools).
- Zugang zu externen Weiterbildungsangeboten und Förderprogrammen schaffen.

Bis 50 Mitglieder:

- Interne Weiterbildungen in kleinen Gruppen oder informelle Schulungsformate nutzen.
- Lokale Ressourcen oder ehrenamtliche Expert:innen für Schulungen einbinden.

Ab 50 Mitglieder:

- Strukturiertes Schulungsprogramm für Vereinsverantwortliche etablieren.
- Kooperationen mit externen Weiterbildungsanbieter:innen oder Sportverbänden nutzen.

5. Konfliktmanagement etablieren

- Ein festgelegtes Verfahren zur Konfliktlösung entwickeln und kommunizieren.
- Regelmässige Feedbackrunden zur Verbesserung des Miteinanders einführen.

Bis 50 Mitglieder:

- Direkte, informelle Konfliktlösung bevorzugen, um unnötige Bürokratie zu vermeiden.
- Einfache Feedbackmechanismen wie regelmässige Umfragen oder Mitgliederversammlungen nutzen.

Ab 50 Mitglieder:

- Formale Konfliktlösungsprozesse mit klar definierten Eskalationsstufen einführen.
- Regelmässige Reflexions- und Feedbackmechanismen institutionalisieren.

6. Langfristige Strategie und Steuerung sicherstellen

- Wiederholende Strategie-Workshops organisieren, um langfristige Ziele zu entwickeln.
- Controlling für die Umsetzung der Strategie einführen und optimieren.

Bis 50 Mitglieder:

- Jährliche Strategieüberprüfung durch Vorstand und Mitglieder.
- Flexibilität bewahren und nur die notwendigsten Prozesse formalisieren.

Ab 50 Mitglieder:

- Digitale Werkzeuge zur strategischen Planung und Erfolgsmessung nutzen.
- Regelmässige Analysen und Optimierungen anhand festgelegter KPIs durchführen.

Mit dieser Checkliste können Sie die Führung und Organisation Ihres Vereins nachhaltig verbessern und den Verein für die Zukunft rüsten.



Handlungsfeld 2: **Mitgliederverwaltung**

Einleitung

Sportvereine bilden das Rückgrat des organisierten Sports in der Schweiz und spielen eine zentrale Rolle in der Förderung von Gesundheit, sozialer Interaktion und sportlicher Leistung. Die Studie «Sport und Wirtschaft Schweiz» des BASPO (2020) unterstreicht die wirtschaftliche Bedeutung des Sports, der mit einer Bruttowertschöpfung von CHF 11,4 Milliarden etwa 1,7 % zum Schweizer BIP beiträgt. Sportvereine und -verbände machen dabei 19 % der Wertschöpfung aus, was ihre signifikante Rolle in der Schweizer Sportwirtschaft verdeutlicht.

Sportvereine stehen heutzutage vor einer Vielzahl von Herausforderungen, insbesondere im Hinblick auf ihre Mitglieder. Eine der grössten Sorgen vieler Vereine ist die Gewinnung neuer Mitglieder, wobei der Fokus besonders auf Jugendlichen liegt. Diese Aufgabe wird durch den demografischen Wandel und die zunehmende Konkurrenz kommerzieller Anbieter zusätzlich erschwert. Parallel dazu stellt die Suche nach engagierten Ehrenamtlichen für Vorstandsposten, Trainer- und Schiedsrichtertätigkeiten eine zentrale Herausforderung dar. Das Ehrenamt bildet zwar das Fundament des Vereinsports, erweist sich aber gleichzeitig als dessen Achillesferse. Eine weitere konstante Sorge vieler Vereine ist die Sicherung ausreichender finanzieller Mittel, die für die langfristige Stabilität und Entwicklung der Vereine von entscheidender Bedeutung ist. Zusätzlich zu diesen Herausforderungen sehen sich Sportvereine mit einer wachsenden Zahl von Vorschriften und damit einhergehenden administrativen Aufgaben konfrontiert, die eine zunehmende Belastung darstellen und wertvolle Ressourcen binden. Diese vielfältigen Herausforderungen erfordern von den Vereinen ein hohes Mass an Anpassungsfähigkeit und innovative Lösungsansätze, um auch in Zukunft erfolgreich zu sein und ihre wichtige gesellschaftliche Rolle weiterhin erfüllen zu können.

Ein wesentlicher Aspekt für den Erfolg und die Nachhaltigkeit dieser Vereine ist eine effektive Mitgliederverwaltung. Unter einer Mitgliederverwaltung versteht man alle Prozesse und Aktivitäten, die mit der Erfassung, Pflege und Nutzung von Mitgliederdaten in einem Verein verbunden sind (Thieme & Winkelhake, 2012). Dies umfasst:

1. Die Aufnahme neuer Mitglieder
2. Die Pflege von Mitgliederdaten
3. Die Verwaltung von Mitgliedsbeiträgen
4. Die Kommunikation mit Mitgliedern
5. Die Analyse der Mitgliederstruktur

In der modernen Sportvereinslandschaft haben sich Mitgliederverwaltungssysteme zu unverzichtbaren Werkzeugen entwickelt. Diese innovativen Lösungen eröffnen Vereinen

ein breites Spektrum an Möglichkeiten, um Daten effektiv zu nutzen und daraus wertvolle Erkenntnisse zu gewinnen. Durch systematische Erfassung und Analyse von Mitgliederdaten können Vereine ihre Führung optimieren und strategische Planungen präziser gestalten.

Ein Hauptvorteil dieser Systeme liegt in der detaillierten Analyse der Mitgliederstruktur. Vereine erhalten tiefe Einblicke in Altersverteilungen, Geschlechterverhältnisse und langfristige Mitgliederentwicklungen. Diese Informationen bilden die Grundlage für massgeschneiderte Angebote und zielgerichtete Marketingstrategien.

Die Auswertung von Teilnahmedaten an Kursen und Veranstaltungen hilft Vereinen, beliebte Angebote zu identifizieren und weniger nachgefragte Aktivitäten zu überdenken. Dies führt zu einer optimierten Ressourcenverteilung und steigert die Zufriedenheit der Mitglieder. Auch finanzielle Aspekte lassen sich effektiv analysieren: Die genaue Verfolgung von Mitgliedsbeiträgen, Zahlungsverhalten und Einnahmetrends unterstützt die finanzielle Planung und kann neue Finanzierungsquellen erschliessen.

Darüber hinaus ermöglichen diese Systeme eine verbesserte Kommunikation. Durch die Analyse von Kontaktpräferenzen und Reaktionen auf Vereinsnachrichten können Kommunikationsstrategien verfeinert werden, was die Mitgliederbindung stärkt. Auch bei der Planung von Trainingskapazitäten und der Verwaltung von Sportanlagen leisten die Daten wertvolle Dienste, indem sie Auslastungen aufzeigen und Anpassungen der Infrastruktur erleichtern.

Ein weiterer Vorteil liegt im effektiveren Management von Ehrenamtlichen. Die Erfassung von Qualifikationen und Einsatzzeiten erleichtert die gezielte Suche nach Unterstützung und die angemessene Anerkennung freiwilligen Engagements. Dies kann die in Handlungsfeld 1 «Organisation und Führung» beschriebene Herausforderung entschärfen, dass viele Vereine Vorstandsmitglieder ohne klare Anforderungsprofile rekrutieren, was häufig zu ineffizienten Strukturen und Überforderung führt.

Mit der fortschreitenden Digitalisierung haben sich die Möglichkeiten der Mitgliederverwaltung erheblich erweitert. Moderne Softwarelösungen bieten effizientere Datenverwaltung, automatisierte Prozesse und verbesserte Analysemöglichkeiten. Dies ist besonders relevant angesichts des stetigen Wachstums der Schweizer Sportwirtschaft, zu dem die Sportvereine massgeblich beitragen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Mitgliederverwaltungssysteme es Sportvereinen ermöglichen, fundierte, datenbasierte Entscheidungen zu treffen, ihre Angebote kontinuierlich zu optimieren und ihre gesellschaftliche Rolle zu stärken. Die systematische Nutzung dieser Daten trägt zu einer effizienteren Vereinsführung bei und steigert die Zufriedenheit der Mitglieder – ein entscheidender Faktor für den langfristigen Erfolg jedes Sportvereins.

Erkenntnisse aus Literatur und Umfrage

Die digitale Transformation in Schweizer Sportvereinen zeigt sich besonders fortgeschritten im Bereich der Mitgliederverwaltung. Eine Analyse der Daten offenbart ein überwiegend positives Bild. Insgesamt bewerten 62 % der Befragten die digitale Transformation in der Mitgliederverwaltung als weit fortgeschritten. Lediglich 8 % der Vereine sehen sich in diesem Bereich als wenig fortgeschritten. Der Mittelwert von 4,7 auf einer Skala von 1 (= überhaupt nicht fortgeschritten) bis 6 (= sehr fortgeschritten) unterstreicht den hohen Digitalisierungsgrad in diesem Bereich.

Interessanterweise zeigen sich Unterschiede zwischen den Altersgruppen: Die Altersgruppe 50–59 Jahre bewertet den Fortschritt am höchsten mit einem Mittelwert von 4,99, während jüngere Altersgruppen (20–29 und 30–39 Jahre) den Fortschritt etwas niedriger einschätzen mit Mittelwerten von 4,69 und 4,56. Dies könnte darauf hindeuten, dass ältere Vereinsmitglieder die Fortschritte in der digitalen Mitgliederverwaltung stärker wahrnehmen oder schätzen.

Die Analyse zeigt auch Unterschiede je nach Vereinsgrösse und Gründungsjahr: Grössere Vereine mit 1 000 oder mehr Mitgliedern bewerten die digitale Transformation in der Mitgliederverwaltung positiver (Mittelwert 4,24) als kleinere Vereine mit 1–49* Mitgliedern (Mittelwert 3,82). Vereine, die zwischen 1950 und 1999 gegründet wurden, zeigen einen leicht höheren Digitalisierungsgrad in der Mitgliederverwaltung als ältere oder jüngere Vereine.

Es gibt auch Variationen zwischen verschiedenen Sportarten: Kunstturnen (Mittelwert 4,78) und Tennis (Mittelwert 4,51) zeigen den höchsten Digitalisierungsgrad in der Mitgliederverwaltung, während Sportschiessen (Mittelwert 3,85) etwas zurückliegt.

Die Ergebnisse zeigen, dass Schweizer Sportvereine in der digitalen Transformation ihrer Mitgliederverwaltung bereits weit fortgeschritten sind. Im Vergleich zu allen anderen Handlungsfeldern ist die Mitgliederverwaltung laut den Befragten am fortgeschrittensten digitalisiert. Dies deutet da-

rauf hin, dass Vereine möglicherweise zuerst in die Digitalisierung der Mitgliederverwaltung investieren, bevor sie andere Bereiche angehen. Dies ist ein logischer Schritt, sichern die Mitglieder doch einen Hauptteil des Ertrages der Vereine.

Dennoch gibt es Potenzial für weitere Verbesserungen, insbesondere bei kleineren Vereinen und in bestimmten Sportarten.

Erkenntnisse aus den Workshops

Die Workshops haben einen umfassenden Überblick über den aktuellen Stand, die bestehenden Herausforderungen und mögliche Verbesserungsansätze im Hinblick auf die Mitgliederverwaltung geliefert.

Viele Vereine nutzen eine Vielzahl unterschiedlicher Tools wie Excel, ClubDesk, Fairgate und andere, oft basierend auf den Vorgaben ihrer Verbände. Diese Vielfalt führt jedoch häufig zu Mehraufwand, da Listen und Programme parallel gepflegt werden müssen. Positiv wurde Fairgate hervorgehoben, das als flexible Lösung gilt und Datenschutzanforderungen erfüllt sowie Prozesse wie Rechnungsstellung und Mitgliederänderungen vereinfacht. Dennoch bleibt der Datenschutz ein zentrales Problem, insbesondere im Umgang mit veralteten oder unvollständigen Daten. Ein weiteres wiederkehrendes Thema ist die Kommunikation, die bei jüngeren Mitgliedern oft über die Eltern läuft, was gelegentlich zu Zielgenauigkeitsproblemen führt.

Ein zentrales Anliegen der Teilnehmer:innen ist der Wunsch nach einem einheitlichen System, das alle relevanten Funktionen abdeckt und nahtlose Schnittstellen zu anderen Systemen bietet. Die fehlende Integration bestehender Tools erschwert die Arbeit vieler Vereine erheblich. Zudem wird immer wieder auf die Problematik veralteter Mitgliederlisten hingewiesen, die den Verwaltungs- und Kommunikationsaufwand deutlich erhöhen. Vorwiegend kleinere Vereine kämpfen mit begrenzten personellen und technischen Ressourcen, was ihre Effizienz stark beeinträchtigt. Darüber hinaus wird auch in diesem Handlungsfeld der Bedarf an einfachen, praxisnahen Schulungsangeboten betont, die speziell auf die Anforderungen von Sportvereinen zugeschnitten sind.

Als mögliche Lösungsansätze wird die Entwicklung eines zentralisierten Verwaltungssystems vorgeschlagen, das flexible Funktionen bietet und die verschiedenen Bedürfnisse der Vereine berücksichtigt. Der Einsatz von Customer-Relationship-Management-Tools (CRM) wird als sinnvoll erachtet, um die Bindung zu den Mitgliedern zu stärken und

* Gemäss ZGB sind rechtlich gesehen mindestens zwei Personen notwendig, um einen Verein zu gründen.

Daten auszuwerten. Gleichzeitig wünschen sich die Vereine gezielte Schulungs- und Unterstützungsangebote, beispielsweise in Form von leicht zugänglichen Erklärvideos. Die Erwartungen an die übergeordneten Organisationen wie Swiss Olympic und die Verbände sind hoch, insbesondere in Bezug auf finanzielle und technische Unterstützung bei der Digitalisierung der Mitgliederverwaltung.

Die Workshops haben verdeutlicht, wie wichtig eine effektive Mitgliederverwaltung für die Gesamtorganisation eines Vereins ist. Ein einheitliches, umfassendes Verwaltungstool, ergänzt durch praxisnahe Schulungen und Unterstützung, könnte die Effizienz deutlich steigern und den administrativen Aufwand nachhaltig reduzieren.

Das sollten Sie tun

Sportvereine stehen heute vor vielfältigen Herausforderungen, die von der Mitgliedergewinnung über die Sicherstellung finanzieller Stabilität bis hin zur Erfüllung wachsender administrativer Anforderungen reichen. Um diesen Anforderungen gerecht zu werden und die wichtige gesellschaftliche Rolle der Vereine zu sichern, sollten Funktionär:innen gezielt handeln.

1. Setzen Sie auf einheitliche und moderne Mitgliederverwaltungssysteme.

- Der Einsatz eines zentralisierten Verwaltungssystems ermöglicht eine effizientere Datenverwaltung und Automatisierung.
- Analysieren Sie Mitgliederstruktur und Zahlungsverhalten, um fundierte Entscheidungen zu treffen.

2. Schulen Sie sich und Ihr Team in digitalen Lösungen.

- Funktionär:innen sollten sicherstellen, dass sie und ihre Teams in der Nutzung von Verwaltungssystemen geschult sind.
- Nutzen Sie Webinare oder Erklärvideos, um die Einführung neuer Systeme zu erleichtern.

3. Fördern Sie die Mitgliederbindung durch sinnvolle Kommunikation.

- Nutzen Sie moderne Software, um Kommunikationspräferenzen zu analysieren und zielgerichtet anzusprechen.
- Bereitgestellte Informationen sollten regelmäßig und relevant sein.

4. Optimieren Sie die Einbindung von Ehrenamtlichen.

- Nutzen Sie digitale Tools, um Qualifikationen, Einsatzzeiten und Präferenzen von Ehrenamtlichen zu erfassen.
- Verteilen Sie Aufgaben sinnvoll und sorgen Sie für ein transparentes Engagement-Management.

5. Nutzen Sie die Unterstützung durch übergeordnete Organisationen.

- Prüfen Sie Angebote von Swiss Olympic oder anderen Verbänden, um finanzielle und strukturelle Unterstützung zu erhalten.

6. Bleiben Sie flexibel und offen für neue Ansätze.

- Evaluieren Sie regelmässig, ob Ihre Strategien noch zeitgemäss sind.
- Passen Sie Verwaltungs- und Kommunikationsstrategien an sich verändernde Bedürfnisse an.

Eine digitalisierte Mitgliederverwaltung spart Zeit, optimiert Abläufe und stärkt die Vereinsbindung.

Checkliste Handlungsfeld 2: Mitgliederverwaltung

Die folgende Checkliste hilft Ihnen, die Herausforderungen im Vereinsalltag systematisch anzugehen und die Zukunftsfähigkeit Ihres Vereins zu sichern.

1. Mitgliederstruktur analysieren und optimieren

- Mitgliederstruktur regelmässig auswerten (z. B. Altersverteilung, Teilnahmedaten, Zahlungsverhalten).
- Datenschutzrichtlinien implementieren und einhalten.

Bis 50 Mitglieder:

- Manuelle oder einfache digitale Lösungen zur Mitgliederanalyse nutzen.
- Mitgliederdaten in regelmässigen Abständen aktualisieren.

Ab 50 Mitglieder:

- Datenbankgestützte Mitgliederverwaltungssysteme einsetzen.
- Automatisierte Datenanalysen zur Verbesserung der Mitgliederstruktur nutzen.

2. Ehrenamtliches Engagement fördern

- Qualifikationen und Präferenzen von Ehrenamtlichen digital erfassen.
- Transparente Aufgabenverteilung sicherstellen.
- Nachwuchs gezielt für ehrenamtliche Tätigkeiten ansprechen.

Bis 50 Mitglieder:

- Einfache digitale Listen zur Erfassung von Ehrenamtlichen und deren Qualifikationen nutzen.
- Informelle Anerkennungsmassnahmen (z. B. öffentliche Wertschätzung, kleine Präsente) etablieren.

Ab 50 Mitglieder:

- Digitales System zur Verwaltung und Anerkennung von Ehrenamtlichen einführen.
- Standardisierte Prozesse zur Verteilung von Aufgaben und Verantwortlichkeiten implementieren.

3. Kommunikation mit Mitgliedern optimieren

- Mitglieder individuell und zielgruppenorientiert ansprechen (auch über digitale Kanäle).
- Analyse-Tools nutzen, um Kommunikationspräferenzen der Mitglieder zu verstehen.
- Regelmässige und relevante Informationen über geeignete Kanäle bereitstellen.

Bis 50 Mitglieder:

- Begrenzte Anzahl von Kommunikationskanälen nutzen (z. B. E-Mail, WhatsApp, Vereinswebsite).
- Regelmässige Updates an Mitglieder über bevorzugte Kanäle senden.

Ab 50 Mitglieder:

- Umfassende digitale Kommunikationsstrategie mit mehreren Kanälen entwickeln.
- Tools zur Analyse und Optimierung der Mitgliederkommunikation einsetzen.

4. Unterstützung durch Verbände und Organisationen nutzen

- Finanzielle und technische Unterstützung bei Swiss Olympic oder anderen Verbänden anfordern.
- Angebote wie Vorlagen, Checklisten oder Leitfäden der Organisationen prüfen.
- Kontakte zu anderen Vereinen und Organisationen für den Austausch von Best Practices nutzen.

Bis 50 Mitglieder:

- Kostenlose digitale Ressourcen von Verbänden identifizieren und nutzen.
- Teilnahme an Webinaren oder Online-Schulungen zur Vereinsdigitalisierung.

Ab 50 Mitglieder:

- Digitale Netzwerke für den Austausch von Best Practices und Fördermöglichkeiten nutzen.
- Strategische Kooperationen mit anderen Vereinen oder Verbänden aufbauen.

5. Mitgliederbindung stärken

- Angebote und Veranstaltungen regelmässig analysieren und anpassen.
- Zielgruppenorientierte Marketingstrategien entwickeln.
- Mitglieder bei Vereinsentscheidungen und Planungen einbinden.

Bis 50 Mitglieder:

- Einfache digitale Tools für die Analyse von Mitgliederbedürfnissen nutzen.
- Direkte Einbindung der Mitglieder durch Umfragen oder Feedbackformulare.

Ab 50 Mitglieder:

- Digitalisierte Mitgliederbeteiligung durch Online-Abstimmungen oder Plattformen einführen.
- Regelmässige Datenanalysen zur Mitgliederzufriedenheit durchführen.

6. Finanzielle Stabilität sichern

- Mitgliedsbeiträge und Zahlungsmodalitäten klar kommunizieren.

Bis 50 Mitglieder:

- Einfache digitale Buchhaltungslösungen nutzen.
- Klare Kommunikation der Mitgliedsbeiträge und Zahlungsmöglichkeiten sicherstellen.

Ab 50 Mitglieder:

- Digitale Finanzmanagement-Tools implementieren.
- Automatisierte Abwicklung von Mitgliedsbeiträgen und Sponsoringstrategien einführen.

7. Flexibilität und Innovation fördern

- Strategien und Verwaltungsprozesse regelmässig evaluieren und anpassen.
- Innovative Ansätze und neue Tools ausprobieren, um Effizienz zu steigern.
- Feedback von Mitgliedern und Ehrenamtlichen einholen und berücksichtigen.

Bis 50 Mitglieder:

- Jährliche Überprüfung der digitalen Strategie durchführen.
- Mitgliederfeedback zur Verbesserung der Verwaltungsprozesse einholen.

Ab 50 Mitglieder:

- Vierteljährliche Überprüfung und Anpassung der digitalen Strategie.
- Automatisierte Feedbacksysteme zur kontinuierlichen Verbesserung der Vereinsverwaltung nutzen.



Handlungsfeld 3:

Interne und externe Kommunikation

Einleitung

Eine effektive interne und externe Kommunikation ist auch im Sport unverzichtbar, um die verschiedenen Anspruchsgruppen – von Vereinsmitgliedern, ehrenamtlichen Mitgliedern über Sponsor:innen bis zur Öffentlichkeit – zu erreichen und zu binden. Durch den Einsatz digitaler Technologien können Kommunikationsprozesse effizienter gestaltet und neue Kanäle genutzt werden.

Die zentralen Begriffe werden nachfolgend kurz erläutert:

Interne Kommunikation

Unter interner Kommunikation versteht man die Kommunikation zwischen allen Mitgliedern einer bestimmten Gruppe oder Organisation. Ziel ist es, dass Informationen zwischen den Mitgliedern effizient und transparent ausgetauscht werden, sodass alle die nötigen Informationen bekommen und Missverständnisse minimiert werden. Die interne Kommunikation bildet somit das Fundament einer effizienten Zusammenarbeit.

Beispiel interne Kommunikation im Sport: Ein Sportverein nutzt eine zentrale Plattform und informiert darüber Trainer:innen, Mitglieder, etc. über Spielpläne und Resultate.

Externe Kommunikation

Unter externer Kommunikation versteht man alle Kommunikationsmaßnahmen, die dazu dienen, eine Gruppe oder Organisation mit externen Anspruchsgruppen (wie Partner:innen oder Sponsor:innen) zu verbinden. Dazu gehören beispielsweise Öffentlichkeitsarbeit, Marketing und Social Media. Ziel ist es auch, dass die Werte und Aktivitäten eines Vereins sichtbar gemacht werden.

Beispiel externe Kommunikation im Sport: ein Verein, der seine Social-Media-Kanäle und seinen Online-Auftritt (z. B. Vereinswebsite) nutzt, um so potenzielle Mitglieder anzusprechen und die Sichtbarkeit des Vereins zu erhöhen.

Zusammenfassend deckt die interne Kommunikation den Informationsfluss innerhalb des Vereins ab und die externe Kommunikation verbindet den Verein mit der Öffentlichkeit. Die zunehmende Digitalisierung bietet für Vereine neue Herausforderungen, aber auch Chancen. Klassische Kommunikationsformen wie persönliche Gespräche, gedruckte Vereinsmagazine oder Telefonanrufe verlieren an Bedeutung, während digitale Kanäle immer wichtiger werden. Diverse Tools oder spezialisierte Softwares ermöglichen die strukturierte und zielgerichtete Kommunikation. Allerdings werden auch hier eine klare Strategie und die Bereitschaft, neue

Technologien zu nutzen, gefordert. Vereine können ihre Kommunikation erheblich verbessern, wenn sie die richtigen Tools und Kanäle einsetzen. Gleichzeitig besteht die Gefahr, dass Mitglieder durch zu viele Kommunikationskanäle überfordert werden oder Datenschutzprobleme entstehen.

Erkenntnisse aus Literatur und Umfrage

Die fortschreitende Digitalisierung verändert die Sportkommunikation nachhaltig, insbesondere durch den wachsenden Einfluss sozialer Medien, die Entwicklung von Streaming-Kanälen für Sportübertragungen und die zunehmende Verbreitung mobiler Formate (Kunert, 2024). Die Digitalisierung vernetzt Vereine, Sportler:innen, Fans, Medien und Unternehmen zunehmend, verändert Kommunikationswege und beeinflusst dabei auch den Sport selbst (Kunert, 2024). Immer mehr Clubs erkennen, dass sie sich neben dem sportlichen Erfolg auch durch klare Werte und Haltung positionieren müssen, um im Wettbewerb um Fans und Zuschauer:innen bestehen zu können (Schulz, 2024).

Die breit angelegte Umfrage ergab, dass sich 45 % (n = 535) der Befragten aktiv in die interne Kommunikation eines Vereins einbringen, während 39 % (n = 468) in der externen Kommunikation tätig sind.

Wir haben die Vereine zudem gefragt, wie zufrieden sie mit dem Fortschritt der digitalen Transformation in der internen und externen Kommunikation ihres Vereins sind. Diese Frage wurde von 953 Personen beantwortet und mit einem Durchschnittswert von 4,4 auf einer Skala von 1 (= überhaupt nicht zufrieden) bis 6 (= sehr zufrieden) bewertet. Darüber hinaus wurden die Vereine befragt, wie zufrieden sie allgemein mit dem Stand der digitalen Transformation im Bereich der internen und externen Kommunikation ihres Vereins sind. Diese Frage wurde von 947 Personen beantwortet und mit einem Mittelwert von 4,3 bewertet. Vergleicht man die Skalenwerte 5 und 6 (sehr fortgeschritten bzw. sehr zufrieden), zeigt sich, dass 50 % der Befragten den Fortschritt der Digitalisierung in der internen und externen Kommunikation als positiv bewerten. Zudem sind 47 % der Befragten zufrieden mit dem aktuellen Stand der digitalen Transformation in diesem Bereich zufrieden.

Bei der Frage nach den genutzten Tools zeigt sich, dass die am häufigsten genutzten Kommunikationskanäle in Sportvereinen WhatsApp, E-Mail und Social Media sind. Während WhatsApp vor allem für schnelle Absprachen innerhalb von Gruppen genutzt wird, werden E-Mails für formellere und umfassendere Informationen versendet. Social Media, insbesondere Plattformen wie Facebook und Instagram, spielt eine zentrale Rolle in der externen Kommunikation bei Sportvereinen. Zudem werden auch Vereinssoftwares wie beispielsweise ClubDesk und Fairgate genutzt, um mit den verschiedenen Anspruchsgruppen zu kommunizieren.

Aus der Untersuchung geht ein zentrales Problem hervor: die Fragmentierung der Kommunikationskanäle, d. h., dass viele Vereine eine Vielzahl von Tools nutzen, ohne dass diese miteinander verbunden oder integriert sind. Dies kann zu einer Überforderung von Mitgliedern sowie zu ineffizienter Kommunikation führen, weil nicht immer alle wichtigen Stakeholder erreicht werden. Es hat sich zudem gezeigt, dass gerade das Einhalten des Datenschutzes ein weiteres Hindernis bei der Nutzung gewisser Kommunikationstools darstellt.

Die Analyse ergab auch, dass die Nutzung digitaler Kommunikationsmittel stark von der technischen Affinität der Mitglieder abhängt. Jüngere Mitglieder bevorzugen oft digitale Lösungen, während ältere Mitglieder eher auf klassische Methoden zurückgreifen. Dieser Unterschied stellt eine zusätzliche Herausforderung dar, da die Kommunikation für alle Altersgruppen zugänglich und verständlich sein muss.

Erkenntnisse aus den Workshops

Im Rahmen der durchgeführten Workshops wurden sowohl bestehende Kommunikationsstrukturen als auch Herausforderungen und Optimierungspotenziale in diesem Bereich analysiert.

Eine zentrale Erkenntnis ist, dass die Nutzung und Verbreitung von digitalen Tools sehr stark von der Vereinsstruktur und den verfügbaren Ressourcen abhängt. Während einige Vereine erfolgreich vereinsspezifische Tools nutzen, stehen andere Vereine vor der Herausforderung, grundlegende Kommunikationskanäle zu definieren und zu integrieren.

Aus den Workshops ging ebenfalls hervor, dass die interne Kommunikation hauptsächlich über Tools wie WhatsApp, E-Mail und Plattformen wie Microsoft Teams abgewickelt wird. Gerade bei umfassenden Informationen werden nach wie vor E-Mails bevorzugt. Bei der externen Kommunikation setzen die meisten Vereine auf ihre Vereinswebseite, den Newsletter und ihre Social-Media-Aktivitäten. Nur wenige

Workshopteilnehmer:innen geben an, innovative Ansätze wie digitale Mitgliederausweise oder Livestreaming für Events zu nutzen. Diese berichteten jedoch, dass solche innovativen Ansätze das Vereinsimage positiv beeinflussen, was wiederum einen positiven Effekt auf die Mitgliederbindung und -bindung hat.

Ein wiederkehrendes Thema in den Workshops ist der Mangel an finanziellen und personellen Kapazitäten. Viele Vereine verfügen nicht über die Ressourcen, um neue Kommunikationstools zu evaluieren und effektiv einzusetzen. Zudem fehlt es häufig an klaren Richtlinien und einem zentralen Kommunikationskonzept, insbesondere bei kleineren Vereinen. Dies führt zu einer uneinheitlichen Informationsweitergabe und erschwert die Koordination der internen sowie externen Kommunikation. Datenschutzprobleme werden ebenfalls als ein bedeutendes Hindernis genannt, vorwiegend bei der Nutzung von Cloud-Diensten und Social-Media-Plattformen.

Folgende Erfolgsfaktoren aus der Praxis haben sich herauskristallisiert: Sportvereine, die klare Kommunikationsstrategien und -strukturen etabliert haben, profitieren von einem reibungslosen Informationsfluss. Als Beispiele werden WhatsApp-Gruppen mit festgelegten Regeln oder die Integration zentraler Plattformen wie beUnity genannt. Einige Vereine berichten, dass Schulungen für Mitglieder und Verantwortliche entscheidend sind, um die Akzeptanz neuer Tools zu erhöhen. Darüber hinaus hat sich gezeigt, dass die Einbindung junger, digital versierter Mitglieder ein Schlüsselfaktor für die erfolgreiche Umsetzung digitaler Kommunikationsstrategien ist.

Das sollten Sie tun

1. Erstellen Sie eine Übersicht über bestehende Kommunikationskanäle.

- Identifizieren Sie Verdoppelungen oder Lücken in den aktuell genutzten Plattformen.
- Prüfen Sie, ob für unterschiedliche Arten von Informationen verschiedene Kanäle genutzt werden und ob dies sinnvoll ist.

2. Implementieren Sie eine zentrale Kommunikationsplattform.

- Nutzen Sie eine einheitliche Lösung für die interne Abstimmung und vermeiden Sie eine Vielzahl an Kanälen.
- Strukturieren Sie Kommunikationsprozesse, um Klarheit und Effizienz zu gewährleisten.

3. Definieren Sie klare Regeln und Rollen für die Nutzung von Kommunikationskanälen.

- Bestimmen Sie, wer Inhalte auf Social Media oder in WhatsApp-Gruppen posten darf.
- Halten Sie Strukturen so einfach wie möglich, um Überregulierung zu vermeiden.

4. Optimieren Sie die externe Kommunikation durch konsistente Präsenz.

- Stellen Sie sicher, dass der Verein auf allen Plattformen ein einheitliches Erscheinungsbild hat.
- Vermitteln Sie eine klare Botschaft, die über alle Kanäle hinweg erkennbar ist.

5. Nutzen Sie Social Media strategisch.

- Entwickeln Sie eine Social-Media-Strategie mit Redaktionsplänen.
- Setzen Sie Social Media nicht nur zur Informationsverbreitung, sondern auch zur Interaktion mit der Community ein.

Eine klare Kommunikationsstrategie steigert die Effizienz und verbessert die Vereinswahrnehmung.



Checkliste Handlungsfeld 3: Interne und externe Kommunikation

Mit der folgenden Checkliste können Sie systematisch an der Optimierung Ihrer internen und externen Kommunikation arbeiten.

1. Verantwortlichkeiten klären

- Klare Zuständigkeiten für interne und externe Kommunikation definieren.

Bis 50 Mitglieder:

- Eine verantwortliche Person für die gesamte Vereinskommunikation benennen.
- Diese Person koordiniert alle internen und externen Kommunikationsmassnahmen.

Ab 50 Mitglieder:

- Ein Kommunikationsteam mit klaren Rollen für verschiedene Bereiche (z. B. Social Media, interne Kommunikation) bilden.
- Zuständigkeiten für verschiedene Kommunikationskanäle und Zielgruppen definieren.

2. Analyse der Kommunikationskanäle

- Bestehende Kommunikationskanäle prüfen und optimieren.

Bis 50 Mitglieder:

- Eine einfache Liste der genutzten Kanäle (z. B. WhatsApp, E-Mail, Social Media) erstellen.
- Überflüssige oder ineffiziente Kanäle identifizieren und ggf. reduzieren.

Ab 50 Mitglieder:

- Eine detaillierte Analyse der internen und externen Kommunikationskanäle durchführen.
- Effiziente Lösungen für eine einheitliche und zentrale Kommunikation implementieren.

3. Zentrale Kommunikationskanäle nutzen

- Plattformen für interne und externe Kommunikation etablieren.

Bis 50 Mitglieder:

- Eine einfache, benutzerfreundliche Plattform für interne Kommunikation auswählen.
- Externe Kommunikationskanäle auf die Zielgruppe ausrichten.
- Die genutzten Tools möglichst übersichtlich halten.

Ab 50 Mitglieder:

- Eine umfassendere Kommunikationsplattform nutzen, die auch Mitgliederverwaltung und Eventorganisation unterstützt.
- Eine externe Kommunikationsstrategie mit Redaktionsplan erstellen.

4. Regeln und Rollen definieren

- Klare Strukturen und Vorgaben in der Kommunikation festlegen.

Bis 50 Mitglieder:

- Grundregeln für die Nutzung der Kommunikationskanäle definieren (z. B. wer Inhalte in Gruppen posten darf).
- Einfache, verständliche Strukturen beibehalten, um Überregulierung zu vermeiden.

Ab 50 Mitglieder:

- Detaillierte Rollen und Zugriffsrechte für unterschiedliche Nutzergruppen (Mitglieder, Vorstand, Trainer:innen) festlegen.
- Richtlinien für Social Media und E-Mail-Kommunikation implementieren.

5. Website und Social Media optimieren

- Digitale Präsenz ausbauen und aktuell halten.

Bis 50 Mitglieder:

- Basisinformationen auf der Vereinswebsite regelmässig aktualisieren.
- Social Media zur Verbreitung von Neuigkeiten und Veranstaltungen nutzen.

Ab 50 Mitglieder:

- Website für Suchmaschinen optimieren (SEO) und Inhalte mit Blogbeiträgen oder Eventberichten erweitern.
- Eine Social-Media-Strategie mit Redaktionsplan und zielgruppenspezifischen Posts entwickeln.

6. Datenschutz gewährleisten

- Datenschutzkonforme Kommunikation sicherstellen.

Für alle Vereinsgrößen:

- Ausschliesslich datenschutzkonforme Tools verwenden.
- Verantwortliche für den Datenschutz schulen.
- Grundlegende Datenschutzrichtlinien schriftlich festhalten und regelmässig aktualisieren.

7. Erfolgskontrolle der Kommunikation

- Die Effizienz der Kommunikationsstrategie messen und optimieren.

Bis 50 Mitglieder:

- Feedback von Mitgliedern einholen, um die Wirksamkeit der Kommunikation zu prüfen.
- Regelmässig überprüfen, ob die genutzten Tools weiterhin geeignet sind.

Ab 50 Mitglieder:

- Monitoring einführen, um die Reichweite und Wirkung der Kommunikationsmaßnahmen zu messen (z. B. Social-Media-Statistiken, Websitebesuche).
- Basierend auf den gewonnenen Daten die Kommunikationsstrategie kontinuierlich optimieren.

8. Schulungen anbieten

- Vereinsmitglieder und Verantwortliche im Bereich Kommunikation weiterbilden.

Bis 50 Mitglieder:

- Mitglieder durch Workshops, informelle Tutorials oder interne Schulungen informieren.

Ab 50 Mitglieder:

- Regelmässige Schulungen zu digitalen Tools, Datenschutz und effizienter Kommunikation organisieren.
- Themen auf die Bedürfnisse der Verantwortlichen abstimmen.



Handlungsfeld 4: Fundraising und Sponsoring

Einleitung

In der sich stetig wandelnden Landschaft des organisierten Sports spielen Fundraising und Sponsoring eine zunehmend wichtige Rolle für die finanzielle Stabilität und das Wachstum von Sportvereinen.

Zunächst ist es essenziell, die zentralen Begriffe zu definieren und voneinander abzugrenzen:

Fundraising

bezeichnet die systematische Beschaffung von finanziellen Mitteln und anderen Ressourcen für gemeinnützige Zwecke, ohne dass eine direkte marktadäquate materielle Gegenleistung erbracht wird. Im Sportkontext umfasst dies Aktivitäten wie Spendensammlungen, Benefizveranstaltungen oder Crowdfunding-Kampagnen.

Sponsoring

ist eine vertraglich geregelte Zusammenarbeit zwischen einem Förderer (Sponsor:in) und einer geförderten Organisation (Gesponserter), bei der der Sponsor Geld, Sachmittel oder Dienstleistungen zur Verfügung stellt und im Gegenzug eine vereinbarte Gegenleistung, meist in Form von Werbung oder Imagetransfer, erhält.

Sportvereine stehen heute vor vielfältigen finanziellen Anforderungen: steigende Kosten für Infrastruktur und Ausrüstung, wachsende Anforderungen an die Qualifikation von Trainer:innen und Betreuer:innen sowie zunehmender Wettbewerb um Mitglieder und Talente. In diesem Kontext gewinnen professionelle Fundraising- und Sponsoring-Strategien an Bedeutung, um die finanzielle Basis der Vereine zu stärken und ihre sportlichen und gesellschaftlichen Ziele zu verwirklichen. Diese Finanzierungsquellen bieten sowohl Chancen als auch Herausforderungen.

Viele Schweizer Sportvereine haben Schwierigkeiten, ihre anfallenden Kosten allein durch Mitgliederbeiträge und öffentliche Zuschüsse zu decken. Gleichzeitig ist der Wettbewerb um Sponsorengelder besonders für kleinere Vereine hart. Effektives und seriöses Fundraising und Sponsoring erfordern oft professionelle Fähigkeiten, die in ehrenamtlich geführten Vereinen nicht immer vorhanden sind. Zudem sind diese Aktivitäten zeitintensiv und stehen in Konkurrenz zu anderen wichtigen Aufgaben im Vereinsbetrieb. Eine weitere Schwierigkeit besteht in der potenziellen Abhängigkeit von einzelnen Sponsor:innen, was finanzielle Risiken birgt. Darauf hinaus müssen steuerliche und rechtliche Fragen sorgfältig berücksichtigt werden, um Probleme zu vermeiden.

Trotz dieser Hürden bieten Fundraising und Sponsoring zahlreiche Chancen. Die finanzielle Stabilität eines Vereins kann gestärkt werden, und durch Sponsoring-Partnerschaften können wertvolle Netzwerke und Kontakte erschlossen werden. Fundraising-Aktivitäten tragen zudem zur Professionalisierung des Vereinsmanagements bei, insbesondere, wenn moderne Methoden wie Crowdfunding zum Einsatz kommen. Diese innovativen Ansätze eröffnen neue Möglichkeiten zur Mittelbeschaffung. Darüber hinaus können gemeinsame Fundraising-Aktionen den Zusammenhalt innerhalb des Vereins stärken und das Gemeinschaftsgefühl fördern.

Um Fundraising und Sponsoring erfolgreich zu gestalten, sollten Vereine strategisch vorgehen. Eine klare Kommunikation der Vereinsziele und -werte bildet die Grundlage, um potenzielle Unterstützer:innen zu gewinnen. Individuell angepasste Sponsoring-Pakete können dabei helfen, auf die Bedürfnisse und Interessen von Sponsor:innen einzugehen. Digitale Plattformen bieten zusätzliche Möglichkeiten, speziell durch Crowdfunding und Online-Spendenkampagnen. Die Pflege langfristiger Partnerschaften mit lokalen Unternehmen kann ebenfalls eine wichtige Rolle spielen, da diese Stabilität und Kontinuität gewährleisten. Regelmäßige Schulungen für Vereinsmitglieder in Fundraising-Techniken tragen dazu bei, die Kompetenz und Effektivität im Umgang mit diesen Herausforderungen zu erhöhen.

Fundraising und Sponsoring bieten Schweizer Sportvereinen wertvolle Chancen, ihre finanzielle Basis zu sichern und weiterzuentwickeln. Trotz der damit verbundenen Herausforderungen können Vereine durch strategisches und kreatives Vorgehen ihre Potenziale in diesem Bereich erfolgreich nutzen und ihre bedeutende gesellschaftliche Rolle weiter stärken.

Erkenntnisse aus Literatur und Umfrage

Die Analyse der digitalen Transformation in Schweizer Sportvereinen zeigt interessante Entwicklungen im Bereich Fundraising und Sponsoring. Basierend auf den Daten lässt sich ein differenziertes Bild zeichnen. Im Vergleich zu allen anderen Handlungsfeldern scheint die digitale Transformation im Fundraising und Sponsoring laut den Befragten am wenigsten fortgeschritten zu sein. Dies deutet darauf hin, dass Vereine möglicherweise zuerst interne Prozesse digitalisieren, bevor sie sich auf die Optimierung der Mittelbeschaffung konzentrieren.

Die Daten zeigen, dass etwa 18 % der Befragten den Fortschritt im Fundraising und Sponsoring als moderat einschätzen. Nur etwa 4 % bewerten diesen Bereich als sehr fortgeschritten, während 10 % ihn als fortgeschritten einstufen.

Dies deutet auf ein erhebliches Potenzial für weitere Digitalisierungsmassnahmen in diesem Bereich hin.

Interessanterweise gibt es Unterschiede in der Wahrnehmung zwischen verschiedenen Altersgruppen und Vereinsgrößen. Ältere Vereinsmitglieder, insbesondere in der Altersgruppe 50–59 Jahre, scheinen den Fortschritt im digitalen Fundraising und Sponsoring positiver zu bewerten als jüngere Mitglieder. Dies könnte darauf hindeuten, dass ältere Mitglieder möglicherweise mehr Erfahrung mit traditionellen Methoden der Mittelbeschaffung haben und daher die Vorteile der Digitalisierung in diesem Bereich stärker wahrnehmen.

Grössere Vereine mit über 1 000 Mitgliedern scheinen in der digitalen Transformation des Fundraisings und Sponsorings weiter fortgeschritten zu sein als kleinere Vereine. Dies könnte auf grössere finanzielle und personelle Ressourcen zurückzuführen sein, die für die Implementierung digitaler Fundraising-Strategien zur Verfügung stehen.

Im Vergleich zu anderen Bereichen der digitalen Transformation zeigt sich, dass Fundraising und Sponsoring noch Aufholbedarf haben. Dies könnte eine Chance für Vereine darstellen, ihre Mittelbeschaffung durch den gezielten Einsatz digitaler Tools und Strategien zu verbessern.

Insgesamt zeigen die Ergebnisse, dass Schweizer Sportvereine im Bereich Fundraising und Sponsoring noch erhebliches Potenzial für die digitale Transformation haben. Vereine sollten die Bedeutung digitaler Methoden der Mittelbeschaffung erkennen und entsprechende Ressourcen bereitstellen. Dabei könnten insbesondere kleinere Vereine von Unterstützung und Schulungen profitieren, um ihre digitalen Fundraising-Fähigkeiten zu verbessern und mit grösseren Vereinen Schritt zu halten.

Erkenntnisse aus den Workshops

Die Workshops boten wertvolle Einblicke in den Status quo von Fundraising und Sponsoring in Schweizer Sportvereinen und zeigten sowohl bestehende Herausforderungen als auch mögliche Verbesserungsansätze auf. Es zeigt sich, dass Fundraising und Sponsoring in vielen Vereinen vor allem durch persönliche Kontakte und Netzwerke geprägt sind. Traditionelle Ansätze wie Sponsorenläufe und persönliche Schreiben werden nach wie vor genutzt, während digitale Tools wie Crowdfunding-Plattformen, darunter «I Believe In You» oder «Fundoo», seltener zum Einsatz kommen. Einige Vereine experimentieren mit neuen Ansätzen wie der Integration von Sponsoring-Werbung in Livestreams oder der Nutzung digitaler Tools zur Verwaltung von Sponsorendaten.

Herausfordernd ist hauptsächlich der zeitliche und personelle Aufwand, der mit Fundraising-Aktivitäten verbunden ist. Vielen Vereinen fehlen auch die notwendigen Kompetenzen, um Sponsoring professionell anzugehen. Außerdem wird der Mangel an klaren Konzepten, Checklisten und Schulungen im Bereich Fundraising und Sponsoring betont. Die Abhängigkeit von wenigen grossen Sponsor:innen wird als Risiko wahrgenommen, ebenso wie die Schwierigkeit, nicht zahlende Unterstützer:innen effektiv nachzuverfolgen. Auch die Übersicht über bestehende Sponsor:innen und deren gezielte Ansprache sind problematische Punkte, die die Effizienz der Vereinsarbeit beeinträchtigen.

Es wurden jedoch auch innovative Ansätze und Best Practices hervorgehoben. Einige Vereine haben modulare Sponsorenkonzepte entwickelt, die rechtlich abgesichert und flexibel einsetzbar sind. Andere nutzen digitale Tools wie ClubDesk zur gezielten Ansprache von Sponsorengruppen oder zur zentralen Verwaltung von Kontakten und Verträgen. Gemeinsame Veranstaltungen wie beispielsweise Events in Kooperation mit anderen Vereinen ermöglichen die Gewinnung neuer Unterstützer:innen und die Schaffung von Synergien.

Ein weiterer wesentlicher Punkt ist die Einbindung der Mitglieder in Fundraising-Aktivitäten. Junge Mitglieder werden zunehmend in die Erstellung von Social-Media-Inhalten eingebunden, um moderne Sponsoringstrategien zu fördern. Dennoch besteht ein Bedarf an verbesserten Informationen über potenzielle Sponsor:innen wie beispielsweise Berufs- und Brancheninformationen in Mitgliederdatenbanken. Zudem wird der Einsatz von CRM-Systemen empfohlen, um Sponsoring-Historien zu dokumentieren und Anfragen effizienter zu verwalten.

Die Workshops verdeutlichen, dass Schulungen und Unterstützung durch externe Expert:innen die Kompetenzen der Vereine im Fundraising und Sponsoring stärken könnten. Die Bereitstellung von Plattformen zur Vermarktung von Vereinsangeboten oder zur Zusammenarbeit mit Stiftungen und Gönner:innen wird ebenfalls als vielversprechend erachtet.

Zusammenfassend zeigt sich, dass Fundraising und Sponsoring eine zentrale Rolle für die finanzielle Stabilität und Weiterentwicklung von Sportvereinen spielen. Durch strategisches Vorgehen, innovative Ansätze und gezielte Unterstützung können Vereine ihre Potenziale in diesem Bereich besser ausschöpfen.

Das sollten Sie tun

1. Definieren Sie klare Ziele und Strategien.

- Eine präzise Kommunikation der Vereinsziele und -werte ist entscheidend, um potenzielle Sponsor:innen und Unterstützer:innen zu gewinnen.
- Entwickeln Sie ein fundiertes Sponsoring-Konzept, das die Vorteile für den Verein und die Sponsor:innen klar darlegt.

2. Nutzen Sie digitale Tools effektiv.

- Plattformen wie «I Believe In You» oder «Fundoo» bieten innovative Möglichkeiten für Crowdfunding und digitale Sponsorenkampagnen.
- Wählen Sie die passenden Tools für Ihre Vereinsbedürfnisse und nutzen Sie deren Funktionen optimal.

3. Professionalisieren Sie die Mitglieder- und Sponsorenverwaltung.

- Implementieren Sie ein CRM-System, um Sponsorenbeziehungen effizient zu verwalten.
- Dokumentieren Sie Sponsoring-Historien, Anfragen und Kontaktpräferenzen, um die Kommunikation zu optimieren und neue Sponsor:innen gezielt anzusprechen.

4. Bauen Sie Netzwerke auf und pflegen Sie Beziehungen.

- Setzen Sie auf persönliche Kontakte und lokales Engagement, um Unterstützer:innen zu gewinnen.
- Die Pflege langfristiger Partnerschaften mit Sponsor:innen und lokalen Unternehmen ist ein Schlüssel zur finanziellen Stabilität.

5. Fördern Sie die Weiterbildung im Verein.

- Organisieren Sie regelmässige Schulungen zu Fundraising-Techniken, Sponsorenakquise und zur Nutzung digitaler Plattformen.
- Weiterbildungen verbessern die Kompetenzen der Verantwortlichen und tragen zur Professionalisierung bei.

6. Entwickeln Sie kreative und modulare Sponsoring-Pakete.

- Gestalten Sie Angebote, die auf die Bedürfnisse und Interessen der Sponsor:innen abgestimmt sind.
- Modulare Pakete mit klaren Rechten und Pflichten ermöglichen Flexibilität und Transparenz.

7. Binden Sie Mitglieder ein.

- Integrieren Sie jüngere Mitglieder in die Erstellung von Fundraising-Kampagnen oder in die Organisation von Sponsoring-Events.
- Dies fördert nicht nur die Mitgliederbindung, sondern bringt auch frische Ideen in die Fundraising-Strategie ein.

8. Schaffen Sie Anreize für Sponsor:innen.

- Bieten Sie Mehrwert durch sichtbare Gegenleistungen wie Werbung auf Vereinsveranstaltungen, Livestreams oder Vereinswebseiten.
- Überlegen Sie, wie zusätzliche Benefits wie Lehrstellenangebote im Verein vermarktet werden könnten.

9. Arbeiten Sie eng mit Verbänden und Expert:innen zusammen.

- Nutzen Sie die Unterstützung durch kantonale und nationale Sportverbände.
- Diese bieten oft Plattformen, Beratungen oder Förderprogramme, die Ihrem Verein helfen können.

10. Evaluieren und optimieren Sie Ihre Aktivitäten.

- Überprüfen Sie regelmässig die Effizienz Ihrer Fundraising- und Sponsoringmassnahmen.
- Analysieren Sie Daten und passen Sie Ihre Strategien an, um nachhaltig erfolgreich zu sein.

Durch eine Kombination aus strategischem Handeln, moderner Technologie und kreativen Ansätzen können Sie die finanzielle Basis Ihres Vereins stärken. Dies ermöglicht Ihnen, nicht nur Ihre sportlichen Ziele zu erreichen, sondern auch Ihre gesellschaftliche Rolle weiter auszubauen.

Checkliste Handlungsfeld 4: Fundraising und Sponsoring

Mit der folgenden Checkliste können Funktionär:innen systematisch an der Optimierung ihrer Fundraising- und Sponsoring-Aktivitäten arbeiten. Sie fördern die finanzielle Stabilität des Vereins und tragen dazu bei, sportliche und gesellschaftliche Ziele langfristig zu sichern.

1. Ziele und Strategien entwickeln

Eine klare Fundraising- und Sponsoring-Strategie definieren, die auf die Bedürfnisse des Vereins zugeschnitten ist.

Bis 50 Mitglieder:

- Einfache und kosteneffiziente Massnahmen priorisieren (z. B. persönliche Spendenanfragen, lokale Sponsoring-Partnerschaften).
- Direkte Kommunikation mit Mitgliedern und deren Netzwerken nutzen, um Sponsor:innen zu gewinnen.
- Ein einfaches, klares Sponsoring-Konzept für lokale Unternehmen entwickeln.

Ab 50 Mitglieder:

- Vereinsidentität und Werte definieren, um attraktive Sponsoring-Pakete anzubieten.
- Detaillierte Sponsoring- und Fundraising-Konzepte mit klaren Zielgruppen erstellen.
- Modulare Sponsoring-Pakete für verschiedene Sponsor:innen (z. B. Events, Vereinsausstattung) entwickeln.

2. Digitale Tools und Plattformen nutzen

- Effiziente Software und digitale Plattformen zur Verwaltung von Sponsoring- und Fundraising-Aktivitäten einsetzen.

Bis 50 Mitglieder:

- Niederschwellige Crowdfunding-Plattformen wie «I Believe In You» testen.
- Einfache Tools wie Excel oder kostenfreie CRM-Lösungen zur Verwaltung von Kontakten nutzen.

Ab 50 Mitglieder:

- Professionelle CRM-Systeme zur Verwaltung von Sponsor:innen und deren Historie einsetzen.
- Digitale Plattformen wie «Fundoo» oder «ClubDesk» für grössere Kampagnen implementieren.
- Digitale Kompetenzen im Team durch Schulungen fördern.

3. Netzwerke und Partnerschaften aufbauen

- Langfristige Beziehungen mit Sponsor:innen und Partner:innen aufbauen, um nachhaltige Unterstützung zu sichern.

Bis 50 Mitglieder:

- Persönliche Kontakte und Netzwerke der Mitglieder für Sponsorenakquise nutzen.
- Kooperationen mit benachbarten Vereinen oder Organisationen für gemeinsame Fundraising-Aktivitäten eingehen.

Ab 50 Mitglieder:

- Regelmässige Sponsoren-Events oder Netzwerktreffen organisieren.
- Partnerschaften mit grösseren Unternehmen und Institutionen langfristig aufbauen.
- Zusammenarbeit mit externen Expert:innen oder Agenturen für grössere Kampagnen erwägen.

4. Kompetenzen und Weiterbildungen fördern

- Die Expertise im Bereich Fundraising und Sponsoring innerhalb des Vereins ausbauen.

Bis 50 Mitglieder:

- Kleine Schulungen oder Webinare zur Einführung in Fundraising und Sponsoring nutzen.
- Mitglieder mit fundierten Kenntnissen um Unterstützung bei der Sponsorensuche bitten.

Ab 50 Mitglieder:

- Spezialisierte Rollen oder Teams für Fundraising und Sponsoring im Verein etablieren.
- Zugang zu umfassenden Weiterbildungen ermöglichen (z. B. Hochschulangebote, externe Workshops).

5. Aktivitäten bewerten und optimieren

- Kontinuierlich den Erfolg von Fundraising- und Sponsoring-Massnahmen messen und die Massnahmen verbessern.

Bis 50 Mitglieder:

- Regelmässig analysieren, welche Massnahmen am effektivsten sind.
- Feedback von Mitgliedern und Sponsor:innen sammeln, um zukünftige Aktivitäten zu optimieren.

Ab 50 Mitglieder:

- Digitale Analysetools nutzen, um den Erfolg von Fundraising-Kampagnen zu messen.
- Feedbackschleifen mit Sponsor:innen und Mitgliedern implementieren, um Konzepte kontinuierlich zu verbessern.
- Neue Strategien basierend auf den Stärken und Schwächen früherer Massnahmen entwickeln.

6. Zusätzliche Tipps für eine erfolgreiche Umsetzung

- Die richtigen Strategien und Werkzeuge im Hinblick auf Vereinsgrösse und Ressourcen wählen.
- Sicherstellen, dass die gewählten Massnahmen sowohl effektiv als auch realistisch im Umfang sind.

Kleinere Vereine:

- Fokus auf persönliche Ansprache und lokale Präsenz legen.

Grössere Vereine:

- Ressourcen für komplexe Strategien und digitale Transformation nutzen.



Handlungsfeld 5:

Finanzverwaltung

Einleitung

Die Finanzverwaltung spielt eine grundlegende Rolle in der erfolgreichen Organisation eines Sportvereins. Sie gewährleistet eine transparente und effektive Nutzung der finanziellen Ressourcen und sichert so die langfristige Stabilität und Handlungsfähigkeit des Vereins. In einem Sportverein umfasst die Finanzverwaltung alle Prozesse der Planung, Steuerung und Kontrolle von Finanzmitteln, die für den Betrieb des Vereins notwendig sind. Dazu zählen die klassischen Finanzströme und Aktivitäten wie:

- Verwaltung von Einnahmen und Ausgaben
- Budgetierung
- Buchhaltung
- Erstellung von Rechnungen, Belegen und Finanzberichten
- Liquiditätsplanung
- Monitoring und Controlling der finanziellen Ressourcen

Die ordnungsgemäße und transparente Führung der Finanzverwaltung ist nicht nur entscheidend für die innere Organisation des Vereins, sondern auch für das Vertrauen der Mitglieder und Sponsor:innen. Eine korrekte Finanzführung erfordert zudem die jährliche Prüfung der Finanzen durch eine externe Revision. Diese Prüfung gewährleistet die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben sowie die finanzielle Integrität des Vereins. Die Ergebnisse dieser Prüfung müssen an der Generalversammlung präsentiert und von den anwesenden Mitgliedern genehmigt werden.

In einem Sportverein kann die Finanzverwaltung je nach Grösse des Vereins und Komplexität der finanziellen Abläufe sehr unterschiedlich organisiert sein. Während kleinere Vereine mit weniger Mitgliedern oft auf einfache, kostengünstige Lösungen wie manuelle Buchführung oder die Nutzung von Basis-Tools wie Excel zurückgreifen, setzen grössere Vereine mit umfangreicheren Finanzstrukturen häufig auf spezialisierte Softwarelösungen. Diese ermöglichen eine präzisere Verwaltung und Analyse der Finanzen und bieten Funktionen, die speziell auf die Anforderungen grösserer Organisationen abgestimmt sind. Unabhängig von der Vereinsgrösse sorgt eine gut strukturierte Finanzverwaltung dafür, dass nicht nur die laufenden Ausgaben gedeckt werden können, sondern auch strategische Investitionen realisiert und finanzielle Fördermittel effizient genutzt werden.

Erkenntnisse aus Literatur und Umfrage

Die Studie «Sportvereine in der Schweiz» von Lamprecht et al. (2017) zeigt deutliche Unterschiede in den finanziellen Strukturen der Vereine. Während knapp ein Fünftel der Vereine mit einem Jahresbudget von unter CHF 5 000 auskommt, verfügen andere über mehr als CHF 100 000. Diese Span-

weite stellt unterschiedliche Anforderungen an die Finanzverwaltung: Kleine Vereine bewältigen ihre Finanzaufgaben oft mit minimalen Mitteln, während grössere Vereine professionelle und komplexere Lösungen benötigen.

Die Haupteinnahmequellen der Vereine wie Mitgliederbeiträge (33,1 %), Sponsoring (16,6 %) und Veranstaltungen (17,3 %) konzentrieren sich auf wenige zentrale Kategorien (Lamprecht et al., 2017). Dies erleichtert die Strukturierung der Finanzverwaltung, da ein Grossteil der Einnahmen und Ausgaben klar zugeordnet und in vergleichbare Prozesse integriert werden kann. Durch diese Fokussierung lassen sich standardisierte Abläufe etablieren, die eine effiziente Verwaltung und eine transparente Nachvollziehbarkeit der finanziellen Ströme gewährleisten. Vereine profitieren von der Möglichkeit, ihre Buchhaltungs- und Controllingprozesse zu vereinfachen, und können sich gleichzeitig auf die Optimierung und Weiterentwicklung dieser zentralen Bereiche konzentrieren, um langfristig ihre Effizienz und Effektivität zu steigern.

Diese finanziellen Strukturen bieten Vereinen eine verlässliche Grundlage für ihre Budgetplanung und ermöglichen eine Weiterentwicklung der Einnahmequellen. Neben diesen selbst erwirtschafteten Mitteln spielen jedoch auch öffentliche Förderungen eine wichtige Rolle bei der finanziellen Absicherung von Sportvereinen, so das nationale Förderprogramm «Jugend und Sport» (J+S). Diese staatlichen Subventionen ermöglichen es, sportliche Aktivitäten zu fördern. Der digitale Prozess zur Abwicklung wird im Handlungsfeld 8 «Organisation von Trainings» spezifisch thematisiert. Neben den J+S-Beiträgen gibt es auch kantonale Fördergefässe wie den Lotteriefonds, die Vereinen zusätzliche finanzielle Mittel bereitstellen können. Diese Fördermöglichkeiten tragen wesentlich dazu bei, spezifische Projekte und Investitionen zu subventionieren und voranzutreiben.

Die Umfrageergebnisse zur digitalen Transformation zeigen, dass 70 % der befragten Vereinsvertreter:innen mit den Fortschritten im Bereich Finanzverwaltung zufrieden sind. Gleichzeitig besteht insbesondere in kleineren Vereinen weiterhin Verbesserungspotenzial, da viele noch mit einfachen Lösungen wie Excel arbeiten. Dies unterstreicht die zentrale Bedeutung einer strukturierten und effizienten Finanzverwaltung, die nicht nur den administrativen Aufwand reduziert, sondern auch für Transparenz sorgt. Da Vereinsfunktionär:innen häufig von den Mitgliedern gewählt werden, ist eine gut organisierte Finanzführung zudem ein wichtiger Vertrauensfaktor.

Erkenntnisse aus den Workshops

Die Workshops zur digitalen Transformation der Finanzverwaltung in Sportvereinen zeigen, dass die Praxis in vielen Vereinen von einer grossen Vielfalt an Ansätzen und Werkzeugen geprägt ist. Einige Vereine nutzen spezialisierte Softwarelösungen, um ihre Finanzprozesse zu digitalisieren und die Buchführung effizienter zu gestalten. Insbesondere Programme wie Fairgate und Abacus werden von grösseren Vereinen geschätzt, da sie eine präzise Verwaltung und Verknüpfung von Finanzdaten ermöglichen und über Schnittstellen zu externen Buchhaltern verfügen. Kleinere Vereine hingegen greifen vereinzelt auf Excel-Tabellen zurück. Diese kostengünstige Lösung führt jedoch häufig zu Fehleranfälligkeit und ineffizienter Arbeitsweise.

Ein weiteres häufig genutztes Werkzeug ist TWINT, das eine einfache Zahlungsabwicklung für Veranstaltungen bietet. Durch individuelle QR-Codes können Zahlungen direkt auf das Vereinsbankkonto überwiesen werden, was insbesondere für kleinere Veranstaltungen praktisch ist. Teilnehmer:innen der Workshops betonen die Vorteile dieser Nachvollziehbarkeit, weisen aber auch auf Gebühren als potenziellen Nachteil hin.

Die Diskussionen verdeutlichten, wie wichtig eine klare und transparente Finanzverwaltung ist. Die Digitalisierung von Budgetierungsprozessen wird als hilfreiche Massnahme angesehen, um eine detaillierte Kostenübersicht zu gewährleisten und die Liquidität des Vereins besser zu überwachen. Eine regelmässige Liquiditätsübersicht ist entscheidend, da ein Grossteil der Einnahmen für Sportvereine von einzelnen Veranstaltungen oder Posten abhängig ist. Eine transparente und in den Vereinsstatuten verankerte Spesenregelung wird ebenfalls als zentral für eine reibungslose Verwaltung erachtet.

Ein immer wieder genannter Punkt ist die Abhängigkeit von einzelnen Personen, die für die Finanzverwaltung zuständig sind. Oftmals übernehmen Vereinsmitglieder mit einem beruflichen Hintergrund in der Finanzwelt diese Aufgaben. Diese Personen neigen dazu, die ihnen vertrauten Tools und Systeme zu bevorzugen, was die Nachhaltigkeit der Finanzverwaltung erschweren kann: Ein Wechsel der zuständigen Person birgt das Risiko von Wissensverlust und ineffizienten Übergängen.

Darüber hinaus wurde in den Workshops häufig die Verbindung zwischen Finanzverwaltungs- und Mitgliedsverwaltungstools angesprochen. Eine Schnittstelle zwischen beiden Systemen ermöglicht es, Synergien zu nutzen, da relevante Daten wie Kontaktinformationen von Mitgliedern oder Zahlungsübersichten zentral erfasst und einfacher verwaltet werden können. Solche integrierten Lösungen können nicht nur die Effizienz, sondern auch die Übersichtlichkeit in der Vereinsverwaltung erheblich steigern.



Das sollten Sie tun

1. Verschaffen Sie sich eine Übersicht über sämtliche Finanzströme.

- Erfassen und kategorisieren Sie alle relevanten Finanzströme wie Mitgliederbeiträge, Sponsoring, Veranstaltungen und Fördermittel.
- Erstellen Sie eine Liste der Stakeholder, darunter Kreditoren (Lieferant:innen) und Debitoren (Mitglieder, Sponsor:innen).
- Dokumentieren Sie alle Einnahmen und Ausgaben, um Schwachstellen und Optimierungspotenziale frühzeitig zu erkennen.

2. Visualisieren Sie Finanzprozesse und integrieren Sie sie in ein Finanzkonzept.

- Nutzen Sie Diagramme oder Ablaufpläne, um die Schritte von der Einnahmenerfassung bis zur Buchhaltung verständlich darzustellen.
- Streben Sie eine möglichst weitgehende Automatisierung an, um Fehlerquoten zu minimieren und Effizienz zu steigern.
- Implementieren Sie Tools für automatische Zahlungs-erinnerungen und Bankkontenabgleiche.

3. Wählen Sie eine geeignete Softwarelösung und führen Sie sie strukturiert ein.

- Entscheiden Sie sich für eine Software entsprechend der Vereinsgrösse: kostengünstige Lösungen für kleinere Vereine, spezialisierte Systeme für grössere.
- Prüfen Sie die Integration von Finanzverwaltung und Mitgliedsverwaltung, um Synergien zu schaffen.
- Informieren Sie Vereinsmitglieder über neue Prozesse und beziehen Sie sie in Entscheidungen ein.
- Wählen Sie eine benutzerfreundliche und intuitive Software, die bei einem Wechsel der Zuständigkeiten eine einfache Übergabe ermöglicht.

4. Speichern Sie dokumentierte Prozesse zentral und bieten Sie Schulungen an.

- Stellen Sie sicher, dass alle relevanten Personen Zugang zu den gespeicherten Finanzprozessen haben.
- Nutzen Sie Schulungsangebote und ergänzen Sie allgemeine Anleitungen durch vereinsinterne Best-Practice-Beispiele.
- Sorgen Sie für Kontinuität, indem neue Verantwortliche systematisch eingearbeitet werden. Idealerweise bietet die Lösung Schulungsmaterial oder Onboarding-Funktionen, um neue Verantwortliche schnell einzuarbeiten.

5. Erstellen Sie einen realistischen Budget- und Liquiditätsplan.

- Prognostizieren Sie Einnahmen realistisch und planen Sie Puffer für unvorhergesehene Ausgaben ein.
- Entwickeln Sie einen Liquiditätsplan, um die Zahlungsfähigkeit des Vereins sicherzustellen.
- Nutzen Sie strategische Investitionen, um die langfristige finanzielle Stabilität zu gewährleisten.

6. Erstellen Sie transparente und verständliche Finanzberichte.

- Bereiten Sie Finanzberichte so auf, dass sie für Mitglieder, Sponsor:innen und andere Stakeholder leicht verständlich sind.
- Stellen Sie eine klare Trennung zwischen operativer Transparenz und interner Detailtiefe sicher.
- Präsentieren Sie Finanzberichte im Rahmen der Generalversammlung und ermöglichen Sie Rückfragen.

7. Prüfen Sie jährlich staatliche und kantonale Fördermittel.

- Überprüfen Sie regelmässig bestehende Förderprogramme wie «Jugend und Sport» oder kantonale Fördergefässe (z. B. Lotteriefonds).
- Stellen Sie sicher, dass alle verfügbaren finanziellen Unterstützungs möglichkeiten genutzt werden.
- Entwickeln Sie eine strukturierte Strategie zur Beantragung und Verwaltung von Fördermitteln.

Eine transparente und gut strukturierte Finanzverwaltung schafft Vertrauen, minimiert Risiken und sichert die langfristige wirtschaftliche Stabilität des Vereins.

Checkliste Handlungsfeld 5: Finanzverwaltung

1. Finanzströme übersichtlich erfassen

- Einnahmen und Ausgaben systematisch dokumentieren.
- Eine Liste relevanter Stakeholder (Kreditoren, Debitoren) führen.

Bis 50 Mitglieder:

- Einnahmenquellen (Mitgliederbeiträge, Sponsoring, Veranstaltungen) mit einfachen Tools wie Excel erfassen.
- Kosten in klar definierte Kategorien unterteilen (z. B. Material, Mieten, Veranstaltungen).

Ab 50 Mitglieder:

- Professionelle Buchhaltungssoftware zur automatisierten Erfassung von Finanzströmen nutzen.
- Stakeholder-Verwaltung in eine zentrale Finanzlösung integrieren.

2. Finanzprozesse visualisieren

- Klare Darstellungen der Finanzabläufe erstellen.

Bis 50 Mitglieder:

- Finanzprozesse in einfachen Diagrammen oder Listen dokumentieren.
- Wichtige Zahlungstermine manuell oder mit Erinnerungsfunktionen nachverfolgen.

Ab 50 Mitglieder:

- Automatisierte Diagramme und Ablaufpläne zur Finanzverwaltung erstellen.
- Zahlungsabgleiche mit Bankkonten durch digitale Schnittstellen automatisieren.

3. Einführung einer passenden Softwarelösung

- Eine an die Vereinsgrösse angepasste Software wählen.

Bis 50 Mitglieder:

- Kostengünstige oder kostenlose Buchhaltungslösungen nutzen (z. B. Cloud-Lösungen).
- Finanz- und Mitgliederverwaltung mit einfachen Tools kombinieren.

Ab 50 Mitglieder:

- Spezialisierte Software mit Funktionen für Finanzcontrolling und Berichtswesen implementieren.
- Mitglieder in die Entscheidung zur Softwarelösung einbeziehen.

4. Prozesse dokumentieren und Schulungen organisieren

- Finanzabläufe standardisieren und das Wissen im Verein sichern.

Bis 50 Mitglieder:

- Dokumentierte Prozesse zentral speichern und Verantwortlichen zugänglich machen.
- Einfache Anleitungen für die Nutzung der Finanzsoftware bereitstellen.

Ab 50 Mitglieder:

- Regelmässige Schulungen für neue Verantwortliche und Updates zur Finanzverwaltung organisieren.
- Detaillierte Handbücher und Schulungsmaterialien bereitstellen.

5. Budgetierung und Liquiditätsplanung

- Finanzielle Stabilität durch vorausschauende Planung sichern.

Bis 50 Mitglieder:

- Ein einfaches Jahresbudget mit Puffer für unvorhergesehene Ausgaben erstellen.
- Liquiditätsplan manuell oder mit Tabellen-Software führen.

Ab 50 Mitglieder:

- Digital unterstützte Liquiditätsplanung mit Prognosemodellen einsetzen.
- Budgetplanung regelmässig überprüfen und anpassen.

6. Finanzberichte übersichtlich gestalten

- Transparente Berichterstattung für Mitglieder und Sponsor:innen gewährleisten.

Bis 50 Mitglieder:

- Einfache Berichte mit den wichtigsten Kennzahlen erstellen.
- Finanzübersichten ohne unnötige Komplexität präsentieren.

Ab 50 Mitglieder:

- Detaillierte Finanzberichte mit Visualisierungen und Diagrammen aufbereiten.
- Automatisierte Reportings für Vorstand und Sponsor:innen implementieren.

7. Jährliche Kontrolle von Fördermitteln

- Fördermöglichkeiten ausschöpfen und aktualisieren.

Bis 50 Mitglieder:

- Verfügbare Fördermittel einmal jährlich prüfen.
- Programme wie «Jugend und Sport» beantragen.

Ab 50 Mitglieder:

- Kantonale und nationale Fördermittel systematisch identifizieren und beantragen.
- Ein digitales Monitoring der Förderanträge führen.

8. Externe Revision und Kontrolle

- Finanzprüfungen zur Sicherstellung der Transparenz durchführen.

Bis 50 Mitglieder:

- Einfache interne Kontrolle der Jahresabrechnung durch Vereinsverantwortliche.
- Ergebnisse in der Generalversammlung vorstellen.

Ab 50 Mitglieder:

- Jahresabschluss durch externe Prüfer:innen oder Steuerberater:innen kontrollieren lassen.
- Revisionsergebnisse systematisch dokumentieren und in die Vereinsstrategie einbinden.

9. Transparente Spesenregelung etablieren

- Klare Richtlinien für die Erstattung von Ausgaben festlegen.

Bis 50 Mitglieder:

- Eine einfache Spesenregelung erstellen und kommunizieren.
- Belege systematisch aufbewahren und manuell auswerten.

Ab 50 Mitglieder:

- Digitale Spesenabrechnung und automatisierte Genehmigungsprozesse einführen.
- Spesenregelungen in den Vereinsstatuten verankern.

10. Regelmässige Überprüfung und Anpassung der Finanzstrategie

- Kontinuierliche Verbesserung der Finanzverwaltung sicherstellen.

Bis 50 Mitglieder:

- Finanzstrategie jährlich überprüfen und an sich ändernde Rahmenbedingungen anpassen.
- Feedback von Mitgliedern zur Finanzverwaltung einholen.

Ab 50 Mitglieder:

- Digitale Finanzanalysen nutzen, um Verbesserungspotenziale zu identifizieren.
- Strategische Finanzplanung mit langfristigen Zielen kombinieren.



Handlungsfeld 6: Trainings- und Spieldaten

Einleitung

Die Nutzung von Trainings- und Spieldaten hat sich zu einem wichtigen Bestandteil des modernen Sportmanagements entwickelt. Diese Daten umfassen eine Vielzahl von quantitativen und qualitativen Informationen, die während des Trainings oder eines Wettkampfs gesammelt, analysiert und genutzt werden können. Zu den häufigsten Datentypen gehören physiologische Messwerte (z. B. Herzfrequenz, Laktatwerte), technische und taktische Parameter (z. B. Bewegungsmuster, Passgenauigkeit) sowie Leistungskennzahlen (z. B. Sprintgeschwindigkeit, Sprungkraft). Die zielgerichtete Erhebung und Auswertung dieser Daten kann dazu beitragen, sportliche Leistungen zu steigern, Verletzungsrisiken zu minimieren und die strategische Ausrichtung eines Vereins zu optimieren. Im Sport sind datenbasierte Ansätze längst nicht mehr auf den Profibereich beschränkt. Auch Breitensportvereine erkennen zunehmend die Vorteile, die eine systematische Datenerfassung und -auswertung bietet. Trainings- und Spieldaten können dazu beitragen, individuelle Schwächen und Stärken der Sportler:innen zu identifizieren und Trainingspläne entsprechend anzupassen (Baumer et. al., 2023). Auf Vereinsebene können solche Daten genutzt werden, um langfristige Entwicklungsstrategien zu planen, Nachwuchstalente zu fördern und Ressourcen gezielt einzusetzen.

Die Digitalisierung hat in den letzten Jahren den Zugang zu Trainings- und Spieldaten revolutioniert. Innovative Technologien wie Wearables, GPS-Tracking, Videoanalyse-Systeme und sensorbasierte Geräte ermöglichen es, Daten in Echtzeit zu erfassen und auszuwerten. Diese Systeme liefern wertvolle Einblicke in die physische, technische und taktische Leistung der Sportler:innen und eröffnen neue Möglichkeiten, Training und Wettkampf datenbasiert zu gestalten (Ehnold et. al., 2020). Besonders hervorzuheben ist der Einsatz von künstlicher Intelligenz (KI) und Machine Learning (ML), der es ermöglicht, grosse Datenmengen zu analysieren und Muster zu erkennen, die für Trainer:innen und Vereinsmanager:innen sonst unsichtbar bleiben könnten. Solche Technologien helfen nicht nur, individuelle Trainingsansätze zu optimieren, sondern unterstützen auch die taktische Vorbereitung auf Wettkämpfe, etwa durch die Analyse von Gegnerstrategien.

Die Vorteile der Nutzung von Trainings- und Spieldaten sind vielfältig:

1. Optimierung der sportlichen Leistung

Trainingsdaten liefern die Grundlage für individuelle Trainingspläne, die auf die Bedürfnisse der Sportler:innen zugeschnitten sind. Dies führt zu einer Leistungssteigerung.

2. Verletzungsprävention

Physiologische Daten wie Herzfrequenzvariabilität oder Bewegungsmuster können genutzt werden, um Überlastungen frühzeitig zu erkennen und Verletzungen vorzubeugen.

3. Taktische Analyse

Spieldaten bieten wertvolle Erkenntnisse über Spielzüge, Bewegungsmuster und Raumaufteilung. Diese können genutzt werden, um taktische Entscheidungen zu optimieren.

4. Nachwuchsförderung

Durch systematische Datenerfassung können junge Talente identifiziert und gefördert werden.

Der Umgang mit Trainings- und Spieldaten ist jedoch nicht frei von Herausforderungen. Datenschutz und Privatsphäre der Sportler:innen sind zentrale Themen, die insbesondere bei personenbezogenen Daten beachtet werden müssen. Vereine müssen sicherstellen, dass die Daten nur mit Einwilligung der Betroffenen erhoben und genutzt werden. Zudem erfordert die Nutzung moderner Technologien eine entsprechende Schulung von Trainer:innen und Analyst:innen, damit die Daten sinnvoll interpretiert und angewendet werden können (Link, 2018). Ein weiteres Problem ist die Gefahr der Datenüberflutung. Ohne klare Zielsetzungen und eine strukturierte Analyse kann die Fülle an erhobenen Informationen überwältigend wirken und ineffizient genutzt werden. Hier ist es wichtig, die Datenerhebung auf relevante Kennzahlen zu beschränken, die konkrete Mehrwerte für den Verein und die Sportler:innen bieten.

Erkenntnisse aus Literatur und Umfrage

Die wissenschaftliche Literatur zeigt deutlich, dass die Digitalisierung von Trainings- und Spieldaten ein Schlüsselfaktor für die Leistungsentwicklung und die langfristige strategische Planung in Sportvereinen ist. Studien betonen den Nutzen von Wearables, GPS-Tracking und Videoanalysen, die Echtzeitdaten zur Verfügung stellen und es Trainer:innen ermöglichen, individuellere Trainingspläne zu erstellen (Koerner et al., 2024). Insbesondere im Breitensport wird die Integration solcher Technologien als Chance wahrgenommen, um die Attraktivität von Sportvereinen zu erhöhen. Gleichzeitig thematisieren Forschende die Herausforderungen, die mit der Nutzung dieser Daten einhergehen. Hierzu zählen ethische Fragen im Zusammenhang mit dem Datenschutz sowie die Gefahr einer Überlastung durch zu viele Daten ohne klare Zielsetzung (Baca et al., 2022).

Die Befragung unter Sportvereinen in der Schweiz bestätigt viele dieser Erkenntnisse. Die Daten zeigen, dass der Digitalisierungsgrad zwischen den Vereinen stark variiert. Wäh-

rend 15 % der Befragten ihre Vereine als in der Digitalisierung «sehr fortgeschritten» einstufen, betrachten 43 % ihre Bemühungen als «eher fortgeschritten» oder «fortgeschritten». Ein Anteil von etwa 8 %, gibt an, kaum Fortschritte in diesem Bereich erzielt zu haben.

Die Ergebnisse der Untersuchung belegen signifikante altersabhängige Unterschiede in der Wahrnehmung des digitalen Fortschritts in der Rubrik Trainings- und Spieldaten. Besonders auffällig ist, dass die unter 20-Jährigen den Fortschritt mit einem Mittelwert von 4,5 als besonders ausgeprägt bewerten – ein Hinweis darauf, dass jüngere Mitglieder digitale Innovationen als integralen Bestandteil ihres Vereinslebens sehen. Im Vergleich dazu geben die Alterskohorten der 20–29-Jährigen und 50–59-Jährigen nahezu identische Bewertungen von 4,1, was auf eine insgesamt positive, wenn auch moderatere Wahrnehmung hindeutet. Am niedrigsten schätzen die 30–39-Jährigen den Fortschritt ein (Mittelwert 3,6), gefolgt von den 40–49-Jährigen mit 3,9. Diese Befunde deuten darauf hin, dass die subjektive Bewertung digitaler Entwicklungen in Vereinsstrukturen altersabhängig variiert – möglicherweise bedingt durch unterschiedliche technologische Affinitäten und bisherige Erfahrungen im Umgang mit digitalen Tools.

Die Umfrage deutet auf ein weiteres spannendes Phänomen hin: Kleine Vereine mit 1–49 Mitgliedern bewerten den digitalen Fortschritt durchschnittlich mit 3,5, während grössere Vereine – solche mit 50–99 Mitgliedern sowie mit bis zu 1 000 Mitgliedern – diesen mit einem Wert von 4,0 einschätzen. Dieses Muster könnte darauf hindeuten, dass grössere Vereine über mehr Ressourcen verfügen, wodurch der Mehrwert stärker zum Tragen kommt.

Ein Grossteil der Befragten sieht grosses Potenzial in der weiteren Digitalisierung. 80 % stimmen der Aussage zu, dass Trainings- und Spieldaten langfristig zur besseren Talentförderung beitragen können. Allerdings fordern viele klare Richtlinien und Unterstützung, insbesondere für kleinere Vereine, um die Implementierung zu erleichtern.

Die Ergebnisse der Literatur und der Umfrage unterstreichen, dass Trainings- und Spieldaten in der Schweiz eine zentrale Rolle spielen, um Sportvereine zukunftsfähig zu gestalten. Trotz der positiven Entwicklungen müssen ethische, organisatorische und finanzielle Hürden adressiert werden, um die Chancen der Digitalisierung voll auszuschöpfen.

Erkenntnisse aus den Workshops

In Leistungssportvereinen werden bereits vielfältige digitale Tools eingesetzt. Beispiele dafür sind Videoanalyse-Software, GPS-Tracking sowie spezialisierte Anwendungen wie Schwimmbrillen mit integrierter Datenanalyse. Diese Technologien ermöglichen es, sportliche Leistungen zu analysieren, Bewegungsabläufe zu optimieren und taktische Spielzüge zu planen. Skiverbände nutzen virtuelle Realität, um Streckentraining realistischer zu gestalten.

Im Breitensport ist der Einsatz von Trainings- und Spieldaten hingegen limitiert. Viele Vereine beschränken sich auf grundlegende Werkzeuge wie Excel-Tabellen zur Planung und Dokumentation von Trainingseinheiten. Gewisse Vereine setzen Tools wie beUnity ein, die eine strukturiertere Trainingsorganisation ermöglichen.

Herausforderungen und Hindernisse

Die Workshops offenbarten verschiedene Hürden, die eine umfassendere Nutzung von Trainings- und Spieldaten behindern:

1. Fehlende Einheitlichkeit und Kompatibilität: Es gibt eine Vielzahl an Tools, die jedoch selten kompatibel oder spezifisch genug sind, um die Bedürfnisse verschiedener Sportarten zu erfüllen. Dies erschwert eine breite Implementierung.
2. Datenanalyse im Breitensport: Während im Leistungssport hochentwickelte Analysemethoden eingesetzt werden, fehlt es im Breitensport häufig an Wissen und Ressourcen, um Daten sinnvoll zu nutzen.
3. Akzeptanzprobleme: Insbesondere ältere Trainer:innen und Vereinsmitglieder stehen digitalen Tools oft skeptisch gegenüber. Es besteht ein Bedarf an Schulungen und Sensibilisierungsmassnahmen.
4. Datenschutzbedenken: Vereine äusserten Sorge über die Sicherheit und den Schutz sensibler Mitgliederdaten, insbesondere bei der Nutzung cloudbasierter Lösungen.

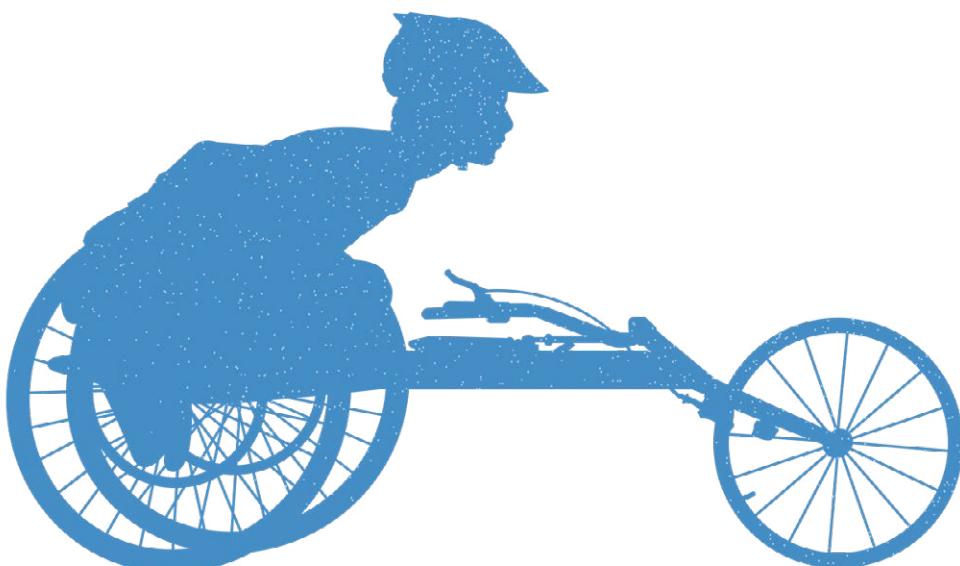
Anforderungen und Lösungsansätze

Die Teilnehmer:innen betonten mehrere Anforderungen, die den Umgang mit Trainings- und Spieldaten erleichtern könnten:

- Zentrale Plattformen: Der Wunsch nach einem einheitlichen Tool, das Trainingsorganisation, Datenerfassung und Analyse vereint, wurde mehrfach geäussert. Eine zentrale Lösung könnte zudem die administrative Last verringern.
- Automatisierte Analysen: Tools, die Videoaufnahmen automatisch analysieren und Rückmeldungen geben, würden die Arbeit der Trainer:innen erheblich erleichtern.

- Schulungen: Um die Akzeptanz digitaler Technologien zu steigern, sollten zielgerichtete Schulungsangebote für Vereinsmitglieder, insbesondere für ältere Generationen, bereitgestellt werden. Dies gilt sowohl für die Mitglieder als auch für die Trainer:innen, die die Tools einsetzen sollten.
- Finanzielle Unterstützung: Viele Vereine wünschen sich Fördermittel, um den Zugang zu professionellen Tools zu ermöglichen.

Die Workshops zeigten, dass Trainings- und Spieldaten ein hohes Potenzial haben, die Qualität des Trainings und die Wettbewerbsfähigkeit von Sportvereinen zu steigern. Dennoch bestehen zahlreiche Herausforderungen, die von technologischen bis hin zu kulturellen und finanziellen Aspekten reichen. Die Umsetzung praxisnaher Lösungen erfordert nicht nur technische Innovationen, sondern auch eine stärkere Zusammenarbeit zwischen Vereinen, Verbänden und öffentlichen Institutionen. Wissenstransfer, gekoppelt mit finanzieller Unterstützung, könnte den Weg für eine nachhaltige Digitalisierung ebnen.



Das sollten Sie tun

1. Führen Sie eine Bedarfsanalyse durch und setzen Sie klare Ziele.

- Klären Sie, welche Trainings- und Spieldaten für Ihre Sportart und Ihr Niveau relevant sind.
- Definieren Sie Ziele wie Leistungssteigerung, Verletzungsprävention oder organisatorische Effizienz.
- Berücksichtigen Sie vorhandene Ressourcen und vermeiden Sie die Einführung überdimensionierter oder unpassender Systeme.

2. Wählen Sie geeignete digitale Tools aus.

- Nutzen Sie GPS-Tracking, Videoanalysen oder Wearables zur detaillierten Erfassung von Leistungsdaten.
- Achten Sie auf Benutzerfreundlichkeit, insbesondere für ehrenamtliche Trainer:innen und technikferne Mitglieder.
- Prüfen Sie die Integration der Tools mit bestehenden Systemen wie Mitgliederverwaltung oder Vereinskommunikation.

3. Stellen Sie den Datenschutz sicher.

- Informieren Sie Mitglieder transparent über die Erhebung und Nutzung ihrer Daten.
- Sorgen Sie für technische Sicherheitsmaßnahmen wie verschlüsselte Datenübertragungen und Zugriffsrechte.
- Schulen Sie Verantwortliche regelmäßig im Umgang mit Datenschutzvorgaben.

4. Bieten Sie Schulungen und Weiterbildung an.

- Führen Sie technische Schulungen für Trainer:innen und Funktionär:innen durch, um eine kompetente Nutzung der Tools sicherzustellen.
- Organisieren Sie Workshops oder Einführungsvideos, um die Akzeptanz und Nutzung digitaler Lösungen zu erleichtern.

5. Schaffen Sie klare Strukturen und Verantwortlichkeiten.

- Bestimmen Sie, wer für die Datenerfassung, -verwaltung und -analyse zuständig ist.
- Integrieren Sie digitale Prozesse in die Vereinsorganisation, um die Effizienz zu steigern.
- Erwägen Sie die Ernennung eines zentralen Ansprechpartners oder einer zentralen Ansprechpartnerin für digitale Technologien in diesem Bereich.

6. Optimieren Sie die interne und externe Kommunikation.

- Informieren Sie Mitglieder und Trainer:innen regelmässig über die Nutzung der Daten.
- Nutzen Sie digitale Daten zur externen Kommunikation, um Erfolge nach aussen zu präsentieren und Sponsor:innen anzusprechen.

7. Fördern Sie Kooperationen mit anderen Vereinen.

- Organisieren Sie gemeinsame Schulungen, um Kosten und Ressourcen zu teilen.
- Tauschen Sie Erfahrungen zu digitalen Tools aus, um Best Practices gemeinsam weiterzuentwickeln.

8. Sichern Sie die Finanzierung digitaler Lösungen.

- Recherchieren Sie Fördermittel von lokalen Behörden oder Sportverbänden.
- Nutzen Sie datenbasierte Erfolge zur gezielten Ansprache von Sponsor:innen.
- Kommunizieren Sie transparent über potenzielle Zusatzbeiträge zur Finanzierung der digitalen Transformation.

9. Führen Sie digitale Lösungen schrittweise ein.

- Starten Sie mit Pilotprojekten in einem kleinen Rahmen, um erste Erfahrungen zu sammeln.
- Werten Sie die Testphase aus und nehmen Sie bei Bedarf Anpassungen vor.
- Skalieren Sie die Lösungen schrittweise auf den gesamten Verein.

10. Überprüfen und optimieren Sie regelmässig die digitalen Systeme.

- Analysieren Sie kontinuierlich, welche Daten bereits effektiv genutzt werden und wo Herausforderungen bestehen.
- Evaluieren Sie neue Technologien, um Potenziale für weitere Verbesserungen zu identifizieren.

Die Digitalisierung der Trainings- und Spieldaten eröffnet Sportvereinen grosse Chancen zur Optimierung von Leistungsentwicklung und Organisation. Mit einer systematischen Einführung und regelmässigen Anpassungen können Vereine diese Potenziale nutzen.

Checkliste Handlungsfeld 6: Trainings- und Spieldaten

1. Bedarfsanalyse

- Ziele und Schwerpunkte für die Digitalisierung definieren (z. B. Leistungsoptimierung, Organisation verbessern, Verletzungsprävention).
- Relevante Datenquellen bestimmen (z. B. Leistungskennzahlen, Spielanalysen, GPS-Daten).

Bis 50 Mitglieder:

- Finanzielle und personelle Ressourcen prüfen, um realistische Massnahmen abzuleiten.
- Fokus auf grundlegende Leistungs- und Trainingsdaten legen.

Ab 50 Mitglieder:

- Mitglieder und Trainer:innen in die Bedarfsanalyse einbinden.
- Erweiterte Analysen und Statistiken zur Spiel- und Trainingsauswertung nutzen.

2. Geeignete Tools auswählen

- Passende digitale Lösungen für Trainingsplanung und Leistungsanalyse evaluieren.

Bis 50 Mitglieder:

- Einfache, kosteneffiziente Tools priorisieren (z. B. Excel, Google Drive, Wearables mit Grundfunktionen).
- Nur essenzielle Funktionen nutzen, um Überforderung zu vermeiden.

Ab 50 Mitglieder:

- Fortgeschrittene Tools mit umfassender Funktionalität und Schnittstellen zu bestehenden Systemen auswählen (z. B. SportsNow, Fairgate, beUnity).
- Technologien zur Video- und Bewegungsanalyse integrieren.

3. Datenschutz sicherstellen

- Klare Richtlinien zur Datennutzung und -speicherung formulieren.

Bis 50 Mitglieder:

- Niederschwellige Datenschutzmassnahmen umsetzen (Passwortschutz, verschlüsselte Datenübertragungen).
- Mitglieder über Datennutzung transparent informieren.

Ab 50 Mitglieder:

- Datenschutzverantwortliche:n festlegen und regelmäßige Schulungen für Funktionär:innen organisieren.
- Sicherstellen, dass alle digitalen Tools den aktuellen Datenschutzbestimmungen entsprechen.

4. Schulungen und Weiterbildung

- Trainer:innen und Funktionär:innen in der Nutzung digitaler Tools schulen.

Bis 50 Mitglieder:

- Praxisnahe, einfache Schulungsformate (z. B. Webinare, Einführungsvideos) bereitstellen.
- Fokus auf grundlegende Bedienung und Interpretation von Daten legen.

Ab 50 Mitglieder:

- Fortgeschrittene Workshops zur Datenanalyse und Technologieintegration durchführen.
- Externe Expert:innen für spezifische Schulungen einbinden.

5. Strukturen und Verantwortlichkeiten festlegen

- Klare Zuständigkeiten für die Erfassung, Verwaltung und Analyse der Daten definieren.

Bis 50 Mitglieder:

- Eine verantwortliche Person für digitale Tools bestimmen.
- Datenverarbeitung möglichst einfach und ressourcenschonend halten.

Ab 50 Mitglieder:

- Ein kleines Team zur Verwaltung und Weiterentwicklung digitaler Systeme etablieren.
- Arbeitsabläufe standardisieren, um eine effiziente Nutzung sicherzustellen.

6. Kommunikation optimieren

- Effiziente Wege für den Austausch über digitale Systeme festlegen.

Bis 50 Mitglieder:

- Wenige einfach zu bedienende Kommunikationsmittel priorisieren (z. B. WhatsApp, E-Mail).
- Klar definieren, wie und wann relevante Daten kommuniziert werden.

Ab 50 Mitglieder:

- Strukturierte Kommunikationskanäle für interne und externe Informationen schaffen (z. B. Vereinsplattformen).
- Feedbackmöglichkeiten zur Verbesserung der Datenanalyse bereitstellen.

7. Finanzierung sichern

- Fördermöglichkeiten recherchieren und beantragen.

Bis 50 Mitglieder:

- Mitgliedsbeiträge prüfen und ggf. anpassen, um digitale Tools zu finanzieren.
- Kleinere Fördermittel für Basisausstattung nutzen.

Ab 50 Mitglieder:

- Sponsor:innen gezielt ansprechen, indem visuelle Darstellungen sportlicher Erfolge genutzt werden.
- Finanzierungsmöglichkeiten durch öffentliche und private Fördermittel systematisch ausschöpfen.

8. Schrittweise Einführung

- Neue digitale Massnahmen schrittweise implementieren.

Bis 50 Mitglieder:

- Fokus auf einen Bereich legen (z. B. Trainingsplanung) und dann sukzessive erweitern.
- Pilotprojekte mit kleinen Gruppen starten, um Praxiserfahrungen zu sammeln.

Ab 50 Mitglieder:

- Testgruppen etablieren, um neue Tools vor dem flächendeckenden Einsatz zu evaluieren.
- Skalierungsstrategien entwickeln, um digitale Prozesse effizient auszuweiten.

9. Kooperationen fördern

- Austausch mit anderen Vereinen und Institutionen suchen.

Bis 50 Mitglieder:

- Erfahrungen und Best Practices mit anderen kleinen Vereinen teilen.
- Teilnahme an regionalen Workshops zur digitalen Vereinsentwicklung.

Ab 50 Mitglieder:

- Gemeinsame Weiterbildungsangebote mit anderen Vereinen oder Verbänden organisieren.
- Partnerschaften mit Hochschulen oder Technologieanbietern für datengetriebene Analysen aufbauen.

10. Evaluation und Weiterentwicklung

- Regelmässige Feedback-Runden zur Nutzung digitaler Tools planen.

Bis 50 Mitglieder:

- Einfache Prozesse zur Überprüfung der Effektivität digitaler Massnahmen implementieren.
- Mitglieder in die Bewertung neuer Systeme einbinden.

Ab 50 Mitglieder:

- Umfassende Analysen der erfassten Daten durchführen, um Optimierungspotenziale zu erkennen.
- Neue technologische Entwicklungen beobachten und in die Vereinsstrategie einbinden.
- Zusätzliche Tipps für Vereine mit besonderen Anforderungen

Breitensportvereine:

- Fokus auf einfach bedienbare Tools zur Trainingsorganisation und Spielerkommunikation.
- Niedrige Anforderungen an komplexe Datenanalysen stellen, aber Wert auf effiziente Dokumentation legen.

Leistungssportvereine:

- Hochwertige Technologien (z. B. Videoanalyse-Software, GPS-Tracking, VR-Tools) professionell integrieren.
- Data Science zur Verbesserung der individuellen Leistungsfähigkeit nutzen.

Handlungsfeld 7: Entwicklung und Weiterbildung

Einleitung

Die Entwicklung und Weiterbildung von Mitgliedern und Verantwortlichen der Vereine durch digitale und analoge Bildungsformate hat zum Ziel, die digitale Transformation effektiv zu nutzen und damit nachhaltige Verbesserungen in der Vereinsarbeit zu erzielen. Die Digitalisierung bietet vielfältige Möglichkeiten, von Online-Lernplattformen über Webinare bis hin zu modularen Weiterbildungsangeboten, um die Kompetenzen von Funktionär:innen, Trainer:innen und Mitgliedern zu erweitern.

In einer zunehmend digitalisierten Welt sind Fortbildung und Weiterentwicklung unverzichtbar, um den wachsenden Anforderungen an Vereinsmanagement, Kommunikation und sportliche Entwicklung gerecht zu werden. Neben technischen Kompetenzen umfasst dies auch soziale und organisatorische Fähigkeiten, die in hybriden Lernformaten gefördert werden können. Besonders die Vermittlung von Wissen im Umgang mit digitalen Tools sowie die Förderung von Akzeptanz und Offenheit gegenüber neuen Technologien stehen dabei im Vordergrund. Solche Fähigkeiten sind essenziell, um die Digitalisierung nicht nur als Herausforderung, sondern als Chance zu verstehen und aktiv zu gestalten.

Viele Sportvereine stehen vor der Herausforderung, ihre Mitglieder für Weiterbildungsangebote zu begeistern. Besonders digitale Lernformate stoßen bei älteren oder weniger technikaffinen Zielgruppen auf Zurückhaltung. Auch der Zugang zu geeigneten Ressourcen, der Umgang mit Zeitknappheit sowie die organisatorische Einbindung von Weiterbildungen in den Vereinsalltag stellen Hindernisse dar. Der Aspekt der Motivation ist ein zentraler Faktor, da viele Mitglieder die Weiterbildung als zusätzliche Verpflichtung wahrnehmen, anstatt ihren Nutzen für die persönliche und berufliche Entwicklung zu erkennen.

Ein wesentlicher Ansatz ist die Bereitstellung von niederschwelligem und leicht zugänglichen Bildungsangeboten. So könnten kurze Einführungsvideos oder interaktive Lernmodule als erster Schritt dienen, um die Neugier der Mitglieder zu wecken. Eine schrittweise Einführung längerer Formate kann darauf aufbauen. Ebenso wichtig ist es, die Weiterbildungsangebote strategisch zu planen und mit klaren Anreizen zu versehen, um die Teilnahmebereitschaft zu erhöhen. Ein weiteres Potenzial liegt in der Vernetzung der Vereine durch gemeinsame Bildungsinitiativen, die Synergien schaffen und den Austausch von Best Practices fördern. Ein besonders erfolgversprechender Ansatz ist die Kombination von physischer und digitaler Weiterbildung, um unterschiedlichen Zielgruppen gerecht zu werden.

Die Digitalisierung eröffnet neue Möglichkeiten zur individuellen und kollaborativen Weiterbildung. Zentrale Plattformen, auf denen alle Angebote verschiedener Verbände und Institutionen übersichtlich dargestellt werden, könnten die Reichweite und Effektivität von Bildungsprogrammen deutlich steigern. Darüber hinaus bietet der Einsatz von Technologien wie künstlicher Intelligenz Potenzial, z. B. in Form von personalisierten Lernwegen, automatisierten Analysen der Bedürfnisse der Mitglieder oder der Bereitstellung relevanter Inhalte. Die Implementierung solcher innovativen Ansätze könnte insbesondere kleineren Vereinen helfen, ihre Ressourcen effizienter zu nutzen.

Entwicklung und Weiterbildung sind Schlüsselfaktoren für die Zukunftsfähigkeit von Sportvereinen. Digitale Technologien bieten hier eine immense Chance, die jedoch mit gezielter Unterstützung und strategischer Planung umgesetzt werden muss. Der Aufbau von Kompetenzen im Umgang mit digitalen Werkzeugen und die Förderung einer offenen Lernkultur bilden die Grundlage, um Schweizer Sportvereine für die Herausforderungen der Zukunft zu rüsten. Insbesondere die nachhaltige Integration von Weiterbildungsangeboten in den Vereinsalltag wird entscheidend sein, um den Erfolg langfristig zu sichern.

Erkenntnisse aus Literatur und Umfrage

Entwicklung und Weiterbildung sind zentrale Faktoren, um die Digitalisierung in Schweizer Sportvereinen nachhaltig voranzutreiben. Basierend auf der aktuellen Fachliteratur und den Ergebnissen der Umfrage wurden zentrale Erkenntnisse über den Status quo, Herausforderungen und Möglichkeiten im Bereich Weiterbildung erarbeitet. Diese umfassen technologische Anpassungen, motivationsbezogene Faktoren und die Rolle von Unterstützung durch Verbände und externe Akteure.

Die Fachliteratur unterstreicht, dass kontinuierliche Weiterbildung essenziell ist, um digitale und soziale Kompetenzen zu stärken (Mödinger et. al, 2023). Zusätzlich fördern externe Bildungsangebote durch Verbände oder Hochschulen die Kompetenzen der Vereinsmitglieder. Motivationsfaktoren spielen eine entscheidende Rolle. Studien zeigen, dass Weiterbildung als belastend empfunden wird, wenn ihr Nutzen nicht klar kommuniziert wird. Persönliche Entwicklungsmöglichkeiten, Zertifikate und praktische Relevanz erhöhen die Akzeptanz deutlich (Bergmann et. al, 2022). Zudem wird empfohlen, kurze, interaktive Lernformate anzubieten, um Mitglieder sukzessive für umfangreichere Angebote zu gewinnen.

Die Umfrage ergab, dass etwa 42 % der Befragten den Digitalisierungsgrad ihres Vereins als fortgeschritten oder sehr fortgeschritten bewerten. Auffällig ist, dass jüngere Mitglieder (20–29 Jahre) digitale Lernformate deutlich stärker nutzen als ältere Generationen (50 Jahre und älter), die oft Schwierigkeiten beim Zugang haben.

Die Analyse der digitalen Fortschritte in der Entwicklung und Weiterbildung zeigt spannende Unterschiede sowohl in Bezug auf das Alter als auch auf die Vereinsgrösse. Bei den Altersgruppen fällt auf, dass Mitglieder ab 70 Jahren den Fortschritt mit einem Mittelwert von 2,6 am niedrigsten bewerten. Im Gegensatz dazu schätzen die 20- bis 29-Jährigen den Fortschritt am höchsten ein (Mittelwert 3,6), während die Altersgruppen 30–39, 40–49 und 50–59 Jahre einen durchschnittlichen Wert von 3,4 angeben. Die 60- bis 69-Jährigen liegen mit einem Mittelwert von 3,2 im mittleren Bereich. Dieses Muster legt nahe, dass jüngere Vereinsmitglieder digitale Entwicklungen und deren Potenziale zur Verbesserung von Trainings- und Weiterbildungsprozessen ein wenig intensiver wahrnehmen und schätzen als ihre älteren Kolleg:innen.

Auch die Vereinsgrösse spielt eine Rolle: Kleine Vereine mit 1–49 Mitgliedern weisen einen Mittelwert der Fortschrittsbewertung von 3,1 auf, während Vereine mit 50–99 Mitgliedern diesen Fortschritt mit 3,4 bewerten. Bei grösseren Vereinen mit bis zu 1 000 Mitgliedern steigt der Mittelwert auf 3,5. Diese Ergebnisse könnten darauf hindeuten, dass grössere Vereine – möglicherweise aufgrund besserer Ressourcen und etablierter digitaler Infrastrukturen – einen grösseren Fokus auf Entwicklung und Weiterbildung setzen.

Die Ergebnisse verdeutlichen den Bedarf an zentralisierten Plattformen, die Weiterbildungsangebote für alle Zielgruppen bündeln. Flexible und leicht zugängliche Formate könnten besonders skeptische oder technisch weniger erfahrene Mitglieder ansprechen. Zusätzlich könnten KI-gestützte Tools helfen, personalisierte Weiterbildungspläne zu entwickeln, die auf den individuellen Bedürfnissen der Mitglieder basieren.

Eine stärkere Vernetzung der Vereine sowie gemeinsame Bildungsinitiativen könnten zudem Kosten und organisatorische Hürden senken. Solche Massnahmen stärken nicht nur die Kompetenzen der Mitglieder, sondern tragen auch dazu bei, die Vereinsarbeit langfristig effektiver zu gestalten.

Die Ergebnisse verdeutlichen, dass die Entwicklung und Weiterbildung in Schweizer Sportvereinen bereits grosse Fortschritte gemacht hat, aber weiterhin ein enormes Potential bietet. Besonders wichtig sind die Kombination von digitalen und analogen Formaten, eine stärkere Motivation der Mitglieder sowie die Bereitstellung zentraler Plattformen und individueller Bildungspläne. Die Digitalisierung bietet die Chance, die Vereinsarbeit effizienter und attraktiver zu gestalten.

Erkenntnisse aus Workshops

Die Workshops zeigten, dass einige Vereine bereits digitale Lernangebote wie Webinare, Lernplattformen und Podcasts nutzen. Besonders positiv wurde die Möglichkeit hervorgehoben, durch digitale Formate geografische und zeitliche Barrieren zu überwinden. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf sozialen Kompetenzen, die häufig durch physische Schulungen mit externen Expert:innen vermittelt werden, da diese Fähigkeiten online schwer zu trainieren sind.

Der Digitalisierungsgrad variiert stark zwischen den Vereinen. Während einige über ausgereifte digitale Systeme verfügen, sind andere stark von analogen Methoden geprägt. Dies spiegelt sich auch in den genutzten Weiterbildungsformaten wider, die von klassischen Präsenzschulungen bis hin zu rein digitalen Angeboten reichen. Eine entscheidende Rolle spielt die Akzeptanz der Mitglieder, insbesondere bei älteren Generationen, die digitale Formate häufig als Hürde empfinden.

Ein zentrales Hindernis ist die geringe Beteiligung an Weiterbildungen, was bereits in der Literatur aufgezeigt wurde und sich in den Workshops bestätigt hat. Viele Mitglieder betrachten diese Angebote als zusätzlichen Aufwand und erkennen den Mehrwert für ihre persönliche und berufliche Entwicklung nicht immer. Besonders in kleineren Vereinen mangelt es an Ressourcen, um umfassende Schulungen anzubieten oder externe Expert:innen einzuladen. Ein weiteres Problem ist die geringe technische Affinität einiger Mitglieder, was die Nutzung digitaler Tools erschwert.

Die Workshops verdeutlichten zudem, dass es an einer zentralen Übersicht über Weiterbildungsangebote fehlt. Viele Vereine sind auf sich allein gestellt, wenn es darum geht, geeignete Programme zu finden. Auch fehlt es an klar definierten Anreizen, die Mitglieder zur Teilnahme motivieren könnten, beispielsweise Zertifikate oder sichtbare Verbesserungen in der Vereinsarbeit.

Die Teilnehmer:innen der Workshops schlugen mehrere Massnahmen vor, um die Herausforderungen zu bewältigen. Ein Ansatz ist die Bereitstellung von Einführungsvideos, die Mitglieder schrittweise an digitale Formate heranführen. Diese könnten niederschwellig gestaltet werden, um anfängliche Berührungsängste abzubauen. Zudem wurde der Vorschlag diskutiert, kurze interaktive Lernmodule anzubieten, die später durch vertiefende Schulungen ergänzt werden.

Weiteres Potenzial liegt in der stärkeren Vernetzung der Vereine, ein Aspekt, der bereits in der Literatur diskutiert wurde und in den Workshops von den Teilnehmer:innen selbst aufgegriffen wurde. Besonders gemeinsame Initiativen wurden als Möglichkeit gesehen, Kosten und organisatorischen Aufwand zu reduzieren. Zudem brachten die Vereine auch die Idee einer zentralen Plattform für Weiterbildungsangebote ein, die eine bessere Übersicht über bestehende Kurse und Programme bieten und den Zugang erleichtern könnte.

Zusätzlich könnten gamifizierte Ansätze wie Lernmodule in Form von Videospielen oder interaktive Workshops die Teilnahmebereitschaft steigern. Insbesondere jüngere Mitglieder könnten durch solche innovativen Formate motiviert werden.

Die Digitalisierung bietet enorme Chancen, die Weiterbildung in Vereinen effizienter und attraktiver zu gestalten. Künstliche Intelligenz könnte beispielsweise genutzt werden, um personalisierte Lernpläne zu entwickeln oder relevante Inhalte automatisch bereitzustellen. Zudem könnten digitale Plattformen den Austausch zwischen Vereinen fördern, was den Wissenstransfer erleichtert und die Qualität der Angebote verbessert.

Die Workshops zeigten, dass Entwicklung und Weiterbildung eine zentrale Rolle für die Zukunft der Schweizer Sportvereine spielen. Digitale Technologien bieten zahlreiche Möglichkeiten, um die Qualität und Reichweite der Angebote zu steigern. Gleichzeitig ist es entscheidend, die Mitglieder einzubinden und ihre Akzeptanz für neue Formate zu fördern. Eine nachhaltige Strategie, die digitale und analoge Formate kombiniert, kann dazu beitragen, die Kompetenzen der Mitglieder zu stärken und die Vereinsarbeit zu optimieren.

Das sollten Sie tun

1. Führen Sie digitale Tools und Lernplattformen ein.

- Nutzen Sie Webinare, Podcasts und digitale Lernmodule für flexible und ortsunabhängige Schulungen.
- Setzen Sie etablierte Plattformen wie beUnity oder SportsNow ein, die sowohl Schulungen als auch Organisations- und Kommunikationsfunktionen bieten.
- Entwickeln Sie kurze Einführungsvideos oder Tutorials, um den Zugang zu digitalen Lernplattformen zu erleichtern.

2. Passen Sie Schulungsformate an und diversifizieren Sie sie.

- Kombinieren Sie digitale und physische Formate, z. B. theoretische Webinare mit praktischen Vor-Ort-Workshops (Blended Learning).
- Führen Sie modulare Weiterbildungen ein, die in kleinen, flexiblen Schritten absolviert werden können.
- Bieten Sie regelmässige Auffrischungskurse an, um Wissen kontinuierlich zu vertiefen.

3. Fördern Sie Motivation und schaffen Sie Anreize.

- Vergeben Sie Zertifikate als Nachweis für abgeschlossene Schulungen.
- Kommunizieren Sie klar die Vorteile der Weiterbildungen, z. B. persönliche Weiterentwicklung oder effizientere Vereinsarbeit.
- Nutzen Sie Gamification-Elemente wie Punktesysteme oder Belohnungen, um insbesondere jüngere Mitglieder zu motivieren.

4. Bündeln Sie Ressourcen und fördern Sie Kooperationen.

- Arbeiten Sie mit anderen Vereinen zusammen, um Weiterbildungsangebote gemeinsam aufzubauen und zu nutzen.
- Kooperieren Sie mit Verbänden, Kantonen oder externen Organisationen, um finanzielle und personelle Unterstützung zu erhalten.
- Nutzen Sie digitale Plattformen zur Verwaltung von Schulungsressourcen und zur Organisation gemeinsamer Projekte.

5. Entwickeln Sie zielgruppenorientierte Angebote.

- Erstellen Sie spezifische Schulungsprogramme für verschiedene Altersgruppen und Erfahrungsstufen.
- Bieten Sie niederschwellige Einführungskurse für technisch weniger versierte Mitglieder an.
- Entwickeln Sie Schulungen für soziale Kompetenzen und Teamentwicklung, insbesondere für jüngere Mitglieder.

6. Schaffen Sie eine zentrale Plattform für Weiterbildung.

- Entwickeln Sie eine digitale Plattform, auf der alle Weiterbildungsangebote gebündelt dargestellt werden.
- Prüfen Sie, ob externe Angebote wie Kurse von Swiss Olympic oder dem Bundesamt für Sport integriert werden können.
- Erweitern Sie die Plattform um eine Feedback-Funktion, um Verbesserungsvorschläge der Mitglieder aufzunehmen.

7. Nutzen Sie künstliche Intelligenz (KI).

- Implementieren Sie KI-gestützte Lernpläne, die individuell auf die Mitglieder zugeschnitten sind.
- Verwenden Sie KI-gestützte Empfehlungssysteme für personalisierte Kursvorschläge.
- Setzen Sie KI ein, um Analysen zur Wirksamkeit von Schulungen durchzuführen und Verbesserungspotenziale aufzuzeigen.

8. Setzen Sie auf Gamification und innovative Formate.

- Nutzen Sie spielerische Elemente wie Lernmodule in Form von Videospielen.
- Führen Sie interaktive Workshops mit Rollenspielen oder Simulationen durch.
- Entwickeln Sie kreative Schulungsformate wie Podcasts, Videoreihen oder Social-Media-Kampagnen.

9. Führen Sie eine Erfolgskontrolle durch und optimieren Sie kontinuierlich.

- Messen Sie die Zufriedenheit der Teilnehmer:innen durch regelmässiges Feedback.
- Entwickeln Sie Kennzahlen zur Messung von Teilnahmequoten, Wissenszuwachs und praktischer Anwendung des Gelernten.
- Nutzen Sie die gesammelten Daten, um die Weiterbildungsangebote regelmässig anzupassen.

10. Binden Sie die Vereinsführung ein.

- Integrieren Sie Weiterbildung als festen Bestandteil der Vereinsstrategie und verpflichten Sie Vorstandsmitglieder zur regelmässigen Teilnahme.
- Kommunizieren Sie den Stellenwert von Weiterbildung auf allen Ebenen des Vereins und zeigen Sie konkrete Erfolge auf.
- Entwickeln Sie spezielle Schulungsprogramme für Führungspersonen, die sich auf strategische und organisatorische Kompetenzen konzentrieren.

Die kontinuierliche Weiterbildung ist essenziell für die Entwicklung von Sportvereinen. Mit einem durchdachten Konzept, digitalen Innovationen und zielgruppenorientierten Angeboten kann die Weiterbildung nachhaltig im Vereinsalltag verankert werden.



Checkliste Handlungsfeld 7: Entwicklung und Weiterbildung

1. Analyse des aktuellen Standes

- Bestandsaufnahme durchführen: Welche digitalen Tools und Weiterbildungsangebote werden aktuell genutzt?
- Bedarfsanalyse erstellen: Welche Weiterbildungsbedarfe bestehen für Mitglieder, Trainer:innen und für die Vereinsführung?
- Feedback einholen: Welche Vorlieben und Hemmnisse haben Mitglieder bei digitalen Weiterbildungen?

Bis 50 Mitglieder:

- Einfache Umfragen oder persönliche Gespräche nutzen, um den Weiterbildungsbedarf zu ermitteln.
- Kleinere praxisnahe Schulungen priorisieren.

Ab 50 Mitglieder:

- Strukturiertes Feedback- und Analyseverfahren zur Bedarfsidentifikation einführen.
- Digitale Tools zur Datenerhebung und Auswertung nutzen.

2. Planung und Strategieentwicklung

- Eine digitale Weiterbildungsstrategie mit kurz-, mittel- und langfristigen Zielen definieren.
- Schulungsformate strategisch auswählen:

Physische Schulungen:

Für soziale Kompetenzen und Teamtrainings.

Digitale Schulungen:

Webinare und Online-Kurse für technische und organisatorische Themen.

Blended Learning:

Kombination aus digitalen und Präsenzschulungen für maximale Flexibilität.

Bis 50 Mitglieder:

- Verantwortlichkeiten bündeln, z. B. eine Person als Weiterbildungsbeauftragte:n bestimmen.

Ab 50 Mitglieder:

- Ein Team oder eine Arbeitsgruppe für Weiterbildung und digitale Schulungen aufstellen.

3. Digitale Tools und Plattformen einführen

- Geeignete digitale Lösungen für Schulungen auswählen.

Bis 50 Mitglieder:

- Mit einfachen Plattformen wie Google Workspace, beUnity oder WhatsApp starten.
- Niederschwellige digitale Schulungsangebote in bestehende Vereinsstrukturen integrieren.

Ab 50 Mitglieder:

- Investition in umfassendere Plattformen wie ClubDesk oder Fairgate zur Verwaltung von Weiterbildungen.
- Einführungsvideos und Tutorials bereitstellen, um die Akzeptanz zu fördern.
- Testphasen einplanen, um Anpassungen vor der breiten Einführung vorzunehmen.

4. Weiterbildungsangebote gestalten

- Themenschwerpunkte definieren:
 - Technische Fähigkeiten: Umgang mit digitalen Tools.
 - Organisation und Management: Mitgliederverwaltung, Kommunikation.
 - Soziale Kompetenzen: Konfliktmanagement, Teamarbeit.

Bis 50 Mitglieder:

- Einführungsvideos oder kurze Lernmodule für den Einstieg bereitstellen.
- Praxisorientierte Workshops mit direktem Vereinsbezug anbieten.

Ab 50 Mitglieder:

- Fortgeschrittene Schulungsmodule und spezialisierte Programme für unterschiedliche Vereinsrollen erstellen.
- Anreize für Weiterbildungen bieten (z. B. Zertifikate, Gamification-Elemente wie Punktesysteme).

5. Mitglieder motivieren

- Nutzen von Weiterbildungen klar kommunizieren.
- Mitglieder in die Gestaltung des Angebots einbinden.

Bis 50 Mitglieder:

- Direkte persönliche Ansprache nutzen, um Mitglieder zur Teilnahme zu ermutigen.
- Niederschwellige Inhalte für weniger technikaffine Mitglieder bereitstellen.

Ab 50 Mitglieder:

- Interaktive, moderne Lernformate für technikaffine Mitglieder entwickeln.
- Gamification-Elemente einführen, um Motivation zu steigern.

6. Ressourcen und Netzwerke nutzen

- Vereinsübergreifende Kooperationen für gemeinsame Schulungen aufzubauen.
- Fördermittel bei Kantonen, Verbänden oder Stiftungen beantragen.
- Externe Expert:innen für spezifische Schulungen einladen.

Bis 50 Mitglieder:

- Kooperationen mit benachbarten Vereinen zur Ressourcenteilung nutzen.
- Kostenfreie oder günstige Schulungsmöglichkeiten priorisieren.

Ab 50 Mitglieder:

- Externe Partner:innen für Weiterbildungskonzepte und Expertenwissen gewinnen.
- Eigene Netzwerke mit Verbänden und Sponsor:innen zur Schulungsfinanzierung ausbauen.

7. Zentrale Plattform für Weiterbildungen schaffen

- Alle Angebote an einem Ort bündeln und zugänglich machen.

Bis 50 Mitglieder:

- Einfache digitale Plattform für Schulungsinformationen bereitstellen.
- Weiterbildungen über Vereinskommunikation (z. B. WhatsApp, E-Mail) koordinieren.

Ab 50 Mitglieder:

- Interne Weiterbildungsplattform mit Anmeldefunktionen und Dokumentationsmöglichkeiten einführen.
- Integration externer Angebote in die eigene Plattform ermöglichen.

8. Erfolgskontrolle durchführen

- Teilnahmeknoten und Zufriedenheit erfassen.
- Überprüfung der Effektivität durch qualitative und quantitative Bewertungen.

Bis 50 Mitglieder:

- Teilnahme und Feedback in einfacher Form dokumentieren.
- Evaluation durch regelmässige Mitgliederbefragungen durchführen.

Ab 50 Mitglieder:

- Digitale Analysetools zur Messung des Weiterbildungserfolgs nutzen.
- Ergebnisse der Schulungen für langfristige strategische Entscheidungen auswerten.

9. Langfristige Integration in die Vereinsstrategie

- Weiterbildung als festen Bestandteil der Vereinsarbeit etablieren.
- Führungskräfte als Vorbilder in Schulungen einbinden.

Bis 50 Mitglieder:

- Vereinsvorstände in die Weiterbildungsstrategie einbeziehen.
- Weiterbildung als Empfehlung, nicht als Pflicht etablieren.

Ab 50 Mitglieder:

- Jährliche Schulungspläne erstellen und systematisch in die Vereinsentwicklung integrieren.
- Interne Weiterbildungsprogramme für Trainer:innen und Führungskräfte aufbauen.

10. Unterschiedliche Anforderungen: Kleine vs. grosse Vereine

Bis 50 Mitglieder:

- Start mit kostengünstigen Tools und Formaten.
- Fokus auf persönliche Betreuung und direkte Kommunikation.
- Kooperationen mit anderen Vereinen zur Ressourcen-teilung nutzen.

Ab 50 Mitglieder:

- Einsatz professioneller Plattformen mit umfassenden Funktionen.
- Aufbau eines internen Teams für Digitalisierung und Weiterbildung.
- Entwicklung spezifischer Programme für verschiedene Zielgruppen (Trainer:innen, Mitglieder, Führungskräfte).

Diese Checkliste bietet einen strukturierten Leitfaden, um den Bereich Entwicklung und Weiterbildung in einem digitalisierten Vereinsumfeld effektiv zu gestalten. Sie können die einzelnen Punkte je nach Grösse und Bedürfnissen Ihres Vereins anpassen und umsetzen.



Handlungsfeld 8:

Organisation von Trainings

Einleitung

Die Organisation von Trainings ist eine der zentralen Aufgaben eines Sportvereins und bildet oft den Kern des Vereinsangebots. Sie trägt massgeblich zur Leistungsfähigkeit und zum Erfolg des Vereins bei. Die Organisation umfasst die Planung, Durchführung und Nachbereitung von Trainingseinheiten und ist in jeder Sportart von grundlegender Bedeutung. Eine gut strukturierte Trainingsorganisation sorgt nicht nur für eine effiziente Nutzung der vorhandenen Ressourcen, sondern auch für eine hohe Zufriedenheit der Mitglieder.

Je nach Zielsetzung des Vereins, der Sportler:innen oder Teams kann die Trainingsorganisation sehr unterschiedlich ausfallen. Vereine, die sich auf Breitensport konzentrieren, verfolgen andere Ziele und benötigen eine andere Herangehensweise als solche, die ambitionierten Breitensport oder Leistungssport fördern. Teilweise werden in einem Verein auch mehrere oder alle Kategorien gleichzeitig berücksichtigt. In grösseren Vereinen mit zahlreichen Abteilungen und Trainingsgruppen ist daher eine präzise Koordination notwendig, um Überlastungen zu vermeiden und den Trainingserfolg für alle Mitglieder zu maximieren. Dies erfordert eine flexible Struktur, die den unterschiedlichen Bedürfnissen und Zielen gerecht wird.

Im Kontext der digitalen Transformation wird die Trainingsorganisation zunehmend durch verschiedene digitale Tools unterstützt. Diese bieten eine Vielzahl von Möglichkeiten, von der Trainingsplanung und -dokumentation bis hin zur Kommunikation und Analyse. Durch den Einsatz digitaler Technologien wird der administrative Aufwand – insbesondere für die Trainer:innen, die sich auf die Durchführung der Angebote spezialisieren – erheblich reduziert. Gleichzeitig trägt die Digitalisierung dazu bei, die Trainingsqualität zu erhöhen.

Digitale Lösungen ermöglichen eine schnellere und einfachere Kommunikation zwischen Trainer:innen, Sportler:innen, Eltern und weiteren Beteiligten. Dadurch wird sicher gestellt, dass alle relevanten Informationen wie Trainingspläne, Änderungen oder wichtige Hinweise jederzeit zugänglich und aktuell sind. Diese Flexibilität und Transparenz schaffen optimale Voraussetzungen für eine effektive Trainingsorganisation und eine höhere Zufriedenheit bei allen Beteiligten.

Die Aufgaben einer digitalen Trainingsorganisation sind vielfältig: Sie umfassen die Planung der Trainingszeiten und -orte, die Kommunikation mit den Teilnehmer:innen, die Dokumentation der Anwesenheit und Leistung sowie die Bereitstellung von Trainingsmaterialien und -ressourcen.

Ein funktionierendes System stellt sicher, dass alle diese Prozesse effizient und ohne grossen administrativen Aufwand ablaufen.

Erkenntnisse aus Literatur und Umfrage

Digitale Technologien unterstützen die verschiedenen Phasen der Trainingsgestaltung, wobei ihr Einsatz je nach Vereinsstruktur und Ressourcen unterschiedlich stark ausgeprägt ist.

In der Planung helfen digitale Tools vor allem bei der Koordination von Trainingszeiten und -orten. Buchungssysteme erleichtern die Verwaltung begrenzter Infrastruktur, während Plattformen die Kommunikation zwischen Trainer:innen, Sportler:innen und weiteren Beteiligten verbessern, indem sie Anwesenheiten dokumentieren und wichtige Informationen bereitstellen. Digitale Informationsquellen wie Blogs oder Videoplattformen spielen zudem eine Rolle in der Weiterbildung von Trainer:innen (Koerner et al., 2024). Inwiefern diese Inhalte tatsächlich in die Trainingsplanung einfließen, hängt stark von der Einstellung und den Überzeugungen der Verantwortlichen ab.

Während der Durchführung von Trainings ermöglichen digitale Technologien Live-Trainings und virtuelle Einheiten, wodurch ortsunabhängige Trainingsformate entstehen, welche vor allem während der Corona-Pandemie an Bedeutung gewannen (Koerner et al., 2024). Leistungsdaten können in Echtzeit erfasst und analysiert werden, sei es durch Selftracking im Breitensport oder leistungsdiagnostische Systeme im professionellen Sport (Wells et al., 2023). Immersive digitale Umgebungen bieten darüber hinaus neue Möglichkeiten, um Trainingssituationen zu simulieren und taktische Entscheidungen zu üben (Geisen et al., 2023).

Auch in der Nachbereitung spielen digitale Lösungen eine entscheidende Rolle. Die kontinuierliche Erfassung von Trainingsdaten ermöglicht kurzfristige Anpassungen und langfristige Analysen zur Leistungsentwicklung sowie zur Optimierung von Trainingsstrukturen. Während im Leistungssport bereits datenbasierte Systeme zur Steuerung und Individualisierung von Trainingsplänen eingesetzt werden, kann dies auch für Breitensportvereine von Nutzen sein, um Angebote gezielter auf die Bedürfnisse der Mitglieder abzustimmen. Videobasierte und augmentierte Bewegungsanalysen ermöglichen detailliertes Feedback zur Technik und Bewegungsoptimierung (Koerner et al., 2024). Weiterentwicklungen im Bereich Machine Learning und künstlicher Intelligenz könnten künftig adaptive Trainingspläne erstellen und Prognosen für die individuelle Leistungsentwicklung liefern (Cossich et al., 2023).

Die Umfrageergebnisse bestätigen diese Entwicklungen. Die Mehrheit der Befragten stuft den Stand der digitalen Transformation in der Trainingsorganisation als fortgeschritten ein (Mittelwert = 3,8). Gleichzeitig gaben 6% der befragten Vereinen an, dass die digitale Transformation in ihrem Verein im Bereich Organisation von Trainings überhaupt nicht fortgeschritten sei. 60 % der Befragten sind mit dem aktuellen Stand der Digitalisierung zufrieden oder eher zufrieden, was darauf hindeutet, dass digitale Tools als hilfreich empfunden werden. Dennoch sind 28 % der Befragten mit den aktuellen digitalen Lösungen weniger zufrieden insbesondere in Bezug auf Benutzerfreundlichkeit, Integration bestehender Systeme und Schulungen für Trainer:innen.

Digitale Technologien bieten zahlreiche Möglichkeiten, um die Trainingsorganisation effizienter zu gestalten. Während einige Vereine bereits fortgeschrittene digitale Lösungen nutzen, bestehen weiterhin Herausforderungen in Bezug auf Ressourcen, Akzeptanz und technische Implementierung. Zukünftige Entwicklungen im Bereich künstlicher Intelligenz, immersive Trainingssimulationen und adaptive Trainingsplanung könnten das Coaching weiter transformieren und neue datenbasierte Möglichkeiten für die Trainingsgestaltung eröffnen.

Erkenntnisse aus den Workshops

Die Workshops zur digitalen Transformation der Trainingsorganisation in Sportvereinen haben gezeigt, dass digitale Lösungen bereits in vielen Vereinen zum Einsatz kommen, jedoch mit unterschiedlichem Erfolg. Häufig genutzte Anwendungen unterstützen die Planung, Dokumentation und Kommunikation im Trainingsbetrieb. Diese Tools erleichtern es, Anwesenheiten zu erfassen, Trainingspläne zu organisieren und Auswertungen durchzuführen, was insbesondere für die Abstimmung zwischen Trainer:innen, Sportler:innen und Eltern von Vorteil ist. Gleichzeitig wurde jedoch deutlich, dass die Benutzerfreundlichkeit mancher Anwendungen noch Potenzial zur Verbesserung bietet.

Die Koordination von Trainingseinheiten erfordert oft auch die Buchung externer Trainingsräume wie Turnhallen. Dies stellt eine organisatorische Herausforderung dar, da die Buchungssysteme häufig nicht vollständig digitalisiert sind und von externen Stellen, etwa Gemeinden, bereitgestellt werden.

Für die Trainingsvorbereitung und -analyse setzen Vereine verschiedene digitale Werkzeuge ein, die sich in ihrer Komplexität und Funktionalität unterscheiden. Während leistungsorientierte Vereine fortschrittliche Systeme bevorzugen, setzen Breitensportvereine eher auf einfachere und kostengünstige Lösungen.

Ein in den Workshops häufig angesprochener Wunsch ist die Entwicklung von digitalen Hilfsmitteln, die speziell auf die Bedürfnisse von Trainer:innen und Funktionär:innen zugeschnitten sind. Dazu gehören beispielsweise Tools, die Bewegungsanalysen automatisiert durchführen, oder pädagogische Anwendungen, die kindgerechte Inhalte für Trainingsvorbereitungen bereitstellen. Solche Innovationen könnten sowohl die Effizienz als auch die Qualität der Trainingsorganisation weiter steigern.



Das sollten Sie tun

1. Führen Sie eine Bedürfnisanalyse der Mitglieder durch und kategorisieren Sie sie.

- Teilen Sie die Mitglieder in Kategorien wie Breitensport, ambitionierter Breitensport und Leistungssport ein.
- Passen Sie die Trainingsangebote an die jeweiligen Anforderungen der Gruppen an.
- Berücksichtigen Sie die Bedürfnisse der Trainer:innen, indem Sie klare Vorgaben, eine realistische Zeitplanung und benutzerfreundliche Werkzeuge bereitstellen.

2. Definieren Sie Rollen und Regeln.

- Klären Sie, wer für die Trainingsplanung, -durchführung und -nachbereitung verantwortlich ist.
- Legen Sie fest, welche Entscheidungen eigenständig getroffen werden dürfen und wo Abstimmungen erforderlich sind.
- Implementieren Sie einheitliche Regeln für An- und Abmeldungen, um Transparenz und Verbindlichkeit zu gewährleisten.
- Achten Sie auf eine konsistente Struktur über alle Sportkategorien hinweg.

3. Führen Sie geeignete digitale Tools ein.

- Nutzen Sie digitale Lösungen für die Zeitplanung, Anwesenheitsüberwachung und Terminverwaltung.
- Setzen Sie zentrale Plattformen für die Kommunikation zwischen Trainer:innen, Mitgliedern und Eltern ein.
- Verwenden Sie Analyse- und Dokumentationstools zur Leistungsüberwachung und Fortschrittsdokumentation.

4. Leben Sie eine digitale Kultur im Verein.

- Fördern Sie Eigenständigkeit innerhalb der festgelegten Rahmenbedingungen.
- Sorgen Sie für einheitliche Regeln und Kommunikationswege, um Effizienz und Klarheit sicherzustellen.
- Gewährleisten Sie, dass alle Beteiligten nach denselben digitalen Prinzipien arbeiten.

5. Optimieren Sie die Kommunikation und minimieren Sie den administrativen Aufwand.

- Nutzen Sie eine zentrale Plattform für alle relevanten Informationen.
- Automatisieren Sie Erinnerungen und Benachrichtigungen, um den administrativen Aufwand zu reduzieren.
- Standardisieren Sie Kommunikationswege, um Transparenz und Verbindlichkeit zu gewährleisten.

6. Digitalisieren Sie die Infrastruktur und automatisieren Sie Abläufe.

- Implementieren Sie digitale Buchungssysteme für Trainingsräume und Plätze.
- Benennen Sie eine verantwortliche Person für die digitale Infrastruktur.
- Stellen Sie sicher, dass neue Trainer:innen, Mitglieder oder Gruppen automatisch in digitale Tools integriert werden.

Die Digitalisierung der Trainingsorganisation verbessert die Effizienz und schafft klare Strukturen für Trainer:innen, Mitglieder und Verantwortliche. Durch gezielte Nutzung digitaler Tools, optimierte Kommunikationsprozesse und eine einheitliche digitale Kultur kann der Trainingsbetrieb nachhaltig professionalisiert werden.

Checkliste Handlungsfeld 8: Organisation von Trainings

Diese Checkliste unterstützt die effektive Organisation von Trainings in Sportvereinen, um die Qualität zu sichern und die digitale Transformation optimal zu nutzen.

1. Bedürfnisanalyse durchführen

- Mitglieder in Kategorien wie Breitensport, ambitionierter Breitensport und Leistungssport einteilen.
- Regelmässige Erhebung der Bedürfnisse von Trainer:innen und Mitgliedern (z. B. durch Umfragen oder Feedbackgespräche).
- Trainingsangebote und -methoden an die Bedürfnisse der jeweiligen Gruppe anpassen.

Bis 50 Mitglieder:

- Persönliche Gespräche zur Bedarfsanalyse nutzen.
- Trainingsangebote flexibel anpassen, je nach Verfügbarkeit von Trainer:innen und Ressourcen.

Ab 50 Mitglieder:

- Digitale Umfragen und Analyse-Tools zur Bedarfsermittlung nutzen.
- Strukturierte Planung der Trainingsmethoden für unterschiedliche Leistungsstufen.

2. Rollen und Verantwortlichkeiten definieren

- Klare Aufgabenverteilung für Planung, Durchführung und Nachbereitung der Trainings.
- Entscheidungsbefugnisse für Trainer:innen, Abteilungsleiter:innen und ehrenamtliche Helfer:innen definieren.
- Einheitliche Regeln für An- und Abmeldungen sowie Teilnahme an Trainings festlegen.

Bis 50 Mitglieder:

- Eine verantwortliche Person für die gesamte Trainingsorganisation benennen.
- Einfache und flexible Anmelde- und Teilnahmeverfahren einführen.

Ab 50 Mitglieder:

- Strukturierte Rollenverteilung mit klaren Zuständigkeiten für alle Beteiligten.
- Automatisierte Anmelde- und Rückmeldeprozesse implementieren.

3. Digitale Tools einführen

- Trainingsorganisation: Digitale Tools für Zeitplanung, Anwesenheitsüberwachung und Terminverwaltung nutzen.
- Kommunikation: Plattformen zur Abstimmung zwischen Trainer:innen, Mitgliedern und Eltern einführen.
- Leistungsanalyse: Videoanalyse- und Monitoring-Tools nutzen.

Bis 50 Mitglieder:

- Einfache Lösungen wie Google-Kalender oder WhatsApp-Gruppen zur Terminplanung nutzen.
- Manuelle Anwesenheitslisten oder einfache digitale Check-ins verwenden.

Ab 50 Mitglieder:

- Umfangreichere Plattformen wie ClubDesk oder Fairgate für die Trainingskoordination nutzen.
- Automatisierte Fortschrittsdokumentation und Datenanalyse einbinden.

4. Kultur der Digitalisierung leben

- Trainer:innen und Mitglieder sollen eigenständig innerhalb vorgegebener Rahmenbedingungen agieren können.
- Einheitliche digitale Arbeitsweisen sicherstellen.

Bis 50 Mitglieder:

- Einheitliche Standards für digitale Trainingsorganisation festlegen.
- Einfache digitale Kommunikationskanäle für alle Mitglieder zugänglich machen.

Ab 50 Mitglieder:

- Klare Richtlinien zur Nutzung digitaler Tools im Trainingsalltag aufstellen.

5. Kommunikation optimieren und administrativen Aufwand minimieren

- Zentrale Bereitstellung aller relevanten Informationen auf einer Plattform.
- Automatische Erinnerungen und Benachrichtigungen für Trainingszeiten und Änderungen einführen.
- Einheitliche Kommunikationswege und -formate für alle Trainings und Mitglieder etablieren.

Bis 50 Mitglieder:

- Kommunikation auf wenige, effiziente Kanäle beschränken.
- Automatische Erinnerungen für Trainingszeiten und Änderungen nutzen.

Ab 50 Mitglieder:

- Digitale Verwaltungsplattformen für zentrale Trainingsinformationen nutzen.
- Standardisierte digitale Prozesse zur Reduzierung des Verwaltungsaufwands einführen.

6. Infrastruktur digitalisieren und automatisieren

- Online-Buchungssystem für Trainingsräume oder -zeiten einführen.
- Systeme integrieren, die neue Trainer:innen und Mitglieder automatisch zu digitalen Tools hinzufügen.
- Verantwortliche für die digitale Infrastruktur benennen.

Bis 50 Mitglieder:

- Einfache digitale Kalenderlösungen für Hallen- und Platzbuchungen nutzen.
- Ansprechpartner:innen für Fragen zur digitalen Infrastruktur definieren.

Ab 50 Mitglieder:

- Professionelle Raumplanungs- und Buchungssysteme implementieren.
- Automatisierte Anmeldeprozesse für neue Mitglieder und Trainer:innen einrichten.

7. Feedback und kontinuierliche Verbesserung

- Zufriedenheitsumfragen zur digitalen Trainingsorganisation durchführen.
- Feedback von Trainer:innen und Mitgliedern zur Benutzerfreundlichkeit der Tools einholen.
- Jährliche Evaluation der digitalen Werkzeuge und Prozesse zur Optimierung nutzen.

Bis 50 Mitglieder:

- Regelmäßige, informelle Feedbackgespräche mit Trainer:innen und Mitgliedern.
- Anpassung der digitalen Tools basierend auf Rückmeldungen.

Ab 50 Mitglieder:

- Strukturiertes Monitoring der Tool-Nutzung und Akzeptanzanalysen durchführen.
- Klares Konzept zur Weiterentwicklung der digitalen Prozesse definieren.

8. Schulungen und Unterstützung für Trainer:innen und Mitglieder

- Schulungen für Trainer:innen zur Nutzung digitaler Tools bereitstellen.
- Tutorials oder Online-Helpdesks zur Unterstützung der Mitglieder und Trainer:innen anbieten.
- Digitale Ansprechpartner:innen für technische Fragen und Unterstützung benennen.

Bis 50 Mitglieder:

- Niederschwellige Schulungen für Trainer:innen und Mitglieder anbieten.
- Unterstützung durch einfache Anleitungen und Videos sicherstellen.

Ab 50 Mitglieder:

- Vertiefte Schulungen und Workshops zur effizienten Nutzung digitaler Tools in der Trainingsorganisation und -verwaltung anbieten.
- Kontinuierliche Weiterbildung für digitale Trainingsmethoden etablieren.

9. Integration von innovativen Technologien (ambitionierter Breitensport und Leistungssport)

- Automatisierte Bewegungsanalyse und Trainingskontrolle einführen.
- Pädagogische Anwendungen für die Trainingsvorbereitung nutzen.
- Interaktive digitale Trainingshilfsmittel einsetzen.

Bis 50 Mitglieder:

- Einfache Wearables oder digitale Stoppuhren zur Leistungsmessung nutzen.
- Spielerische Trainingsanwendungen für Kinder und Jugendliche testen.

Ab 50 Mitglieder:

- Professionelle Analyse-Tools zur Leistungsdiagnostik einbinden.
- Virtual-Reality-Training oder sensorbasierte Trainingshilfen evaluieren.

Diese Checkliste bietet eine praxisorientierte Grundlage, um die Trainingsorganisation im Verein sowohl analog als auch digital effektiv und nachhaltig zu gestalten. Die regelmässige Überprüfung und Anpassung der eingesetzten digitalen Tools und Prozesse trägt dazu bei, die Qualität des Trainings kontinuierlich zu steigern und den administrativen Aufwand zu minimieren.



Handlungsfeld 9: Organisation und Management von Wettkämpfen

Einleitung

Die Organisation von Wettkämpfen ist eine komplexe Aufgabe, die unterschiedliche Bereiche wie Terminplanung, Ressourcenzuweisung, Kommunikation und Datenauswertung umfasst. Traditionelle Methoden wie manuelle Tabellen oder E-Mail-Korrespondenz sind oft zeitaufwendig, fehleranfällig und schwer skalierbar. Digitale Lösungen hingegen ermöglichen eine Automatisierung von Prozessen, die Vernetzung verschiedener Akteur:innen und eine verbesserte Nachverfolgbarkeit von Informationen. Dies ist besonders relevant für Vereine, die regelmässig Wettkämpfe auf regionaler, nationaler oder sogar internationaler Ebene ausrichten.

Die digitale Transformation kann die Qualität von Wettkämpfen durch präzisere Planung, effizientere Abläufe und eine bessere Einbindung von Teilnehmer:innen und Zuschauer:innen erheblich verbessern. Gleichzeitig eröffnet sie Möglichkeiten, neue Zielgruppen zu erreichen, etwa durch Online-Streaming oder digitale Community-Formate.

Herausforderungen

Die Einführung neuer Technologien und die Integration verschiedener Systeme stellen Sportvereine im Wettkampfmanagement vor grosse Herausforderungen. Besonders kleinere Vereine mit begrenzten personellen und finanziellen Ressourcen haben Schwierigkeiten, den Übergang von analogen zu digitalen Prozessen effizient zu gestalten, sei es bei der digitalen Anmeldung, der Ergebniserfassung oder der Live-Kommunikation während eines Wettkampfs. Daher erfordert die Implementierung digitaler Lösungen eine sorgfältige Planung, um eine reibungslose Umstellung zu gewährleisten. Gleichzeitig sind viele Beteiligte nicht mit den neuen Systemen vertraut, weshalb Schulungen und eine gezielte Einführung notwendig sind. Besonders im Leistungssport ist zudem die Anbindung an externe Plattformen erforderlich, etwa für Qualifikationsrankings oder Dopingkontrollen, die strengen Vorgaben unterliegen. Während im Breitensport oft mehr Flexibilität besteht, müssen hier spezifische Standards eingehalten werden. Darüber hinaus erfordert die Verarbeitung grosser Mengen personenbezogener Daten – im Breitensport primär für die Teilnehmerverwaltung, im Leistungssport zusätzlich für detaillierte Analysen und biometrische Messungen – hohe Sicherheitsstandards und den konsequenten Schutz sensibler Informationen.

Auch bereits implementierte Systeme bringen Herausforderungen mit sich. Die Abhängigkeit von digitalen Echtzeit-systemen bedeutet, dass ein Ausfall von Zeitmesssystemen, Anzeigetafeln oder digitalen Meldesystemen den gesamten Ablauf stören und zu Fehlentscheidungen führen kann. Da-

her sind nicht nur funktionale Systeme erforderlich, sondern auch Backup-Strategien, um technische Störungen schnell auffangen zu können. Zudem erfordert die Abstimmung zwischen Athlet:innen, Trainer:innen, Schiedsrichter:innen und Veranstalter:innen leistungsfähige digitale Schnittstellen, um eine reibungslose Kommunikation zu gewährleisten.

Diese Herausforderungen verdeutlichen, dass die Digitalisierung im Wettkampfmanagement nicht nur technisches Know-how erfordert – was vielen Vereinen noch fehlt –, sondern auch eine durchdachte Strategie, die sowohl die Vereinsstruktur als auch die spezifischen Anforderungen des Breiten- und Leistungssports berücksichtigt.

Potenziale der Digitalisierung

Die Digitalisierung bietet zahlreiche Lösungen, um diese Herausforderungen zu meistern. Automatisierte Systeme für die Anmeldung und Terminplanung sparen Zeit und reduzieren Fehler. Plattformen wie Swiss Timing oder Vereinssoftware wie Fairgate ermöglichen eine zentrale Organisation und Koordination aller Wettkampfprozesse. Digitale Tools zur Ergebniserfassung und -übertragung, z. B. durch mobile Apps oder RFID-Technologie (Radio-Frequency Identification), verbessern die Genauigkeit und Geschwindigkeit der Datenerfassung.

Weitere Vorteile der Digitalisierung sind die Möglichkeit, Wettkämpfe live zu streamen und Zuschauer:innen über Social Media oder spezialisierte Plattformen einzubinden. Dies kann nicht nur die Reichweite eines Events steigern, sondern auch das Vereinsmarketing stärken und neue Einnahmequellen erschliessen. Darüber hinaus ermöglichen digitale Lösungen eine bessere Analyse von Wettkampfdaten, die zur Optimierung zukünftiger Veranstaltungen genutzt werden können.

Die Digitalisierung der Organisation und des Managements von Wettkämpfen ist ein zentraler Schritt, um die Effizienz und Qualität dieser Veranstaltungen zu verbessern. Sie bietet Vereinen die Möglichkeit, Prozesse zu optimieren, Kosten zu senken und die Zufriedenheit der Teilnehmer:innen und Zuschauer:innen zu steigern. Gleichzeitig müssen Vereine in die notwendigen Technologien und Schulungen investieren, um das volle Potenzial der Digitalisierung auszuschöpfen. Mit einer strategischen Herangehensweise können sowohl kleine als auch grosse Vereine von den Vorteilen der digitalen Transformation profitieren und ihre Wettbewerbsfähigkeit langfristig sichern.

Erkenntnisse aus Literatur und Umfrage

Die Literatur zeigt, dass die Organisation von Wettkämpfen eine Vielzahl von Aufgaben umfasst, von der Anmeldung der Teilnehmer:innen bis zur Ergebniserfassung und Nachbereitung. Digitale Tools und Plattformen ermöglichen eine zentrale Steuerung dieser Prozesse (Thieme et. al, 2024). Diese Systeme reduzieren manuelle Fehler, steigern die Effizienz und sorgen für eine bessere Transparenz zwischen den Beteiligten.

Besonders betont wird in der Literatur die Bedeutung von Echtzeit-Datenmanagement. Moderne Technologien wie RFID und mobile Apps erlauben es, Ergebnisse und Statistiken direkt zu erfassen und an die Teilnehmer:innen oder Zuschauer:innen zu kommunizieren (FasterCapital, 2024). Gleichzeitig ermöglichen digitale Plattformen eine bessere Einbindung des Publikums, indem sie neben der Live-Übertragung auch interaktive Funktionen wie Echtzeit-Statistiken oder Zuschauerbeteiligung bieten. Dies kann die Attraktivität von Wettkämpfen steigern, neue Möglichkeiten für Sponsoring und Fan-Engagement schaffen und so eine zusätzliche Einnahmequelle bieten.

Ein weiterer zentraler Aspekt ist die Notwendigkeit von Schulungen für die Verantwortlichen. Studien zeigen, dass die Einführung neuer Technologien oft an mangelnder Kompetenz oder Akzeptanz scheitert (OECD, 2024). Investitionen in Weiterbildungen und Workshops sind daher entscheidend, um die Vorteile digitaler Systeme voll auszuschöpfen.

Die Analyse offenbart ein interessantes Bild altersabhängiger Wahrnehmungen: Personen unter 20 Jahren schätzen den digitalen Fortschritt in der Wettkampforganisation am geringsten, mit einem Durchschnitt von 3,0. Im Gegensatz dazu bewerten die älteren Gruppen (20–29, 30–39, 40–49, 60–69 sowie 70+ Jahre) diesen Fortschritt mit Werten zwischen 3,6 und 3,9, wobei die 50–59-Jährigen mit 4,2 den höchsten Wert vergeben. Dies könnte darauf hindeuten, dass die Einschätzung digitaler Innovationen im Bereich Organisation und Management von Wettkämpfen deutlich altersabhängig variiert.

Auch hinsichtlich der Vereinsgrösse zeigt sich ein interessantes Muster: Kleine Vereine (1–49 Mitglieder) erzielen einen Durchschnittswert von 3,6, während Verbände mit 50–99 und bis zu 1000 Mitgliedern den Fortschritt jeweils mit 4,0 bewerten. Diese Befunde legen nahe, dass grössere Organisationen aufgrund besserer Ressourcen oder einer ausgereifteren digitalen Infrastruktur den Mehrwert moderner Technologien in der Wettkampforganisation intensiver wahrnehmen können.

Die Umfrage zeigt deutliche Unterschiede in der Nutzung digitaler Systeme je nach Vereinsgrösse:

- Kleine Vereine (bis 50 Mitglieder): Diese greifen oft auf einfache Tools wie Excel oder Google Sheets zurück. Ihre Hauptprobleme liegen in der fehlenden Expertise und den begrenzten finanziellen Mitteln.
- Große Vereine (mehr als 50 Mitglieder): Diese nutzen häufig spezialisierte Plattformen wie ClubDesk oder SportsNow. Sie profitieren von umfangreichen Funktionen, kämpfen jedoch oft mit der Integration unterschiedlicher Systeme.

Die Umfrageergebnisse und die Literatur heben hervor, dass digitale Technologien das Potenzial haben, die Organisation und das Management von Wettkämpfen nachhaltig zu verändern:

1. Automatisierung: Digitale Systeme können Routineaufgaben wie Anmeldung, Terminplanung und Ergebniserfassung automatisieren und so Zeit und Ressourcen sparen.
2. Transparenz und Kommunikation: Plattformen mit Echtzeit-Datenmanagement verbessern die Kommunikation zwischen Teilnehmer:innen, Veranstalter:innen und Zuschauer:innen.
3. Nachhaltigkeit: Digitale Lösungen reduzieren den Papierverbrauch und ermöglichen umweltfreundlichere Abläufe, z. B. durch digitale Startlisten oder elektronische Ergebnismeldungen.

Um das volle Potenzial der Digitalisierung auszuschöpfen, sind Investitionen in Infrastruktur und Schulungen erforderlich. Insbesondere kleinere Vereine könnten von einer stärkeren Unterstützung durch Verbände und Plattformen profitieren, um den Übergang zu digitalen Systemen erfolgreich zu gestalten.

Erkenntnisse aus den Workshops

Aktueller Stand der Wettkampforganisation

Die Workshops zeigten, dass viele Vereine noch traditionelle, manuelle Methoden für die Organisation und Durchführung von Wettkämpfen verwenden. Besonders in kleineren Vereinen werden oft Tabellenkalkulationen oder Papierlisten eingesetzt. Dies ist zeitaufwendig, fehleranfällig und schwer skalierbar.

Eine zentrale Rolle spielt die Anmeldung von Teilnehmer:innen. Während grosse Vereine häufig spezialisierte Plattformen wie Fairgate oder Swiss Timing verwenden, setzen kleinere Vereine auf einfache Online-Formulare. Die Erfassung und Verarbeitung der Daten der Teilnehmer:innen gestaltet

sich dabei in vielen Fällen noch umständlich. Gleichzeitig wurde festgestellt, dass der Einsatz digitaler Tools für die Ergebniserfassung und -übermittlung zunehmend Akzeptanz findet, da diese Tools die Transparenz erhöhen und zeitnahe Informationen ermöglichen.

Herausforderungen in der Digitalisierung

Ein zentrales Thema in den Workshops waren die Hürden, die Vereine bei der Digitalisierung ihrer Wettkampforganisation erleben. Zu den grössten Herausforderungen gehören:

1. Technische Barrieren: Viele Vereine haben keinen Zugang zu geeigneter Infrastruktur oder Software. Insbesondere kleinere Vereine sehen sich mit hohen Kosten und begrenztem Wissen über verfügbare Lösungen konfrontiert.
2. Komplexität der Abläufe: Wettkämpfe umfassen zahlreiche Schritte, von der Anmeldung und Terminplanung über die Durchführung bis zur Ergebniserfassung und Berichterstattung. Die Integration digitaler Tools in diese komplexen Prozesse wird oft als schwierig empfunden.
3. Akzeptanzprobleme: Nicht alle Vereinsmitglieder sind mit digitalen Technologien vertraut. Ältere Mitglieder und Funktionär:innen stehen diesen oft skeptisch gegenüber, was die Einführung neuer Systeme erschwert.
4. Datenschutzbedenken: Viele Vereine äusserten Unsicherheiten im Umgang mit sensiblen Teilnehmerdaten. Die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben wie der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) stellt insbesondere kleinere Vereine vor Herausforderungen.

Lösungsansätze und Best Practices

Die Workshops boten zahlreiche Ideen und Empfehlungen, wie Vereine diese Herausforderungen bewältigen können:

1. Niederschwellige Tools einsetzen: Vereine sollten mit einfachen digitalen Lösungen starten, die keine umfangreiche Schulung erfordern. Beispielsweise wurden Google Forms für die Anmeldung oder einfache Tabellen-Tools für die Planung genannt.
2. Schulungen für Mitglieder: Die Akzeptanz digitaler Systeme kann durch gezielte Schulungen gesteigert werden. Ein Vorschlag war die Organisation von Workshops für Mitglieder und Funktionär:innen, um die Vorteile digitaler Tools zu erklären und die Bedienung zu trainieren.
3. Kooperationen fördern: Insbesondere kleinere Vereine könnten von der Zusammenarbeit mit anderen profitieren. Die gemeinsame Nutzung von Ressourcen wie Zeitmesssystemen, Meldesoftware oder Streaming-Technologien reduziert Kosten, erleichtert den Zugang zu professionellen digitalen Lösungen und wird daher als effektive Lösung gesehen.

4. Zentrale Plattformen nutzen: Eine zentrale digitale Plattform, die alle Aspekte der Wettkampforganisation abdeckt – von der Anmeldung über die Ergebniserfassung bis hin zur Berichterstattung –, wurde als ideales Ziel beschrieben.
5. Automatisierung fördern: Automatisierte Prozesse wie die automatische Ergebnisauswertung und -übermittlung können den Verwaltungsaufwand erheblich reduzieren und die Qualität der Daten verbessern.

Potenziale der Digitalisierung

Die Workshops zeigten deutlich, dass die Digitalisierung in der Wettkampforganisation erhebliche Potenziale birgt. Vereine, die bereits digitale Lösungen nutzen, berichteten von einer gesteigerten Effizienz, verbesserten Abläufen und einer höheren Zufriedenheit bei Teilnehmer:innen und Zuschauer:innen. Besonders die Live-Übertragung von Wettkämpfen und die sofortige Veröffentlichung von Ergebnissen wurden als wesentliche Vorteile digitaler Lösungen genannt.

Die Ergebnisse der Workshops zeigen, dass die Digitalisierung ein wichtiger Hebel ist, um die Organisation und das Management von Wettkämpfen in Schweizer Sportvereinen zu verbessern. Es bedarf jedoch gezielter Unterstützung, um die Akzeptanz und die technischen Kompetenzen der Verantwortlichen zu fördern. Mit einer schrittweisen Einführung digitaler Systeme und einer stärkeren Zusammenarbeit zwischen Vereinen können die Herausforderungen gemeistert und die Potenziale voll ausgeschöpft werden.

Das sollten Sie tun

1. Analysieren Sie den Status quo.

- Dokumentieren Sie alle Schritte der Wettkampforganisation, von der Anmeldung über die Zeitplanung bis zur Ergebniserfassung.
- Identifizieren Sie Schwachstellen wie manuelle Prozesse oder ineffiziente Kommunikation.
- Prüfen Sie, welche digitalen Tools bereits genutzt werden und wo Optimierungspotenzial besteht.

2. Führen Sie digitale Tools gezielt ein.

- Nutzen Sie kostengünstige Lösungen wie Google Forms oder Excel für kleinere Wettkämpfe.
- Implementieren Sie spezialisierte Plattformen wie Fairgate oder Swiss Timing für grössere Veranstaltungen.
- Verwenden Sie Echtzeit-Ergebnis-Apps für mehr Transparenz und Professionalität.
- Planen Sie eine Testphase, um die neuen Tools zunächst in kleinerem Rahmen zu erproben.

3. Fördern Sie Automatisierung.

- Integrieren Sie Online-Anmeldesysteme zur automatischen Datenerfassung.
- Nutzen Sie digitale Zeitmesssysteme wie RFID, um Effizienz und Genauigkeit zu steigern.
- Setzen Sie auf automatisierte Berichterstellung, um Ergebnisse strukturiert zu dokumentieren.

4. Schulen Sie Verantwortliche.

- Organisieren Sie Workshops zur Einführung neuer Tools für alle Beteiligten.
- Nutzen Sie Train-the-Trainer-Konzepte, um Schlüsselpersonen weiterzubilden.
- Bieten Sie fortlaufende Unterstützung, z. B. über eine Hotline oder ein Support-Team.

5. Stellen Sie Datenschutz sicher.

- Entwickeln Sie eine Datenschutzrichtlinie für die Verarbeitung von Daten der Teilnehmer:innen.
- Erfassen Sie nur notwendige Daten und speichern Sie diese sicher.
- Holen Sie rechtliche Beratung ein, um gesetzliche Vorgaben einzuhalten.

6. Optimieren Sie Kommunikation und Transparenz.

- Nutzen Sie zentrale Plattformen für Zeitpläne, Ergebnisse und organisatorische Informationen.
- Kommunizieren Sie Änderungen in Echtzeit über Apps oder soziale Medien.
- Sammeln Sie Feedback zur Wettkampforganisation und setzen Sie Verbesserungsvorschläge um.

7. Stärken Sie Kooperationen und Netzwerke.

- Arbeiten Sie mit anderen Vereinen zusammen, um Infrastruktur und organisatorische Aufgaben zu teilen.
- Nutzen Sie die Unterstützung von Sportverbänden für Zugang zu digitalen Tools.
- Tauschen Sie sich mit anderen Vereinen aus, um Best Practices und Erfahrungen zu teilen.

8. Nutzen Sie Live-Streaming und digitale Zuschauerbindung.

- Übertragen Sie Wettkämpfe live über YouTube oder spezielle Sport-Streaming-Dienste.
- Teilen Sie Updates und Highlights über Social Media, um die Reichweite zu erhöhen.
- Schaffen Sie digitale Treffpunkte für Teilnehmer:innen und Zuschauer:innen, z. B. über Foren oder Chats.

9. Messen Sie Erfolg und optimieren Sie Abläufe.

- Analysieren Sie die Daten der Teilnehmer:innen, um Muster und Trends zu erkennen.
- Werten Sie Feedback aus, um Schwachstellen in der Organisation zu identifizieren.
- Entwickeln Sie datenbasierte Strategien für zukünftige Wettkämpfe.

10. Entwickeln Sie eine langfristige Digitalisierungsstrategie.

- Gehen Sie die Digitalisierung schrittweise an, um Überforderungen zu vermeiden.
- Überprüfen Sie regelmässig eingeführte Systeme und passen Sie diese an neue Entwicklungen an.
- Planen Sie Budgets für digitale Tools, Wartung und Schulungen.

Die Digitalisierung der Wettkampforganisation bietet grosse Effizienzgewinne und verbessert die Transparenz. Durch gezielten Einsatz digitaler Tools, klare Prozesse und Automatisierung können Vereine ihre Veranstaltungen professioneller gestalten. Kooperationen und Live-Streaming tragen dazu bei, die Reichweite und Attraktivität von Wettkämpfen zu erhöhen.

Checkliste Handlungsfeld 9: Organisation und Management von Wettkämpfen

1. Analyse des aktuellen Standes

- Bestandsaufnahme der wichtigsten Schritte in der Wettkampforganisation (z. B. Anmeldung, Zeitplanung, Ergebniserfassung).
- Digitale Schwachstellen und Verbesserungspotenziale identifizieren.

Bis 50 Mitglieder:

- Fokus auf grundlegende Prozesse legen, die viel Zeit beanspruchen.
- Einfache digitale Lösungen zur Unterstützung testen.

Ab 50 Mitglieder:

- Bestehende digitale Systeme evaluieren und in grössere Plattformen integrieren.
- Skalierungsmöglichkeiten für wiederkehrende Wettkämpfe prüfen.

2. Planung und Auswahl geeigneter Tools

- Digitale Tools für Anmeldung, Zeitplanung und Ergebniserfassung evaluieren.

Bis 50 Mitglieder:

- Kostengünstige Lösungen wie Google Forms für die Anmeldung und Excel für die Zeitplanung nutzen.
- Bewährte kostenlose Tools für kleine Events testen.

Ab 50 Mitglieder:

- Professionelle Plattformen wie Fairgate oder Swiss Timing für eine ganzheitliche Wettkampforganisation einführen.
- Digitale Tools mit bestehenden Verwaltungssystemen verknüpfen.

3. Automatisierung der Prozesse

- Online-Anmeldesysteme zur automatisierten Datenspeicherung und Verarbeitung nutzen.
- Zeitmessung und Ergebniserfassung mit digitalen Lösungen optimieren.

Bis 50 Mitglieder:

- Automatisierte Anmelde- und Erfassungssysteme für Teilnehmer:innen einführen.
- Einfache digitale Ergebnis-Apps nutzen, um Resultate effizient zu verwalten.

Ab 50 Mitglieder:

- RFID-Technologie oder spezialisierte Zeitmess-Apps für präzisere Wettkampfanalysen einsetzen.
- Cloud-basierte Plattformen für Echtzeit-Ergebniserfassung und -verbreitung nutzen.

4. Schulungen für Verantwortliche und Mitglieder

- Schulungsangebote für digitale Tools bereitstellen.

Bis 50 Mitglieder:

- Schulungen für grundlegende digitale Anwendungen anbieten.
- Interne Mentor:innen benennen, die ihr Wissen weitergeben.

Ab 50 Mitglieder:

- Fortgeschrittene Schulungen für spezifische Plattformen wie Swiss Timing oder Vereinsverwaltungssoftware einführen.
- Train-the-Trainer-Ansatz nutzen, um Wissen effizient im Verein zu verbreiten.

5. Datenschutz und Datensicherheit gewährleisten

- Klare Richtlinien zur Speicherung und Verarbeitung von Daten der Teilnehmer:innen festlegen.
- Rechtliche Vorgaben einhalten und Datenschutzmassnahmen umsetzen.

Bis 50 Mitglieder:

- Grundlegende Datenschutzmassnahmen umsetzen (z. B. Passwortschutz, verschlüsselte Datenspeicherung).
- Teilnehmer:innen über die Nutzung ihrer Daten informieren.

Ab 50 Mitglieder:

- Fortgeschrittene Sicherheitsprotokolle und Zugriffsbeschränkungen implementieren.
- Verantwortliche für den Datenschutz benennen und regelmässig schulen.

6. Kommunikation und Transparenz verbessern

- Einheitliche Plattform für Zeitpläne, Ergebnisse und Ankündigungen bereitstellen.
- Echtzeit-Updates für Teilnehmer:innen und Zuschauer:innen ermöglichen.

Bis 50 Mitglieder:

- Kommunikation über E-Mail, WhatsApp oder Vereinswebsite zentralisieren.
- Einfache digitale Feedbacksysteme implementieren.

Ab 50 Mitglieder:

- Automatisierte Informationssysteme für Wettkampf-kommunikation nutzen.
- Mobile Apps oder Vereinsplattformen für Live-Updates und Ankündigungen integrieren.

7. Live-Streaming und Zuschauerbindung erhöhen

- Wettkämpfe online übertragen und digitale Reichweite vergrößern.

Bis 50 Mitglieder:

- Plattformen wie YouTube oder Facebook Live für einfache Übertragungen nutzen.
- Social Media für Event-Updates und Ergebnis-veröffentlichungen einsetzen.

Ab 50 Mitglieder:

- Professionelle Streaming-Dienste und interaktive Zu-schauerplattformen nutzen.
- Social-Media-Strategien entwickeln, um Community-Engagement zu steigern.

8. Ressourcen und Kooperationen nutzen

- Synergien mit anderen Vereinen und Verbänden schaffen.

Bis 50 Mitglieder:

- Kooperationen mit anderen Vereinen für die gemeinsame Nutzung von Ressourcen prüfen.
- Kostenfreie Schulungsangebote von Verbänden und Dachorganisationen nutzen.

Ab 50 Mitglieder:

- Externe Expert:innen und Berater:innen für grössere Veranstaltungen einbinden.
- Regelmässigen Austausch mit anderen Sportorganisationen pflegen.

9. Erfolgskontrolle und kontinuierliche Verbesserung

- Datenanalyse zur Messung des Erfolgs von Wettkämpfen nutzen.
- Feedback von Teilnehmer:innen und Zuschauer:innen auswerten.

Bis 50 Mitglieder:

- Teilnehmerzahlen und Zufriedenheit der Teilnehmer:innen dokumentieren.
- Anpassungen basierend auf Rückmeldungen vornehmen.

Ab 50 Mitglieder:

- Fortgeschrittene Analysetools nutzen, um langfristige Trends zu erkennen.
- Strukturierte Feedbackprozesse in die Wettkampfplanung integrieren.

10. Langfristige Strategie und Weiterentwicklung

- Digitalisierung als langfristigen Prozess verstehen.
- Budget für Schulung, Wartung und Weiterentwicklung der Systeme einplanen.

Bis 50 Mitglieder:

- Digitalisierung in kleinen Schritten umsetzen, um Überforderung zu vermeiden.
- Ressourcen gezielt für Trainings- und Wettkampf-organisation einsetzen.

Ab 50 Mitglieder:

- Digitalisierung in die langfristige Vereinsstrategie integrie-ren.
- Jährliche Überprüfung der eingesetzten Tools und Prozesse vornehmen.

Diese Checkliste bietet einen strukturierten Leitfaden, um die Wettkampforganisation durch Digitalisierung effizienter und professioneller zu gestalten. Passen Sie die einzelnen Schritte an die Bedürfnisse und Ressourcen Ihres Vereins an.

Handlungsfeld 10:

Organisation sozialer Veranstaltungen

Einleitung

Soziale Veranstaltungen spielen eine zentrale Rolle für den Zusammenhalt in einem Sportverein. Sie bieten eine Plattform, um zwischenmenschliche Beziehungen zu fördern, die Kommunikation innerhalb des Vereins zu verbessern und ein Gemeinschaftsgefühl zu schaffen. Gerade in einer zunehmend digitalisierten Gesellschaft sind solche physischen Zusammenkünfte von unschätzbarem Wert. Sie tragen dazu bei, die Mitglieder langfristig zu binden und die Identifikation mit dem Verein zu stärken (Buser, 2023).

Die Digitalisierung eröffnet neue Möglichkeiten, soziale Veranstaltungen effizienter zu planen, durchzuführen und nachzubereiten. Von der Organisation über digitale Tools bis hin zur Einbindung sozialer Medien können Vereine ihre Reichweite erhöhen und Prozesse optimieren.

Planung und Durchführung sozialer Veranstaltungen sind komplexe Aufgaben, die häufig eine erhebliche zeitliche und organisatorische Belastung für die Verantwortlichen darstellen. Traditionelle Planungsmethoden wie handschriftliche Listen, E-Mail-Korrespondenz und papierbasierte Einladungen sind zeitaufwendig und oft fehleranfällig.

Besonders kleinere Vereine mit begrenzten Ressourcen sehen sich häufig Herausforderungen gegenübergestellt:

1. Zeit- und Ressourcendruck: Die Organisation sozialer Veranstaltungen erfordert eine präzise Koordination von Zeitplänen, Helfer:innen und Materialien.
2. Kommunikationsprobleme: Fehlende oder ineffiziente Kommunikationskanäle führen oft zu Missverständnissen oder unzureichenden Informationen unter den Beteiligten.
3. Erreichung des Zielpublikums: Viele Vereine haben Schwierigkeiten, ihre Veranstaltungen bei Mitgliedern und in der Öffentlichkeit bekannt zu machen.

Gleichzeitig gibt es rechtliche und organisatorische Herausforderungen, z. B. beim Datenschutz oder der Finanzierung. Die Digitalisierung bietet zahlreiche Möglichkeiten, soziale Veranstaltungen effektiver zu organisieren und durchzuführen:

1. Planung und Kommunikation: Digitale Plattformen wie WhatsApp, Doodle oder dedizierte Vereins-Apps ermöglichen eine einfache und schnelle Koordination zwischen den Verantwortlichen. Cloud-basierte Tools wie Google Workspace erlauben es, Planungsdokumente in Echtzeit zu teilen und gemeinsam zu bearbeiten.
2. Einladungsmanagement: Digitale Einladungsplattformen oder Vereinssoftware wie ClubDesk erleichtern das Senden von Einladungen und die Nachverfolgung von

Rückmeldungen. Automatisierte Erinnerungen erhöhen die Teilnahmequote und minimieren organisatorischen Aufwand.

3. Reichweitensteigerung: Soziale Medien bieten Vereinen eine kostengünstige Möglichkeit, ihre Veranstaltungen zu bewerben und eine breite Zielgruppe zu erreichen. Facebook-Events, Instagram-Storys oder LinkedIn-Beiträge können genutzt werden, um Mitglieder, potenzielle Teilnehmer:innen und Sponsor:innen anzusprechen.
4. Datenerfassung und Feedback: Digitale Tools erlauben es, Teilnahmedaten zu erfassen, Umfragen durchzuführen und Feedback zu sammeln. Diese Informationen können genutzt werden, um zukünftige Veranstaltungen besser an die Bedürfnisse der Mitglieder anzupassen.

Die Organisation sozialer Veranstaltungen ist ein unverzichtbarer Bestandteil des Vereinslebens und bietet zahlreiche Chancen, die Gemeinschaft im Verein zu stärken und die Sichtbarkeit nach aussen zu erhöhen (Nagel et al., 2023). Gleichzeitig erfordert sie eine sorgfältige Planung und stellt insbesondere kleinere Vereine mit begrenzten Ressourcen vor Herausforderungen. Digitale Lösungen bieten hier wertvolle Unterstützung, indem sie Abläufe vereinfachen, die Reichweite vergrößern und die Interaktion mit Mitgliedern und externen Interessierten verbessern. Durch den gezielten Einsatz dieser Tools können Vereine nicht nur effizienter agieren, sondern auch das Veranstaltungserlebnis für alle Beteiligten optimieren.

Erkenntnisse aus Literatur und Umfrage

Die Organisation sozialer Veranstaltungen umfasst Aufgaben wie Planung, Einladung, Koordination von Helfer:innen und die Nachbereitung. Digitale Tools bieten hier erhebliche Vorteile: Sie ermöglichen eine bessere Kommunikation, optimieren den Zeitaufwand und erhöhen die Transparenz zwischen allen Beteiligten. Gleichzeitig eröffnen soziale Medien neue Möglichkeiten, um Veranstaltungen zu bewerben und Zielgruppen zu erreichen.

Ein wichtiger Aspekt ist die Notwendigkeit der Zielgruppenorientierung. Veranstaltungen, die auf die Bedürfnisse und Interessen der Mitglieder zugeschnitten sind, erhöhen die Teilnahmequote und stärken die Identifikation mit dem Verein. Digitale Umfragetools können dabei helfen, Vorlieben und Wünsche der Mitglieder zu ermitteln und diese in die Veranstaltungsplanung einzubinden.

Die Analyse der Wahrnehmung digitaler Fortschritte in der Organisation sozialer Veranstaltungen zeigt interessante altersabhängige Unterschiede. Die Gruppe der unter 20-Jährigen

bewertet den digitalen Fortschritt mit einem Mittelwert von 3,0 als am geringsten, während die Altersgruppen 20-29 Jahre und 40-49 Jahre mit einem Mittelwert von 4,0 den Fortschritt höher einschätzen. Die 30-39-Jährigen folgen mit einem Mittelwert von 3,8, während die 50-59-Jährigen den höchsten Wert von 4,2 vergeben. Auch die 60-69-Jährigen schätzen den Fortschritt positiv ein (Mittelwert 3,9), und die Gruppe der 70-Jährigen und älter liegt mit 4,1 ebenfalls in einem eher hohen Bereich. Diese Schwankungen deuten darauf hin, dass die Wahrnehmung der digitalen Entwicklungen in der Veranstaltungsgestaltung altersabhängig sein könnte. Zusätzlich zeigt die Bewertung der digitalen Entwicklungen in sozialen Veranstaltungen, dass insgesamt 36 % der Befragten die Fortschritte als «fortgeschritten» oder «sehr fortgeschritten» einschätzen. Nur 4 % der Befragten stufen die Entwicklungen in diesem Bereich als «nicht fortgeschritten» ein.

Unterschiede zwischen Vereinsgrössen

Die Umfrage zeigt deutliche Unterschiede in der Organisation sozialer Veranstaltungen je nach Vereinsgröße:

- Kleine Vereine (bis 50 Mitglieder): Diese Vereine stehen oft vor Herausforderungen bei der Ressourcenplanung und setzen seltener auf digitale Lösungen. Häufig werden klassische Methoden wie E-Mails oder persönliche Treffen genutzt.
- Grosse Vereine (mehr als 50 Mitglieder): Diese Vereine profitieren stärker von digitalen Tools. Sie nutzen häufiger Plattformen wie ClubDesk oder Google Workspace und setzen soziale Medien zur Reichweitensteigerung ein.

Die Organisation sozialer Veranstaltungen ist ein entscheidender Faktor für den Erfolg von Sportvereinen. Die Umfrage zeigt, dass die Digitalisierung hier ein grosses Potenzial bietet, um Herausforderungen wie hohen Zeitaufwand, Kommunikationsprobleme und begrenzte Reichweite zu überwinden. Vereine, die digitale Tools nutzen, können ihre Prozesse optimieren, Mitglieder stärker einbinden und die Attraktivität ihrer Veranstaltungen steigern. Gleichzeitig sind Investitionen in Schulungen und Ressourcen erforderlich, um die Akzeptanz und Nutzung digitaler Lösungen zu fördern.

Erkenntnisse aus den Workshops

Herausforderungen

Die Workshops bestätigten viele der bereits in der Literatur beschriebenen Herausforderungen bei der Planung und Durchführung sozialer Veranstaltungen und ergänzten diese um weitere praxisnahe Erkenntnisse. Insbesondere für kleinere Vereine oder solche mit begrenzten Ressourcen wurden folgende Punkte hervorgehoben:

1. Hoher organisatorischer Aufwand: Die umfangreiche Koordination von Terminen, Helfer:innen, Budget und externen Partner:innen stellt für viele Vereine eine grosse Belastung dar. In den Workshops wurde deutlich, dass der tatsächliche Zeitaufwand oft unterschätzt wird, was die Umsetzung zusätzlich erschwert.
2. Unzureichende Kommunikation: Die fehlende oder ineffiziente Abstimmung zwischen Verantwortlichen und Mitgliedern wurde als häufiges Problem genannt. Dies führte in der Praxis nicht nur zu Missverständnissen, sondern erschwerte auch die Mobilisierung von Helfer:innen, was die Durchführung von Veranstaltungen beeinträchtigte.
3. Technikaffinität: Einige Vereinsmitglieder zeigten Vorbehalte gegenüber der Nutzung digitaler Tools. Dies erschwerte die Einführung effizienter Technologien zur Organisation.
4. Reichweite und Sichtbarkeit: Die Teilnehmer:innen der Workshops berichteten, dass es häufig schwierig sei, Mitglieder und externe Zielgruppen effektiv über Veranstaltungen zu informieren und deren Interesse zu wecken.

Lösungsansätze

Die Diskussionen während der Workshops lieferten zahlreiche konkrete Empfehlungen und Best Practices, wie Vereine die genannten Herausforderungen bewältigen können:

1. Digitale Tools für die Planung:
Die Teilnehmer:innen empfehlen den Einsatz von Tools wie Google Workspace oder Vereinssoftware wie ClubDesk, um Aufgaben zu koordinieren, Dokumente zu teilen und die Kommunikation zu verbessern. Besonders positiv werden Plattformen wie Doodle hervorgehoben, die die Organisation von Helfer:innen oder die Terminfindung vereinfachen.
2. Effizientes Einladungsmanagement:
Automatisierte Einladungsplattformen wie Eventbrite werden als effektive Lösung genannt, um den Überblick über Anmeldungen zu behalten und automatisierte Erinnerungen zu versenden. Dies spart Zeit und erhöht die Teilnahmequote.

3. Nutzung sozialer Medien:

Social-Media-Kanäle wie Facebook und Instagram bieten eine kostengünstige Möglichkeit, Veranstaltungen zu bewerben und Zielgruppen zu erreichen. Die Integration von Live-Updates und Event-Feeds wird als effektiver Ansatz angesehen, um die Sichtbarkeit zu steigern.

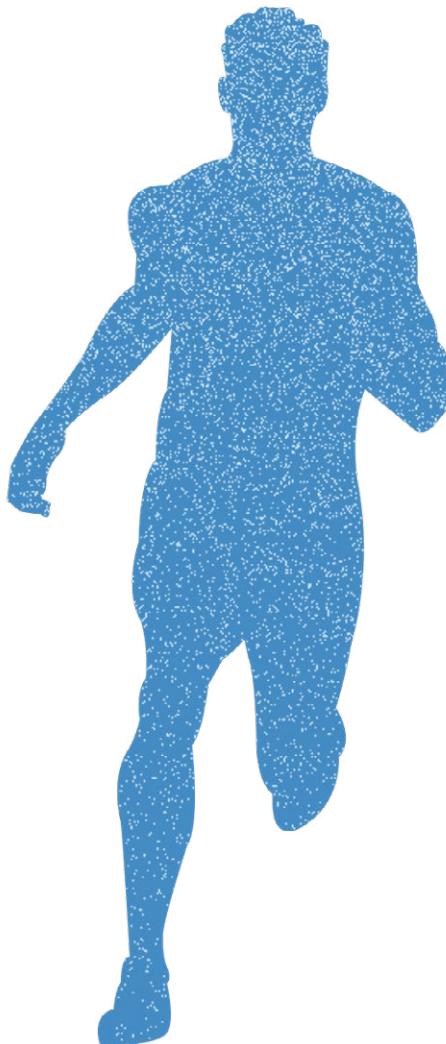
4. Feedback einholen:

Um Veranstaltungen kontinuierlich zu verbessern, empfehlen die Befragten, nach jeder Veranstaltung Feedback von Mitgliedern und Teilnehmer:innen einzuhören. Digitale Umfragen oder Feedback-Apps können dabei helfen, wertvolle Einblicke zu gewinnen.

Potenziale der Digitalisierung

Die Workshops zeigten, dass die Digitalisierung erhebliche Potenziale bietet, soziale Veranstaltungen effizienter und attraktiver zu gestalten. Automatisierte Prozesse wie die digitale Koordination von Helfer:innen sparen Zeit und Ressourcen. Die Workshop-Teilnehmer:innen betonen zudem, dass digitale Tools die Nachbereitung erleichtern, z. B. durch die Dokumentation von Erfolgen oder die Erstellung von Berichten. Ein weiterer Vorteil der Digitalisierung liegt in der Möglichkeit, Veranstaltungen live zu streamen oder in Form digitaler Events zu gestalten. Dies eröffnet insbesondere während pandemiebedingter Einschränkungen neue Wege, Mitglieder und Zielgruppen zu erreichen.

Die Erkenntnisse aus den Workshops zeigen, dass soziale Veranstaltungen ein unverzichtbarer Bestandteil des Vereinslebens sind. Digitale Tools können die Organisation erheblich erleichtern, Kommunikationsprobleme lösen und die Reichweite erhöhen. Gleichzeitig ist es wichtig, alle Mitglieder in den Digitalisierungsprozess einzubinden und deren Bedürfnisse zu berücksichtigen. Besonders im Bereich sozialer Veranstaltungen ist es entscheidend, digitale Lösungen so zu integrieren, dass sie den Austausch und die persönliche Interaktion unterstützen, anstatt sie zu ersetzen. Eine gezielte Einführung neuer Technologien, kombiniert mit praxisnahen Schulungen, kann Verantwortlichen helfen, digitale Möglichkeiten effektiv zu nutzen und gleichzeitig sicherzustellen, dass alle Mitglieder von den Vorteilen profitieren.



Das sollten Sie tun

Die Organisation sozialer Veranstaltungen ist eine zentrale Aufgabe von Sportvereinen, um die Gemeinschaft zu fördern, neue Mitglieder zu gewinnen und das Vereinsimage zu stärken. Basierend auf den Erkenntnissen aus den Workshops werden im Folgenden konkrete Handlungsempfehlungen gegeben, wie Vereine digitale Tools und Ansätze nutzen können, um soziale Veranstaltungen effizienter und erfolgreicher zu gestalten.

1. Analysieren Sie den aktuellen Stand.

- Erfassen Sie alle regelmässig organisierten Veranstaltungen und bewerten Sie Aufwand, Nutzen und Teilnehmerzufriedenheit.
- Dokumentieren Sie bestehende Methoden und Tools und identifizieren Sie Schwachstellen wie ineffiziente Kommunikation oder hohen administrativen Aufwand.

2. Führen Sie digitale Planungstools ein.

- Nutzen Sie Plattformen wie Google Workspace oder Microsoft Teams zur Verwaltung von Aufgaben, Terminen und Dokumenten.
- Koordinieren Sie Helfer:innen mit Doodle oder Eventbrite und implementieren Sie für grössere Vereine spezialisierte Software wie ClubDesk.

3. Optimieren Sie das Einladungsmanagement.

- Automatisieren Sie den Versand von Einladungen mit Tools wie Mailchimp oder über Vereinssoftware.
- Planen Sie Erinnerungen für Teilnehmer:innen und setzen Sie digitale Rückmeldesysteme zur einfachen Anmeldung ein.

4. Verbessern Sie die interne Kommunikation.

- Nutzen Sie zentrale Kommunikationsplattformen wie WhatsApp-Gruppen oder Vereins-Apps.
- Informieren Sie Mitglieder regelmässig über den Planungsstand.

5. Koordinieren Sie Ressourcen und Helfer:innen effizient.

- Erstellen Sie digitale Helferlisten mit Tools wie Trello oder Asana, um Verfügbarkeiten und Aufgaben zu verwalten.
- Definieren Sie klare Rollen, verteilen Sie Aufgaben frühzeitig und planen Sie Ersatzpersonen ein.

6. Nutzen Sie Social Media und Online-Marketing zur Bewerbung der Veranstaltungen.

- Erstellen Sie Veranstaltungsseiten auf Facebook und teilen Sie regelmässige Updates, um die Aufmerksamkeit zu erhöhen.
- Verwenden Sie Instagram-Storys und -Reels, um visuelle Inhalte einzusetzen.

7. Holen Sie Feedback ein und dokumentieren Sie Erfolge.

- Versenden Sie digitale Feedback-Formulare über Google Forms oder SurveyMonkey.
- Dokumentieren Sie Erkenntnisse aus der Veranstaltung und teilen Sie Erfolge über Social-Media-Kanäle.

8. Bieten Sie Schulungen für Verantwortliche an.

- Organisieren Sie Workshops zur Nutzung der gewählten digitalen Tools.
- Ernennen Sie eine Ansprechperson für technische Fragen und stellen Sie Schulungsunterlagen bereit.

9. Berücksichtigen Sie Barrierefreiheit und Inklusion.

- Nutzen Sie inklusive Sprache und achten Sie auf barrierefreie Veranstaltungsorte.
- Bieten Sie digitale Alternativen wie Livestreams oder hybride Veranstaltungsformate an.

10. Entwickeln Sie eine langfristige Strategie.

- Setzen Sie klare Digitalisierungsziele wie die vollständige Umstellung auf digitale Tools oder die Erhöhung der Teilnehmerzahlen.
- Evaluieren Sie regelmässig den Erfolg der Massnahmen und tauschen Sie sich mit anderen Vereinen über Best Practices aus.

Durch den gezielten Einsatz digitaler Tools können Vereine ihre sozialen Veranstaltungen effizienter organisieren, die Kommunikation verbessern und eine grössere Reichweite erzielen. Strategische Planung und kontinuierliche Optimierung ermöglichen langfristigen Erfolg und stärken das Vereinsleben.

Checkliste Handlungsfeld 10: Organisation sozialer Veranstaltungen

1. Analyse des aktuellen Standes

- Liste aller regelmässig organisierten Veranstaltungen erstellen.
- Bestehende Planungsprozesse analysieren und Optimierungspotenziale identifizieren.

Bis 50 Mitglieder:

- Fokus auf Vereinfachung durch kostengünstige, intuitive Tools legen.
- Hauptverantwortliche Person bestimmen, die alle organisatorischen Abläufe koordiniert.

Ab 50 Mitglieder:

- Skalierbare Systeme zur Veranstaltungsorganisation einsetzen.
- Detaillierte Prozessanalyse zur Verbesserung bestehender Abläufe durchführen.

2. Planung und Organisation

- Verantwortlichkeiten für die Veranstaltung klar definieren.
- Digitale Planungs-Tools zur besseren Koordination einführen.

Bis 50 Mitglieder:

- Eine Person als Hauptverantwortliche:n für Planung und Koordination ernennen.
- Einfache Planungs-Tools wie Google Workspace oder Doodle nutzen.

Ab 50 Mitglieder:

- Ein dediziertes Organisationsteam mit klaren Zuständigkeiten aufstellen.
- Professionelle Software wie ClubDesk oder Event-Management-Tools nutzen.

3. Einladungs- und Anmeldemanagement

- Digitale Lösungen für die Einladung und Anmeldung verwenden.

Bis 50 Mitglieder:

- Kostenlose Plattformen wie Google Forms für Anmeldungen nutzen.
- Einfache digitale Einladungen per E-Mail oder WhatsApp versenden.

Ab 50 Mitglieder:

- Automatisierte Anmelde- und Ticketing-Systeme wie Eventbrite oder Vereinssoftware verwenden.
- Integration von Anmeldeprozessen in die Vereinsverwaltungssysteme.

4. Helfer:innen und Ressourcen koordinieren

- Helfer:innen frühzeitig einplanen und Rollen klar definieren.

Bis 50 Mitglieder:

- Direkte Kommunikation über WhatsApp oder E-Mail nutzen.
- Manuelle Helfer-Listen in Excel oder Google Sheets führen.

Ab 50 Mitglieder:

- Kollaborative Tools wie Trello oder Asana zur Verwaltung von Helfer:innen und Aufgaben nutzen.
- Automatische Erinnerungen für Einsätze und Verantwortlichkeiten implementieren.

5. Kommunikation optimieren

- Einheitliche Kommunikationswege für Teilnehmer:innen und Organisator:innen etablieren.

Bis 50 Mitglieder:

- WhatsApp-Gruppen oder dedizierte Chat-Plattformen für Updates nutzen.
- Wichtige Informationen frühzeitig an alle Beteiligten senden.

Ab 50 Mitglieder:

- Interne Kommunikationsplattformen für nahtlose Abstimmung nutzen.
- Automatische Updates und Erinnerungen über zentrale Vereinssoftware einführen.

6. Marketing und Reichweite erhöhen

- Veranstaltungen gezielt über digitale Kanäle bewerben.

Bis 50 Mitglieder:

- Social Media für einfache Ankündigungen und Updates nutzen.
- Visuelle Inhalte wie Fotos oder kurze Videos zur Bewerbung einsetzen.

Ab 50 Mitglieder:

- Social-Media-Strategie mit regelmässigen Beiträgen und Event-Countdowns entwickeln.
- Livestreams oder digitale Veranstaltungsformate für grössere Reichweite nutzen.

7. Feedback und Nachbereitung

- Rückmeldungen von Teilnehmer:innen und Helfer:innen systematisch einholen.

Bis 50 Mitglieder:

- Digitale Umfragen mit Google Forms oder einfachen Feedback-Tools versenden.
- Stärken und Schwächen der Veranstaltung mit dem Team besprechen.

Ab 50 Mitglieder:

- Automatisierte Umfragen nach der Veranstaltung versenden und Ergebnisse analysieren.
- Erfolgsberichte auf Social Media oder der Vereinswebsite teilen.

8. Schulungen und Weiterentwicklung

- Verantwortliche in digitalen Event-Management-Tools schulen.

Bis 50 Mitglieder:

- Niederschwellige Schulungen und individuelle Unterstützung anbieten.
- Interne Workshops zur Nutzung digitaler Planungstools durchführen.

Ab 50 Mitglieder:

- Fortgeschrittene Schulungen zu Event-Management-Software und digitalen Marketingstrategien durchführen.
- Weiterbildungsmöglichkeiten für das Organisationsteam systematisch etablieren.

9. Barrierefreiheit und Inklusion sicherstellen

- Veranstaltungen für alle Mitglieder zugänglich machen.

Bis 50 Mitglieder:

- Sicherstellen, dass Veranstaltungsorte barrierefrei sind.
- Basisoptionen für digitale Teilnahme anbieten.

Ab 50 Mitglieder:

- Hybride Veranstaltungsformate (Live-Streaming, Online-Teilnahme) anbieten.
- Barrierefreie digitale Lösungen für Einladungen und Kommunikation nutzen.

10. Langfristige Strategie entwickeln

- Kontinuierliche Optimierung der Veranstaltungsplanung auf Basis von Feedback und neuen Technologien.

Bis 50 Mitglieder:

- Einfache digitale Prozesse schrittweise einführen.
- Fokus auf persönlicher Kommunikation und Ressourcenplanung.

Ab 50 Mitglieder:

- Integration digitaler Tools in die langfristige Veranstaltungsstrategie des Vereins.
- Jährliche Evaluierung zur Verbesserung der Event-Organisation durchführen.

Diese Checkliste dient als umfassender Leitfaden, um soziale Veranstaltungen durch Digitalisierung effizienter und erfolgreicher zu gestalten. Sie kann flexibel an die spezifischen Bedürfnisse und Ressourcen Ihres Vereins angepasst werden.

App-Übersicht

Eine Auswahl von Apps (Software/Plattformen)
für Sportvereine (Stand Januar 2025)

**Besuchen Sie www.sport-digitalisierung.ch
für weitere Informationen
inklusive Erklärvideos für die Handlungsfelder
und den Bezug des Workshop-Canvas.**





	www.bexio.com
Hersteller:in	bexio AG
Herstellerort bzw. -land	Rapperswil, Schweiz
Datenspeicherung (Land)	Schweiz
Preis pro Jahr (2025)	Kostenlose Testversion für 30 Tage verfügbar; Abos ab CHF 420.00 (exklusives Starter Paket)
Anzahl Nutzer:innen / Admins	1–25
Funktionalitäten	Buchhaltung; Adress- und Mitgliederverwaltung; Buchhaltungsprogramm (Belege/Rechnungen in der App fotografieren und hochladen); QR-Rechnungen; Veranstaltungen und Projekte planen inkl. Meilensteine und Aufgaben definieren und verantwortliche Personen zuweisen; Sponsorenverwaltung (separate Gruppierungen für die Kommunikation); Einbindungen anderer Apps zur massgeschneiderten Lösung; Dokumentenablage; Lagerbestand (z. B. Fanartikel); online Shop erstellen; Newsletter-Integration
Anwendungsbereich/ Kategorien	Mitgliederverwaltung, Sponsorenmanagement, Administration, Materialverwaltung, Marketing
Geeignet für kleine/ mittlere/grosse Vereine	alle
Cloud / lokale Installation / App erhältlich	Cloud; App «bexio Go» erhältlich
Sicherheit	automatische Backups
Schnittstellen/ Datenexport	Excel; diverse Banken
Support-Möglichkeiten	24/7 Support; Schulungsvideos; Live Chat; E-Mail; Telefon
Existierende Nutzer:innen	Keine Angabe
Weiteres/Besonderes	Fokus Buchhaltung; eigenständige Tochtergesellschaft der Mobiliar



	www.beunity.io
beUnity AG	Adliswil, Schweiz
Europa	Kostenlose Version verfügbar: weitere Abos ab CHF 372.00
	ab 1 bis unlimitiert (je nach Lizenz)
	Kommunikation; private Chats; Community- und Gruppenchats; Reservationstool; Umfragen; Helferliste; Kalendersynchronisation; digitaler Mitgliedsausweis; Erstellung von Trainings und Spielplänen
	Mitgliederverwaltung, Intranet, Trainings- und Wettkampfplanung
	alle
	Cloud; App «beUnity» erhältlich
	Datenschutzkonform (DSGVO)
	iFrame; externe Webseiten einbinden
	Self-Service-Support inkl. Anleitungen; Lancierungsunterstützung; persönliche Kundenbetreuer; Chatfunktion; E-Mail
	FC Kilchberg-Rüschlikon
	Digitaler Marktplatz zum Tauschen, Verschenken, Verkaufen von Sachen; Digitaler Leihplatz



	www.campai.com	www.cashctrl.com
Hersteller:in	LuckyShot GmbH	CashCtrl AG
Herstellerort bzw. -land	Berlin, Deutschland	Münchenstein, Schweiz
Datenspeicherung (Land)	Deutschland	Schweiz
Preis pro Jahr (2025)	Kostenlose Testversion für 14 Tage verfügbar; Abos ab EUR 360.00	Kostenlose Version verfügbar für 1 Person / 1 Verein; PRO Version ab CHF 340.00
Anzahl Nutzer:innen / Admins	unbegrenzte Vergabe von Zugriffsrechten	ab 1 bis unlimitiert (je nach Lizenz)
Funktionalitäten	Mitgliederverwaltung; Kommunikation per E-Mail, Post, SMS; Newsletter; Beitragsverwaltung; Buchhaltung; Spendenverwaltung; Mahnwesen; digitaler Mitgliedsausweis; Community-App (für Umfragen, Events, Fahrgemeinschaften etc.)	Buchhaltung; QR-Rechnungen; Adressverwaltung; Artikel- und Anlagenverwaltung; Dokumentenversand per E-Mail; Dokumentvorlagen; Statistiken
Anwendungsbereich/ Kategorien	Mitgliederverwaltung, Intranet, Trainings- und Wettkampfplanung, Administration, Marketing	Mitgliederverwaltung, Administration, Materialverwaltung
Geeignet für kleine/ mittlere/grosse Vereine	alle	alle
Cloud / lokale Installation / App erhältlich	Cloud	Cloud
Sicherheit	Datenschutzkonform (DSGVO)	2-FA
Schnittstellen/ Datenexport	online Banking; DATEV; API	REST API; Excel; CSV; vCard; Import Bankbewegungen; PayPal; SumUp
Support-Möglichkeiten	E-Mail; Telefon; Live-Chat; FAQ; Einrichtungsservice; Schulungen	E-Mail; Tutorials; FAQ; Dokumentationen; Forum
Existierende Nutzer:innen	Bayerischer Fussball-Verband	Liechtensteiner Fussballverband, Skiclub Gstaad, VC Peloton Radsport in Basel, SEL Swiss Esports League, SESF Schweizerischer e-Sports Verband
Weiteres/Besonderes	Keine Angabe	Fokus Buchhaltung



	www.clubdesk.ch	www.clubity.com
Hersteller:in	reeweb ag	Speicherhafen GmbH & Co. KG
Herstellerort bzw. -land	Basel, Schweiz	Hamburg, Deutschland
Datenspeicherung (Land)	Schweiz	Deutschland
Preis pro Jahr (2025)	Kostenlose Testversion für 30 Tage verfügbar; bis 50 Mitglieder kostenlos (eingeschränkte Rechte); danach ab CHF 156.00	Pro Anzahl Mitglieder; kA
Anzahl Nutzer:innen / Admins	unbegrenzte Vergabe von Zugriffsrechten	unbegrenzte Vergabe von Zugriffsrechten
Funktionalitäten	Mitglieder, Sponsoren und Kontakte verwalten; Vereinswebsite erstellen und pflegen; mehrere Webseiten (z. B. für ein Fest); Rechnungen und Buchhaltung führen (diverse Möglichkeiten); QR-Rechnungen/SEPA-Lastschrift; Termine und Veranstaltungen planen; Dokumentenarchiv; Vereins-Mailserver; Sponsorenverwaltung (Präsenz auf Webseite; Gruppierungen (Gold, Silver etc.)	Mitgliederverwaltung; Beitragsabrechnung; Mahnwesen; Mitgliederportal; individuelle Vereinsapp; Kursmodul; Auswertung und Statistik; Personal-Verwaltung; Rechte-Management
Anwendungsbereich/ Kategorien	Mitgliederverwaltung, Sponsorenmanagement, Intranet, Trainings- und Wettkampfplanung, Administration, Marketing	Mitgliederverwaltung, Administration, Intranet
Geeignet für kleine/ mittlere/grosse Vereine	bis 1 000 Mitglieder (+500 weitere Kontakte)	alle
Cloud / lokale Installation / App erhältlich	Cloud	Cloud; App «Clubity» erhältlich
Sicherheit	Datenschutzkonform (DSGVO); SSL gesicherte Webseite; kostenloses SSL-Zertifikat für Vereinswebseite	Datenschutzkonform (DSGVO); tägliche Datensicherung
Schnittstellen/ Datenexport	Google Maps; TWINT; Outlook 365; SEPA-XML-Datei; iCAL-Import; MS Office; nuLiga-Synchronisation; Flickr Integration; ics-Import; VTIMZONE; HELFEREINSATZ; Formulare mit Listen auf Webseite importieren	BOOKANDPLAY; DATEV; GANTNER; finleap
Support-Möglichkeiten	Online-Techsupportformular; E-Mail; ClubDesk-Forum; Technische FAQs; Telefon; Fernwartung mit TeamViewer	E-Mail; Telefon
Existierende Nutzer:innen	Schweizerischer Turnverband; Skiclub Horw; TSV Rothenburg; Tennisclub Fehrlitorf; VBC Wetzikon; Swiss Sailing; PluSport	Eimsbütteler Turnverband e.V., Hamburg Towers e.V.
Weiteres/Besonderes	Beste Vereinsverwaltung 2023 gemäss trusted	Keine Angabe



	www.easyverein.com	www.fairgate.ch
Hersteller:in	SD Software-Design GmbH	Fairgate AG
Herstellerort bzw. -land	Freiburg, Deutschland	Effretikon, Schweiz
Datenspeicherung (Land)	Deutschland	Schweiz
Preis pro Jahr (2025)	Kostenlose Testversion verfügbar; Abos ab EUR 85.68	Kostenlose Testversion; kostenlose Basisversion bis 100 Kontakte; KA der Abos
Anzahl Nutzer:innen / Admins	3–5 Admins (je nach Lizenzgrösse; gegen Aufpreis erweiterbar)	Basisversion bis max. 100 Kontakte
Funktionalitäten	Mitgliederverwaltung mit umfangreichen Such- und Filteroptionen; Buchhaltung; Spendenbescheinigungen; online Sitzungen planen und durchführen; Protokolle führen; Termin- und Veranstaltungskalender; Räume verwalten inkl. Inventar; Ausleihanfrage und verliehene Objekte verwalten; Dateiverwaltung und -ablage; Aufgaben zuteilen und verwalten; Kommunikation; Statistiken; online Aufnahmeformular	Mitgliederverwaltung; Kontaktfelder definieren; Filter; Kommunikation (E-Mail und SMS); Newsletter; Dokumentenverwaltung; Finanzen; Fakturierung für Familien; Webseite; Intranet; Terminplanung; Veranstaltungen; Trainingsplanung; Sponsorenverwaltung (Firmen erfassen; Kontaktperson im Blick; Akquisitionsstatus; Vertragsüberblick; Leistungen erfassen; Statistik; Newsletter-/Webseiten-Verknüpfung; Rechnungsstellung)
Anwendungsbereich/ Kategorien	Mitgliederverwaltung, Intranet, Trainings- und Wettkampfplanung, Administration, Infrastruktur, Materialverwaltung, Marketing	Mitgliederverwaltung, Sponsorenmanagement, Intranet, Trainings- und Wettkampfplanung, Administration, Marketing
Geeignet für kleine/ mittlere/grosse Vereine	bis 500 Mitglieder (jedoch gibt es individuelle Lösungen für bis 100 000 Mitglieder)	alle
Cloud / lokale Installation / App erhältlich	Cloud; App «easyVerein» erhältlich	Cloud
Sicherheit	Datenschutzkonform (DSGVO); SSL gesicherte Webseite	Datenschutzkonform (DSGVO), verschlüsselte Verbindung, automatisch tägliche Backups, Benutzerrechte
Schnittstellen/ Datenexport	Online-Banking; Dropbox; REST API; PDF; Excel; CSV; iCal/ics; Vcard; CleverReach	Twint; RaiseNow; Abacus; GotCourts; sage; CREALOGix; Bank/Post; csv-Import; HELFEREINSATZ
Support-Möglichkeiten	Hotline; E-Mail Anfrage; Live-Chat; FAQs; Handbuch	Telefon; E-Mail; Handbuch; Info-Videos; Schulungen; Kurse
Existierende Nutzer:innen	Hamburger-Sportverein e.V.; Schweriner Tennis-Club 1908 e.V.; TC Neupotz; Eishockey Club Nordhorn e.V.	Schwimmclub Aarefisch; HSC Suhr Aarau; FC Lenzburg; BTV Aarau Athletics; Kadetten Schaffhausen Handball; Pfadi Winterthur Handball; STV Baden Volleyball; Racing Club Gränichen; TC Brugg
Weiteres/Besonderes	Keine Angabe	Keine Angabe



	www.force8.coach	www.hitobito.com
Hersteller:in	Force8 AG	Hitobito AG; eine Softwarelösung von Puzzle ITC GmbH mit Sitz in Bern, Schweiz
Herstellerort bzw. -land	Zürich, Schweiz	Bern, Schweiz
Datenspeicherung (Land)	Portugal	Schweiz
Preis pro Jahr (2025)	Kostenlose Demo und Offerte verfügbar; Abo ab CHF 420.00	Kostenlose Demo verfügbar; Gratisversion verfügbar; Abos ab CHF 1320.00
Anzahl Nutzer:innen / Admins	unbegrenzte Vergabe von Zugriffsrechten	unbegrenzt
Funktionalitäten	Trainingsplan; Wettkampfmanagement; Kommunikation (WebApp, E-Mail, Besprechungen, Fragebogen); Trainingstagebuch; Trainingsanalysen und Monitoring	Mitgliederverwaltung; Rollen- und Berechtigungsverteilung; Administration von Kursen und Events; Newsletterversand; Forum; Finanzen; Kalender
Anwendungsbereich/ Kategorien	Intranet, Trainings- und Wettkampfplanung	Mitgliederverwaltung, Administration, Marketing
Geeignet für kleine/ mittlere/grosse Vereine	alle	alle
Cloud / lokale Installation / App erhältlich	Cloud; App «Force8 Coach» verfügbar	Cloud
Sicherheit	Datenschutzkonform (DSGVO); revDSG	Datenschutzkonform (DSGVO); ISO- und FINMA-zertifizierte Server
Schnittstellen/ Datenexport	ASI; Power BI; CRM/ERP Exports; Dartfish; Data Warehousing; WebApp; Garmin; Polar; Suunto	EBICS; Postfinance; Excel; ics; Outlook; Mailchimp; Cloudrexx; CSV; PDF
Support-Möglichkeiten	Email; Support-Center; Help-Center mit Video Tutorials; Telefon	E-Mail; Telefon
Existierende Nutzer:innen	Swiss-Ski; Swiss Badminton; LC Brühl; SWISSCURLING; Swiss Shooting; Swiss Aquatics; Swiss Cycling TSP Mittelland; Swiss Ice Hockey; Golf Club Davos; Deutscher Eishockey-Bund	Swiss Canoe; Pfadibewegung Schweiz; Pro Natura; Die Mitte
Weiteres/Besonderes	Keine Angabe	Keine Angabe



Hersteller:in	Kurabu GmbH	www.localclubs.ch
Herstellerort bzw. -land	Berlin, Deutschland	Schweiz
Datenspeicherung (Land)	Deutschland und Niederlande (in Zukunft ausschliesslich in Deutschland)	Schweiz
Preis pro Jahr (2025)	Kostenlose Testversion für 30 Tage verfügbar; Abos ab EUR 348.00	Kostenlose Testversion für 30 Tage; kostenlose Version verfügbar bis 100 Mitglieder; dann ab CHF 252.00
Anzahl Nutzer:innen / Admins	unbegrenzte Vergabe von Zugriffsrechten	unbegrenzt
Funktionalitäten	Mitgliederverwaltung; online Vereinseintritt (inkl. via App oder Social Media); Beitrags- abrechnung; Termin- und Veranstaltungskalender inkl. Event/Kurs- & Platzbuchung; Vereins-App; Spendenverwaltung; Intranet; Vereinskommunikation; eigene E-Mail-Adresse; Ratgeber und Webinare (z. B. Sponsorensuche; Digitalisierung; Mitgliedergewinnung)	Mitgliederverwaltung; Kommunikation (Newsletter; E-Mails); Buchhaltung; Beiträge und Spenden; digitaler Mitgliederausweis; Statistiken; Datenspeicherung; Benutzerverwaltung
Anwendungsbereich/ Kategorien	Mitgliederverwaltung, Sponsorenmanagement, Intranet, Trainings- und Wettkampfplanung, Administration, Infrastruktur, Materialverwaltung, Marketing	Mitgliederverwaltung, Administration
Geeignet für kleine/ mittlere/grosse Vereine	bis 700 Mitglieder (individuelle Lösung für mehr als 700 Mitglieder)	alle
Cloud / lokale Installation / App erhältlich	Cloud; App «KURABU» erhältlich	Cloud
Sicherheit	Datenschutzkonform (DSGVO)	Datenschutzkonform (DSGVO)
Schnittstellen/ Datenexport	CSV; Excel; SEPA-Lastschriftverfahren; PayPal; Social-Media Anbindung	API
Support-Möglichkeiten	Videoanruf, Hotline; Kontaktformular; FAQs; Video-Tutorials; E-Mail Anfrage; Direkthilfe in Anwendung; Chat-Funktion für Mitglieder	Persönliche Online-Schulungen; Einrichtungsservice
Existierende Nutzer:innen	TSG Bergedorf; Hamburger Segel-Club	TV Müllheim; TV Muri Handball; TV Bassersdorf; Faustball International Running Club Zürich
Weiteres/Besonderes	Keine Angabe	Keine Angabe



Netxp-Verein

	www.mth-software.de	www.netxp-verein.de
Hersteller:in	MTH Software GmbH & Co. KG	Netxp GmbH
Herstellerort bzw. -land	Laupheim, Deutschland	Eggenfelden, Deutschland
Datenspeicherung (Land)	Deutschland	Deutschland
Preis pro Jahr (2025)	Kostenlose Demoversion; Abos ab EUR 50.00	Kostenlose Testversion für 30 Tage verfügbar; Abos ab EUR 90.00 + einmalige Einrichtungsgebühr EUR 99.00
Anzahl Nutzer:innen / Admins	unbegrenzte Vergabe von Zugriffsrechten	unbegrenzte Vergabe von Zugriffsrechten
Funktionalitäten	Mitgliederverwaltung; Kommunikation (Serienbriefe, E-Mails); Statistiken; Buchhaltung; Dokumentenverwaltung und -vorlagen; Inventarverwaltung; Veranstaltungsplanung	Vereinsverwaltung inkl. Terminplaner; Mitgliederverwaltung; Buchhaltung inkl. Beitragsverwaltung; Kommunikation (Serienbriefe /-mails; SMS); Formulare und Briefvorlagen; elektronische Belegablage; online Banking
Anwendungsbereich/ Kategorien	Mitgliederverwaltung, Administration, Materialverwaltung	Mitgliederverwaltung, Administration
Geeignet für kleine/ mittlere/grosse Vereine	alle	alle
Cloud / lokale Installation / App erhältlich	Cloud	Cloud
Sicherheit	Datenschutzkonform (DSGVO); End-zu-End-Verschlüsselung; automatische Backup Sicherung	Redundante Datenhaltung; tägliche Datensicherung; verschlüsselte Kommunikationsleitung
Schnittstellen/ Datenexport	DATEV; Excel; CSV; Outlook; Thunderbird	DATEV; Excel; CSV
Support-Möglichkeiten	Hotline; Kontaktformular; FAQs; Fernwartung; Lernvideos; E-Mail; Handbuch; Hilfe im Programm	Hotline; E-Mail; Fernwartung; wöchentliche online Schulungen; Lernvideos
Existierende Nutzer:innen	Deutsche Ultramarathon Vereinigung e.V.; Dance Evolution Neuwied e.V.	Nürnberger Hockey- und Tennis-Club e.V. 1910; Shotokan Karate Club Frankenthal e.V.; Würzburger Fussballverein e.V.
Weiteres/Besonderes	Keine Angabe	Keine Angabe



www.webling.ch

Hersteller:in

uSystems GmbH

Herstellerort bzw. -land

Winterthur, Schweiz

Datenspeicherung (Land)

Schweiz

Preis pro Jahr (2025)

Kostenlose Testversion für 30 Tage verfügbar; Abos ab CHF 118.80

Anzahl Nutzer:innen / Admins

unbegrenzte Vergabe von Zugriffsrechten

Funktionalitäten

Vereinsstruktur in Gruppen und Adresslisten organisieren; Intranet mit Terminen, Anmeldungen und News; Terminkalender; Präsenzlisten für Anlässe; Anmeldeformular für Neumitglieder; Briefe, Rechnungen, Etiketten, GV-Einladungen und Newsletter; eigene Datenfelder definieren; Buchhaltung, Rechnungsstellung, automatische Zahlungsverbuchung, QR-Rechnungen und TWINT, SEPA-Lastschriften; übersichtliche Budgetzahlen und Grafiken; Statistiken; Serienbriefe; SMS-Versand; Duplikate finden

Anwendungsbereich/ Kategorien

Mitgliederverwaltung, Intranet, Trainings- und Wettkampfplanung, Administration, Materialverwaltung

Geeignet für kleine/ mittlere/grosse Vereine

bis 1000 Mitglieder

Cloud / lokale Installation / App erhältlich

Cloud

Sicherheit

Datenschutzkonform (DSGVO); verschlüsselte Verbindung; automatisch tägliche Backups; 2-FA

Schnittstellen/ Datenexport

Excel; DATEV Export; TWINT; WordPress-Plugin; HELFEREINSATZ; CardDAV Synchronisation; Rest-API

Support-Möglichkeiten

E-Mail; Dokumentation/Tutorials; Nutzerforum

Existierende Nutzer:innen

AFC Vienna Vikings, Turnfabrik Frauenfeld, FC Buchs-Dällikon

Weiteres/Besonderes

Keine Angabe



www.meinverein.de

Buhl Data Service GmbH

Neunkirchen, Deutschland

Deutschland

Kostenlose Testversion für 14 Tage verfügbar; Abo ab EUR 120.00

1–3 Admins

Mitgliederverwaltung; Buchhaltung; online Banking; Erstellung von Spendenquittungen; Kommunikation (E-Mails; Gruppenchats; Newsletter); Kalender

Mitgliederverwaltung, Intranet, Administration, Marketing

alle

zwei verschiedene Anwendungen: Cloud oder lokale Installation; Vereins-App verfügbar

Datenschutzkonform (DSGVO)

Excel; PayPal

Hotline; Ticket-System; online Handbuch; Video Tutorials; FAQs

FC Heitersheim e.V.

Keine Angabe



SPiRTMEMBER

www.sportmember.ch

Hersteller:in	Holdsport.dk ApS	www.vereinsplaner.de
Herstellerort bzw. -land	Aarhus, Dänemark	Lmnop group GmbH
Datenspeicherung (Land)	Deutschland	Linz, Österreich
Preis pro Jahr (2025)	Kostenlose Testversion; kostenlose Basisversion verfügbar	Kostenlose Testversion für 30 Tage verfügbar; kostenlose Version verfügbar
Anzahl Nutzer:innen / Admins	unbegrenzte Vergabe von Zugriffsrechten	unbegrenzte Vergabe von Zugriffsrechten
Funktionalitäten	Mitgliederverwaltung; vereinsinterne Kommunikation; automatische Mitgliederbeiträge; Vereins- und Trainingskalender; Taktik und Aufstellung; Intranet mit Galerie und Chats; Statistiken; Baukasten für Vereinswebseite; Fahrgemeinschaften; Belegungsplan (Plätze, Bahnen, Ausrüstung); Strafenkatalog; Spielberichte verfassen; Sitzungsverwaltung; Sponsoren-Präsenz auf Webseite	Mitgliederverwaltung; Beitragserfassung; Vereinsstruktur mittels Gruppen; Terminverwaltung; News Beiträge per Push-Benachrichtigung oder E-Mail verschicken inkl. Lesebestätigung; Finanzverwaltung; Statistiken; Dokumentenverwaltung; Inventarverwaltung inkl. Verleihsystem; Vereins-Chat; Umfragen im Verein
Anwendungsbereich/ Kategorien	Mitgliederverwaltung, Sponsorenmanagement, Intranet, Trainings- und Wettkampfplanung, Administration, Infrastruktur, Materialverwaltung, Marketing	Mitgliederverwaltung, Intranet, Administration, Materialverwaltung
Geeignet für kleine/ mittlere/große Vereine	alle	bis 1500 Mitglieder
Cloud / lokale Installation / App erhältlich	Cloud; App «SportMember» verfügbar	Cloud; App «Vereinsplaner» verfügbar
Sicherheit	Datenschutzkonform (DSGVO)	Datenschutzkonform (DSGVO)
Schnittstellen/ Datenexport	Kalender-Synchronisation (z. B. Outlook, Apple, Google); Excel	SEPA; Excel
Support-Möglichkeiten	E-Mail; Support-Hotline; Kontaktformular; FAQs	Live-Chat; E-Mail; FAQ
Existierende Nutzer:innen	SC Blau-Weiss 06 Köln; milliSPORTS; Renault Club Schweiz	Steelvolley Linz; Skiclub Rapperswil-Jona
Weiteres/Besonderes	Keine Angabe	Keine Angabe



www.sewobe.de/vereinssoftware	www.spielerplus.de
Hersteller:in SEWOBE AG	Sportplatz Media GmbH
Herstellerort bzw. -land Augsburg, Deutschland	Hamburg, Deutschland
Datenspeicherung (Land) Deutschland	EU und ggf. USA
Preis pro Jahr (2025) Kostenlose Testversion verfügbar; Abos ab EUR 588.00	Kostenlose Basisversion verfügbar bis 30 Mitglieder; Premium-Abo ab EUR 53.99
Anzahl Nutzer:innen / Admins 5 Admins: gegen Aufpreis erweiterbar	unbegrenzte Vergabe von Zugriffsrechten
Funktionalitäten Buchhaltung; SEPA-Lastschriften; Mitglieder verwalten; Kommunikation im Mitgliederportal; Serien-E-Mail und Serien-SMS; Datenauswertungen; Spenden	Kalender; Abstimmungen; Statistiken; Chat; Strafenkatalog; Push-Benachrichtigungen; Intranet; Team Cloud; Eltern-Accounts; Fahrgemeinschaften
Anwendungsbereich/ Kategorien Mitgliederverwaltung, Intranet, Trainings- und Wettkampfplanung, Administration, Marketing	Mitgliederverwaltung, Intranet, Trainings- und Wettkampfplanung, Administration, Marketing
Geeignet für kleine/ mittlere/große Vereine alle	alle
Cloud / lokale Installation / App erhältlich Cloud; App «MemberPORTAL» erhältlich	Cloud; App «SpielerPlus» erhältlich
Sicherheit SaaS; tägliches Backup; verschlüsselte Geräte des Anbieters, die nur über VPN-Zugänge erreichbar sind; Trusted-Cloud Zertifizierung	Datenschutzkonform (DSGVO)
Schnittstellen/ Datenexport PayPal; SaferPay; SEPA-Lastschriften; DATEV; MS Teams; Google Authenticator; Google Geocodierung; Google Maps; Datenaustausch JSON, XML und CSV	Spielpläne (Excel oder csv) importieren; Google Fit; Apple Health; TEAMTIP
Support-Möglichkeiten E-Mail Anfrage; Videoanruf; Hotline; Serviceportal; Video-Tutorials und online Handbuch; App	online Support-Portal; Telefon; E-Mail
Existierende Nutzer:innen Turnerschaft 1887 Selb e.V.; Tioga Verein zur Förderung des Segelsports e.V.	ESV Olympia Köln
Weiteres/Besonderes Keine Angabe	Appstauber (Deals und Angebote von Partner erhalten)

Fallstudien

Einsichten und Inspirationen von Sportvereinen
aus dem In- und Ausland



Beijing Guoan Football Club

Anonym

Interview/Validierung: 11.01.2024

Sportart: Fussball

Peking, China

Gründungsjahr: 1992

www.fcguaon.com



F1: Welche langfristigen Ziele verfolgt Ihr Verein (Vision, Strategie)?

Beijing Guoan hat sich zum Ziel gesetzt, ein führender Verein im Bereich der Digitalisierung zu sein und die Interaktion mit den Fans sowie die betriebliche Effizienz durch Technologie und Innovation zu verbessern. Die Vision umfasst den Einsatz von Spitzentechnologie, um die Wettbewerbsfähigkeit des Teams zu steigern und digitale Plattformen wie soziale Medien und mobile Apps zu nutzen, um die Fangemeinde und den Bekanntheitsgrad der Marke zu vergrößern.

F2: Was beinhaltet Ihre digitale Strategie, an welchen digitalen Themen/Projekten arbeiten Sie?

Im Mittelpunkt unserer digitalen Strategie steht die Einrichtung einer umfassenden digitalen Plattform, die als Drehscheibe für die Interaktion mit den Fans und die Datenanalyse dient. Dazu gehören die Nutzung sozialer Medien und mobiler Apps, um das Engagement der Fans zu erhöhen, sowie die Datenanalyse zur Optimierung von Trainings- und Spielstrategien.

F3: Welche Technologien (z. B. Apps) setzen Sie ein?

Neben grundlegenden Social-Media- und Datenanalyse-Tools setzen wir auf fortschrittliche 5G+XR-Technologien, um das Spielerlebnis für die Fans zu verbessern. Intelligente KIoT-Roboter spielen eine Schlüsselrolle bei der Bereitstellung vielfältiger Dienste und betrieblicher Effizienz. Mit dieser Kombination von Technologien stehen wir somit an der Spitze der Digitalisierung im Sport.

F4: Welche Barrieren mussten Sie bei der Vereins-Digitalisierung überwinden?

Im Zuge der digitalen Transformation sahen wir uns mit Herausforderungen konfrontiert wie der Modernisierung der bestehenden technologischen Infrastruktur, der Verbesserung der technischen und Service-Fähigkeiten von Lieferanten und Partnern sowie der Sicherstellung, dass alle digitalen Bemühungen mit der Gesamtstrategie und den Zielen des Teams übereinstimmen.



F5: Welche Vorteile bringt die Digitalisierung (was sagen z. B. die Mitglieder)?

Die Digitalisierung hat es uns ermöglicht, effektiver mit den Fans in Kontakt zu treten und unsere Marktpräsenz zu verbessern. Darüber hinaus hat die Datenanalyse das Training und die Spielleistung verbessert. Die Digitalisierung hilft auch bei der Verbesserung der Geschäftsabläufe, wie z. B. bei der Steigerung der Einnahmen durch verbesserte Werbe- und Merchandise-Verkaufsquoten.

F6: Welchen Ratschlag geben Sie einem Sportverein, der sich digitalisieren möchte?

Unsere Erfahrung zeigt, dass Vereine, die eine Digitalisierung anstreben, zunächst ihre spezifischen Ziele und Bedürfnisse klar definieren sollten. Entscheidend ist, die richtigen technologischen Lösungen auszuwählen und sicherzustellen, dass Mitarbeiter:innen und Mitglieder angemessen geschult sind, um neue Technologien effektiv zu nutzen. Auch die Beachtung der Datensicherheit und des Schutzes der Privatsphäre der Nutzer:innen ist für eine erfolgreiche Digitalisierung entscheidend.

Curling Club Baden Regio

Philipp Bader, Präsident

Andy Müller, Verantwortlicher interne Applikationen

Interview/Validierung: 09.06.2024

Sportart: Curling

Baden, Schweiz

Gründungsjahr: 1997

www.ccbadenregio.ch



F1: Welche langfristigen Ziele verfolgt Ihr Verein (Vision, Strategie)?

- Betrieb eines Curlingvereins zur Ausübung und Förderung des Curling-Sports.
- Führen einer Curlingschule für Erwachsene und das grösste Juniorencenter der Schweiz.
- Papierloses Vereinsgeschäft;
- Self-Service-Applikationen für alle Belange der Mitglieder, des Vorstandes und der Ressort-Chef:innen.

Es wurde geschaut, wie die einzelnen Ressorts des Vorstandes sowie der externen Buchhaltungs-Dienstleister:innen von Routinearbeiten entlastet werden können. Dazu gehören – nicht abschliessend – die Aufnahme neuer Mitglieder, Statusänderungen bestehender Mitglieder, Austritte, Beitragsrechnungsstellung und -versand, aber auch Turnieradministration (Anmeldung zu internen und «öffentlichen» Turnieren) sowie die Administration von Events (Plausch-Curling für Firmen und Private – eine der Haupteinnahmequellen des CCBR). Alle Ressorts werden von Freiwilligen geleitet, und deshalb war das Ziel, deren Zeit optimal zu nutzen, also möglichst wenig mit administrativen Tätigkeiten zu belasten, welche die Maschine genauso gut erledigen kann. Momentaner Stand: Die Anforderungen wurden alle erfüllt, derzeit werden höchstens noch kleinere Anpassungen an den verschiedenen Apps vorgenommen.

F2: Was beinhaltet Ihre digitale Strategie, an welchen digitalen Themen/Projekten arbeiten Sie?

Wir möchten eine zentrale, von überall pflegbare Infrastruktur zur Verfügung haben. Eine transparente, aber trotzdem sichere IT-Umgebung liegt uns am Herzen. Die Integration mit übergeordneten Stellen (Verband, kantonale und Bundesstellen, Swiss Curling etc.) soll es uns ermöglichen, auch in diesen Bereichen papierlos und ohne System- bzw. Medienbrüche arbeiten zu können. Hier sind die Arbeiten noch im Gange. Der Verband selbst hat in den vergangenen Jahren mehrmals die Ausrichtung der IT-Systeme überdacht und geändert, sodass wir hier noch auf die Anbindung warten müssen. Wir haben mit den IT-Verantwortlichen des Verbandes (Swiss Curling) die externen Unterstützer:innen sichergestellt.

F3: Welche Technologien (z. B. Apps) setzen Sie ein?

MS Office 365 und diverse webbasierte Tools: Mitgliederdatenbank, Belegungsplan, Turnierverwaltung, Eventmanagement, Vermietung Learn2Curl. Wir setzen webbasierte Anwendungen auf der Basis von PHP und MySQL DB ein. Diese sind weitestgehend «responsive» für die Nutzung auf mobilen Geräten, jedoch gibt es keine eigenen Apps für Android, iOS etc. Der Vorgang für die Entscheidungsfindung war folgendermassen: Das vorhandene Wissen der Entwickler bestand aus den genannten Technologien und erwies sich für die geforderten Funktionalitäten als ausreichend und sinnvoll. Durch die responsive Technologie macht die Entwicklung von iOS- und/oder Android-Apps keinen Sinn. 99 % der Apps werden ohnehin an einem PC bzw. auf einem Tablet genutzt.

F4: Welche Barrieren mussten Sie bei der Vereins-Digitalisierung überwinden?

- Unsicherheiten bei den Mitgliedern;
- Einrichten der Kollaborations-Tools von MS Office 365;
- Datenschutzrichtlinien erarbeiten.

Es musste vor allem Vertrauen in die IT geschaffen werden (v. a. bei älteren Mitgliedern), und wir haben Schulungen mit wenig IT-affinen Benutzer:innen durchgeführt. Die Schulung war nur innerhalb des Vorstandes notwendig und fand in direkten internen «Kursen» statt.

Für die Mitglieder sind die Apps möglichst intuitiv gestaltet worden, und es hat sich gezeigt, dass kaum Rückfragen gestellt wurden. Wenn, dann helfen sich die Mitglieder gegenseitig aus – Curling ist ja ein Teamsport, und so wird das Wissen meist innerhalb der Teams geteilt. Neumitglieder werden ebenfalls so instruiert und kennen zumindest eine App bereits, weil auch das Beitrittsgesuch online mit einer der Apps gestellt wird. Zum Vertrauen schaffen: Das dauert immer noch an und zeigt sich (für viele Insider:innen unverständlichweise) zum Beispiel daran, dass wir immer noch eine Handvoll Mitglieder haben, die nicht bereit sind, ihre IBAN in der Benutzerverwaltung zu hinterlegen. Ansonsten führen wir jedoch – abgesehen von Wohnadresse – keine besonders schützenswerten Daten in unseren Systemen und haben den Zugriff auf die vereinsinternen Daten bestmöglich geschützt.

F5: Welche Vorteile bringt die Digitalisierung (was sagen z. B. die Mitglieder)?

Die Zusammenarbeit im Vorstand wurde vereinfacht. Die Administration von Mitgliedern und Events ist einfacher und zentral. Bei der Übergabe von Aufgaben bzw. Ämtern kann der Zugang weitergegeben werden, und damit sind alle Dokumente übergeben. Der Hallenbelegungsplan ist jederzeit aktuell und von allen transparent einsehbar.

Papierlose Administration aller vereinsinternen Prozesse (Mitgliederverwaltung, Rechnungswesen, Turnier-Administration, Event Management, Vereinsversammlungen etc.). Mittlerweile gibt es grosse Akzeptanz und intensive Nutzung. Die Zeitgewinnung dank Digitalisierung ist zum Teil signifikant: Die Erstellung der Jahresbeitragsrechnungen inkl. allfälliger pro-rata-Rechnungen dauert nicht mehr als 30 Sekunden. Und das für mehr als 300 Mitglieder! Diese Daten werden anschliessend per E-Mail an die externe Buchhaltungsstelle übermittelt, welche den Rechnungsversand, die Debitorenkontrolle und das Mahnwesen übernimmt. Vor der Einführung der App war dies ein sehr zeitaufwendiger Prozess, der mehrere Stunden in Anspruch nahm und zudem auch fehleranfällig war. Auch das Event Management wurde deutlich beschleunigt, weil die gesamte Kommunikation inkl. Versand und Rücksendung von Verträgen und Rechnungen digitalisiert werden konnte.

F6: Welchen Ratschlag geben Sie einem Sportverein, der sich digitalisieren möchte?

Die Digitalisierung löst nicht alle Probleme, aber sie unterstützt, um die Professionalisierung voranzutreiben. In Zukunft wird es für Vereine immer wichtiger, den Anschluss nicht zu verlieren. Interessierte Personen ausserhalb des Vereins wollen sich heute sofort und schnell online informieren, wenn sie gerade daran denken.

Step by step, Mitglieder nicht überfordern, Vertrauen in die Digitalisierung schaffen, Schulungen und Begleitung bei der Anwendung der digitalen Systeme. Das Vorgehen sehe ich so:

1. Analyse der bestehenden «Kernprozesse» und deren Aufwand pro Vereinsjahr
2. Aufwandschätzung für die Erstellung/Einführung einer digitalen Lösung
3. Kosten-/Nutzenanalysen
4. Entscheid
5. Entwicklung, Testbetrieb, Schulung, Einführung

Immer step by step, einen Themenbereich nach dem anderen, kein Big Bang mit Umstellung sämtlicher Prozesse, aber dennoch Abhängigkeiten und mögliche Synergien im Auge/Kopf behalten. Vertrauen kann mit einer frühzeitigen Kommunikation vom Vorstand zu den Mitgliedern aufgebaut werden. Transparent darstellen, welche Daten erhoben und gespeichert werden – eine Datenschutzregelung ist heute ja sowieso Pflicht. Je nach vorhandenem Wissen und Können reicht für die Umsetzung wohl eine Person, vielleicht braucht es eine zweite. Es braucht aber die vollumfängliche Unterstützung und Rückendeckung des gesamten Vorstandes!

FC Ettingen

Olivia Altenhoff, Trainerin und Kifu-Verantwortliche
Interview/Validierung: 01.05.2024
Sportart: Fussball
Ettingen, Schweiz
Gründungsjahr: 1933
www.fc-ettingen.ch



F1: Welche langfristigen Ziele verfolgt Ihr Verein (Vision, Strategie)?

Kindern und Jugendlichen Freude am Fussball vermitteln. Wir brechen die Ziele des Schweizerischen Fussballverbands auf den Verein herunter. Aktuell sind wir in der Planung, zusammen mit den Kindern die Vereinswerte zu definieren. Jedes Kind darf diese auf eine Karte schreiben oder malen. Anschliessend werden diese zu einem Plakat zusammengefügt und im Clubhaus aufgehängt.

F2: Was beinhaltet Ihre digitale Strategie, an welchen digitalen Themen/Projekten arbeiten Sie?

Einführung einer neuen Mitgliederverwaltungssoftware, bessere Kommunikationsmöglichkeiten mit den Eltern. Es wurde eine Analyse im Vorstand gemacht, welche Möglichkeiten für uns in Frage kommen.

Wir haben uns für ClubDesk entschieden und sind noch am Prüfen, welche Optionen außer dem Rechnungsversand noch darüber laufen werden. Die Frage, ob alle beteiligten Eltern, Trainer:innen usw. darauf Zugriff haben, sind wir noch am Abklären. Externe Unterstützung haben wir uns keine geholt.

F3: Welche Technologien (z. B. Apps) setzen Sie ein?

Spieler Plus, Clubcorner, ClubDesk. Clubcorner ist vom schweizerischen Fussballverband zur Verfügung gestellt worden. Die Vereine haben dies so übernommen und arbeiten ausschliesslich damit für Spieleranmeldungen, Turnieranmeldung, Kaderverwaltung usw.

SpielerPlus hat sich im Fussball durchgesetzt. Zahlreiche Vereine haben uns diese App empfohlen und wir sind sehr zufrieden damit. Es ist aber notwendig, ein Premium-Abo zu lösen, um diese App optimal nutzen zu können. Die Kosten sind moderat.

F4: Welche Barrieren mussten Sie bei der Vereins-Digitalisierung überwinden?

Aufwand für die Einführung, Akzeptanz von Trainer:innen und Eltern. Wir sind immer noch in diesem Prozess. Im August 2024 wird in jeder Mannschaft ein Elternabend stattfinden, um den Eltern die Bedeutung der neuen Funktionen und der SpielerPlus-App nochmals näherzubringen. Gewisse Funktionen sind mittlerweile für die Eltern Pflicht. So geht z. B. das An- und Abmelden von Trainings und Turnieren nur via SpielerPlus.

F5: Welche Vorteile bringt die Digitalisierung (was sagen z. B. die Mitglieder)?

Zeitersparnis bei Versand, Einsparungen bei Versandkosten, weniger Retouren von Vereinsbeiträgen.

Die Eltern brauchen Zeit, um sich an die Umstellungen zu gewöhnen. Sie müssen selber aktiv sein.

Immer wieder kommunizieren und via Elternabend die nötigen Infos geben. Hilfestellung bei Unklarheiten via Telefon und persönliche Gespräche.



F6: Welchen Ratschlag geben Sie einem Sportverein, der sich digitalisieren möchte?

Mut haben, es zu machen, auch wenn man zu Beginn gerade bei den Eltern auf Kritik stösst.

Eine Ansprechperson pro Team ist sehr wichtig und zeigt den Eltern, dass man sie nicht alleine lässt.
Elternabende sind immer eine sehr gute Möglichkeit, das Ganze den Eltern auch visuell näherzubringen.

Ständige Kommunikation.



FC St. Gallen

Sandro Dal Farra, Bereichsleiter Digital & ICT
Interview/Validierung: 22.01.2024
Sportart: Fussball
St. Gallen, Schweiz
Gründungsjahr: 1879
www.fcsg.ch



F2: Was beinhaltet Ihre digitale Strategie, an welchen digitalen Themen/Projekten arbeiten Sie?

Vor fünf Jahren haben wir eine digitale Strategie entwickelt. Wir definierten, dass wir mit digitalen Services einen Mehrwert für unsere Fans generieren, der kombiniert werden kann mit Sponsor:innen, um Geld generieren zu können. Also Investitionen, welche einen Nutzen für Fans ergeben und die idealerweise monetarisiert werden können.

F3: Welche Technologien (z. B. Apps) setzen Sie ein?

Wir optimieren die Touchpoints zu den Fans und haben damit vor fünf Jahren begonnen. Wir haben mittlerweile eine neue Webseite und einen neuen Online-Shop lanciert. Des Weiteren führen wir eine Videoplattform im Netflix-Stil mit FCSG TV und wir haben ein Radio implementiert, das das Spiel der ersten Mannschaft mit zwei Kommentator:innen kommentiert. Auch die Social-Media-Kanäle wurden überarbeitet und wir haben einen WhatsApp-Service mit News über Spielresultate etc.

Parallel dazu haben wir Back-up-Systeme eingebaut und die Webseite mit CMS versehen. Das Ticketing-Portal ist ebenfalls neu und wir haben über alle Kanäle ein einziges Login (vorher waren es x verschiedene). Unser CRM hilft, das Kundendatenmanagement im Griff zu haben, und es vereinfacht die Kommunikation bei Kampagnen.

Eine Mobile-App haben wir bis anhin nicht (resp. nur für das Radio). Grund dafür ist, dass wir erst eine App einführen möchten, wenn wir einen Mehrwert für uns und unsere Fans sehen.

F4: Welche Barrieren mussten Sie bei der Vereins-Digitalisierung überwinden?

Eine zentrale Herausforderung war das Change Management. Im Sportumfeld arbeiten viele Personen mit unterschiedlichen Hintergründen und Kenntnissen. Es war entscheidend, alle Beteiligten einzubinden und praxisnah zu vermitteln, dass Digitalisierung eine Unterstützung darstellt – nicht eine Hürde. Dabei spielte der Umgang mit Bedenken eine wichtige Rolle, ebenso wie die Schaffung eines gemeinsamen Verständnisses für den Wandel.

F5: Welche Vorteile bringt die Digitalisierung (was sagen z. B. die Mitglieder)?

Dank der Digitalisierung haben die Involvierten mehr Zeit für andere Arbeiten. Die Digitalisierung verkürzt einige Arbeitsschritte. Früher wurde z. B. ein Mailing lange geplant und es war sehr zeitintensiv. Heute kann ein Mailing innerhalb eines halben Tages vorgenommen werden, von der Idee bis zum Versand.

F6: Welchen Ratschlag geben Sie einem Sportverein, der sich digitalisieren möchte?

Ich empfehle einen Top-down-Approach; der VR und der CEO müssen voll hinter der Digitalisierung stehen. Dazu braucht es ein entsprechendes Budget und entsprechende Persönlichkeiten – besser intern als eine externe Organisation. Eine interne Ansprechperson vereinfacht es, die Veränderung anzupacken und vorwärtszugehen.

Feedback während des Digitalisierungsprozesses ist wichtig. Wir haben bei der Lancierung der Website ein Feedback-Formular zur Verfügung gestellt und so viele Rückmeldungen erhalten. Auch über unsere allgemeine E-Mail-Adresse sowie telefonisch sind viele Feedbacks eingegangen.

Wir haben eingeführt, dass vor dem Match beim Catering eine Bratwurst bestellt werden kann und so muss sie dann nur noch am Stand abgeholt werden. An diesem Stand war ich, um direktes Feedback der Fans einholen zu können. Kurz: Erreichbarkeit und das Ernstnehmen von Feedbacks sind sehr wichtig.



Fussballclub (1. Bundesliga)

Anonym, Digitalchef
Interview/Validierung: 30.01.2024
Sportart: Fussball (1. Bundesliga)
Deutschland
Gründungsjahr: 20. Jahrhundert



F1: Welche langfristigen Ziele verfolgt Ihr Verein (Vision, Strategie)?

Wir haben vor 6 bis 12 Monaten Ziele für uns definiert, weil wir in Diskussionen gemerkt haben, dass es nicht klar ist, welche Ziele wir verfolgen. Wir sind ein Verein, der organisch gewachsen ist und deshalb ist vieles informell passiert, ohne dass es niedergeschrieben wurde. Jetzt besteht Klarheit darüber, worauf wir hinarbeiten.

Die neun Kernziele sind folgende:

1. Sportlicher Erfolg – insbesondere der Lizenzmannschaft
2. Wirtschaftliche Gesundheit des Unternehmens aus eigener Kraft
3. Identifikation der Fans mit dem Verein sowie Beibehalten des familiären Ansatzes
4. Unternehmenskultur, bei der sich die Mitarbeitenden motiviert, ambitioniert und zufrieden mit dem Arbeitgeber identifizieren

Die nächsten Ziele resultieren aus den vorherigen und geniessen sekundäre Priorität:

5. Optimierung der Nachwuchssarbeit
6. Optimierung des Frauen- und Mädchenfussballs
7. Erhalt und weitere Verbesserung der Infrastruktur rund ums Stadion
8. Nachhaltigkeit und Stärkung des Bewusstseins für klimabewusstes Handeln
9. Grundlage für informierte Entscheidungen schaffen

Diese Ziele bearbeiten wir direktionsübergreifend und versuchen sie zu erreichen respektive zu verbessern.

F2: Was beinhaltet Ihre digitale Strategie, an welchen digitalen Themen/Projekten arbeiten Sie?

Das letzte Ziel «Grundlage für informierte Entscheidungen schaffen» ist ein Stück weit das Oberziel, das wir mitverantworten. Wir verändern gerade unsere gesamte Plattform-Architektur nach innen und aussen. Nach innen heisst, wir haben ein neues CRM angeschafft. In diesem Zuge haben wir auch ein neues Marketingtool eingeführt, um Kund:innen noch besser ansprechen zu können. Nach aussen hin gibt es eine neue Website, eine neue App und einen neuen Merchandising-Shop. Das alles immer mit dem Ziel, die Kund:innen, also Fans, besser bedienen zu können. Wir schaffen das mit den informierten Entscheidungen. Informierte Entscheidungen können aber nur getroffen werden, wenn wir Daten gewinnen und sie auch entsprechend auslesen und analysieren.

F3: Welche Technologien (z. B. Apps) setzen Sie ein?

Wir haben eine eigene Performance-App selbst programmiert. Da werden die Spieldaten zusammengeführt und in einer sehr verdaulichen Form für die Trainer:innen und Spieler:innen dargestellt. Der/die Spieler:in sieht beispielsweise, wie viel er gelaufen ist und vieles mehr. Die App soll den Trainer:innen helfen, das, was sie wahrnehmen, zu objektivieren. Da sind wir am Anfang des Weges. Man kann diese App noch viel mehr ausbauen. Der Sport muss sich zunächst mehr mit dieser Möglichkeit beschäftigen und erkennen, dass es eine gute Sache ist. Schlagwort Data Literacy – weil da noch mehr geht.

F4: Welche Barrieren mussten Sie bei der Vereins-Digitalisierung überwinden?

Eine Barriere findet sich in den kulturellen Bereichen, obwohl die Leute im Grossen und Ganzen verstanden haben, dass die Digitalisierung wichtig ist. Ein weiteres Hindernis ist das Vertrauen, dass die Digitalisierung einen richtigen Mehrwert bieten kann und uns nach vorne bringt. Das muss noch wachsen.

Das sehe ich jedoch nicht als wirkliche Barriere. Das Niveau ist einfach sehr unterschiedlich. Es gibt einige, die sind ausschliesslich digital, und andere, die noch immer einen grossen Taschenrechner haben. Das ist in Ordnung.

Ich sehe eine Barriere auch darin, zu verstehen, wie viel Power die Daten haben und warum es wichtig ist, dass wir nicht mehr ein Spieltag-Heftchen herumliegen haben, wo wir keine Ahnung haben, wer das gelesen hat. Sondern dass wir das mindestens noch in der App haben, wenn nicht sogar das physische Heft ganz eliminieren.

Das Ganze zieht sich bis in den Sport, wo der Scout sich sehr gut auf Daten stützen könnte, um seine subjektive Meinung zu objektivieren.

F5: Welche Vorteile bringt die Digitalisierung (was sagen z. B. die Mitglieder)?

Die Kolleg:innen merken, dass Arbeitsschritte eingespart werden. Es gibt viele Aha-Effekte. Beispiel: Wir bieten unser Heimtrikot an. Das Angebot wird mit dem Newsletter an ca. 100 000 Kontakte verschickt und die Conversion Rate ist bei ca. 1 %. Wenn wir uns aber durch unsere Datensammlung anschauen, wer schon ein Trikot hat resp. wer letztes Jahr ein Trikot kaufte und dieses Jahr noch keins hat, können wir das Mailing gezielter verschicken und erzielen eine Conversion Rate von 5 %. Bei solchen Beispielen erkennen alle, dass die Digitalisierung einen Vorteil bringt. Das sind nämlich Fakten, die man nicht wegdiskutieren kann.

Da wächst Vertrauen und hier und da auch Freude. Wenn man nie mit neuen digitalen Tools gearbeitet hat und man gar nie damit beginnt, dann wird die Hürde immer grösser, den Sprung ins Wasser zu wagen. Wenn man dann aber im Wasser steht, merkt man, dass es gar nicht so kalt ist.

F6: Welchen Ratschlag geben Sie einem Sportverein, der sich digitalisieren möchte?

Zuerst eine Gesamtstrategie formulieren, daraus eine digitale Roadmap ableiten, dann step by step – wie krabbeln, gehen, laufen – sozusagen mit der Herausforderung wachsen und die Themen priorisiert und schrittweise angehen.

Ebenso ist der Kulturwandel wichtig. Auch viel Empathie nach innen ist gefragt. Vieles kann man intern machen. Für Spezifisches können Expert:innen für einige Stunden dazugeholt werden. Zudem braucht es intern Leute, die die Fäden in der Hand haben. Digitale Projekte sind abteilungsübergreifend und deshalb ist es wichtig, dass jemand den Überblick behält und auch mal den Mut hat zu sagen, wenn ein Trend nicht ins Unternehmen passt.

HC Rychenberg

Mario Kradolfer, Marketing & Kommunikation
Interview/Validierung: 21.06.2024
Sportart: Unihockey
Rychenberg, Schweiz
Gründungsjahr: 1983
www.hcrychenberg.ch



F1: Welche langfristigen Ziele verfolgt Ihr Verein (Vision, Strategie)?

Wir sind vor fünf Jahren von einer normalen Turnhalle in eine Arena gezogen. Dabei war der Fokus auf der Aufgliederung und Umsetzung. Diesen Teil haben wir gemacht. Momentan investieren wir in den Sportbereich. Wir möchten uns neu aufstellen und neue Strukturen schaffen. Jetzt geht es darum, die Qualität zu halten. Natürlich wollen wir sportlich erfolgreich sein und Meister werden. Aber es braucht viele Faktoren, die zusammenspielen müssen, damit das funktioniert. Als Verein haben wir eine ziemliche Entwicklung gemacht und im Moment sind wir daran, das Ganze zu festigen.

F2: Was beinhaltet Ihre digitale Strategie, an welchen digitalen Themen/Projekten arbeiten Sie?

Eine rein digitale Strategie haben wir nicht. Bei uns geht es mehr darum, mit welchen Tools wir in welchen Bereichen arbeiten. Das möchten wir klar definieren und danach die Effektivität und Effizienz der Tools steigern. Wir verwenden beispielsweise Microsoft 365, was eine sehr breite Palette bietet. Bei all den Leuten, die mit uns zusammenarbeiten – und das oft im Ehrenamt machen –, müssen wir uns fragen, was wir von ihnen verlangen können, wie wir am besten zusammenarbeiten und wie die Datenablage aussieht. Des Weiteren haben wir einige Sport-Tools, die wir verwenden. XPS zum Beispiel ist ein Programm, mit dem wir Daten ablegen, Videos schneiden und An-/Abmeldungen erfassen können. Spond ist ein weiteres Tool. Das setzen wir im Juniorenbereich ein, um die Kommunikation mit den Eltern zu vereinfachen und für die An- und Abmeldungen. Spond ermöglicht es auch, Kalender einer Familie anzugeben. So kann beispielsweise ein Vater, der im Verein ist, seinen Kalender koppeln mit dem seiner Kinder, die ebenfalls Mitglieder sind. Das dient einer einfacheren Übersicht und Korrespondenz.

Dann benutzen wir reine Videotools wie Dartfish. Wir benutzen viele verschiedene Tools, denn jedes Tool deckt etwas ab und hat seinen Vorteil. Es ist aber teilweise schwierig, in diesem Dschungel klar zu sehen. Wir haben auch ein Ticketing-System und natürlich alle Social-Media-Kanäle, über welche die Kommunikation läuft. Das sind unsere Bereiche, an denen wir dran sind. Ich kann nicht

sagen, dass wir eine ausgefeilte Strategie haben. Aber wir wollen sicher effizienter werden – auch auf der Geschäftsstelle. Wir sind vier Personen, ich bin zu 100 % angestellt, zwei weitere zu 40 % respektive 50 % und dann noch jemand mit 10 % fürs Grafische.

In einem Sportverein wiederholt sich viel. Grob gesagt ist es jedes Jahr dasselbe zur selben Zeit. Daher könnte man sich schon besser aufstellen und Checklisten machen. Dort sind wir noch nicht so aufgestellt, wie wir es wollen.

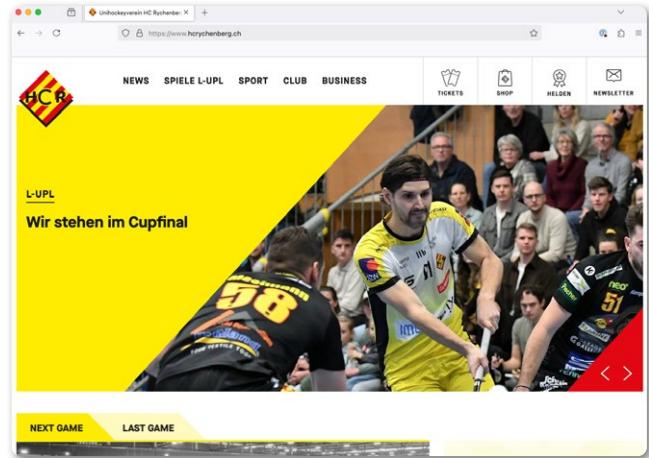
F3: Welche Technologien (z. B. Apps) setzen Sie ein?

Wir benutzen Microsoft 365 zur Dateiablage, Fairgate für die Vereinsverwaltung, Spond für die Kommunikation und Planung mit den Junioren/Eltern, XPS, Mailchimp und Fairgate für Newsletter, on form als Video-Coaching-Tool für einige, ContentFries für das Bündeln der verschiedenen Social-Media-Kanäle auf unserer Website, Adobe im grafischen Bereich und Helfereinsatz.

F4: Welche Barrieren mussten Sie bei der Vereins-Digitalisierung überwinden?

Es ist eine Schwierigkeit, so viele Tools zu haben. Jedes Tool kann irgendetwas. Wir haben z. B. bei unseren Spielen ein Pausenspiel. Dort können die Zuschauer einen QR-Code scannen und dann an einem Wettbewerb teilnehmen. Jeder Bereich braucht eine andere App oder Plattform. Wichtig ist, dass jeder eine E-Mail-Adresse braucht – vor allem bei uns, wo wir mit Microsoft 365 arbeiten. Da können allgemeine E-Mail-Adressen wie «sportchef@...» zwar etwas helfen, aber dennoch sind es unzählige verschiedene Adressen.

Ein weiteres Problem ist der/die Anwender:in. Obwohl wir viele Büroleute in unserem Verein haben, heißt das nicht, dass sie alles Digitale mühelos verstehen und machen. Außerdem gibt es das Problem, dass der/die Trainer:in im Training stehen müsste, aber auch Video-Coaching-Tools benutzen sollte. Das XPS-Programm kann viel und ist umfangreich. Wir können auch Übungen hinterlegen. Aber wir haben gemerkt, dass die Trainer:innen zu wenig Resourcen und Interessen haben, um zu erlernen, was sie noch machen könnten. Man müsste einen Profibetrieb haben, damit sich die Leute das Wissen aneignen.



Der Mangel an Ressourcen ist sicherlich eine Hürde, ebenso das Anwenderprofil. Wir haben das Glück, dass wir nicht viel Gegenwind haben im Thema Digitalisierung, was wahrscheinlich u. a. darauf zurückzuführen ist, dass wir viele Junge im Verein haben. So ist es eher möglich, etwas durchzubringen oder zu ändern, ohne grosses Change Management. Viele Junge bedeuten jedoch andere Herausforderungen oder Fragen, wie beispielsweise die, ab welchem Alter die Korrespondenz von den Eltern auf das Kind wechselt. Auch die Frage, ab wann ein Kind eine E-Mail-Adresse hat, ist schwierig. Bei uns wird nämlich bereits ab fünf Jahren darüber kommuniziert.

Die Digitalisierung führt zu noch mehr Informationen und sie beschleunigt deren Vertrieb. Dadurch ist die Aufmerksamkeit nicht immens. Die Rate, wer z. B. den Newsletter öffnet, ist sehr klein. Dadurch ist es eine Schwierigkeit, wie man an die Leute herankommt.

Fehlendes Geld und Helfer:innen sind auch immer Challenges für Sportvereine. Das ist aber nicht nur im Bereich der Digitalisierung so.

F5: Welche Vorteile bringt die Digitalisierung (was sagen z. B. die Mitglieder)?

Die Digitalisierung wächst automatisch mit. Bei uns ist das Hauptkommunikationsmittel E-Mail. Auch immer mehr Rechnungen werden per E-Mail verschickt. So können wir Portokosten sparen. Zudem sind wir viel schneller. Man sieht, wer zahlt und wer nicht. Man erreicht extrem viele Leute innerhalb kurzer Zeit dank der Digitalisierung. Ein Sharepoint ist auch ein Vorteil für die Datenablage. Diese Zusammenarbeit ist somit erleichtert.

Die Digitalisierung kann auch ein Erlebnis sein. So könnten wir beispielsweise nach einem Heimspiel dank den Daten den Besucher:innen eine Nachricht schicken und uns für den Support bedanken. Leider haben wir bis dato zu wenig Ressourcen, um das zu machen. Man könnte so viel mehr vermarkten. Es ist ein Business Case: Je mehr Ressourcen du hast, desto mehr musst du rausholen, um das auch zu rechtfertigen.

F6: Welchen Ratschlag geben Sie einem Sportverein, der sich digitalisieren möchte?

Obwohl wir keine hatten, würde ich empfehlen, eine Strategie zu haben. Zudem finde ich, dass eine Datenablage sehr wichtig ist und als gute Basis dient. Die Korrespondenz muss über E-Mail verlaufen und das muss den (neuen) Mitgliedern von Anfang an bewusst sein. Ein gutes CRM ist sehr wichtig. Fairgate ist keine Wunderwaffe, aber wir haben es schon lange und wir haben die Daten in diesem Tool. Ein gutes CRM-System zu haben, ist sehr wertvoll. Auch Microsoft 365 ist wichtig und gut. Das wären die ersten Schritte.

Dann ist es unabdinglich, auf Social Media aktiv zu sein. Je mehr du in diesen Bereich investierst, desto mehr hilft es dir auch als Verein. Als ich hier angefangen habe, haben wir sehr stark angefangen, über diese Kanäle zu kommunizieren. Das bringt einen Vorteil fürs Image des Vereins. Die Leute kennen dich und wissen, wann die Spiele sind. Der Verein wird einfach attraktiver und somit kann es auch im finanziellen Bereich zu positiven Veränderungen kommen.

Ich habe das Gefühl, wir sind jetzt am Ende der Fahnenstange angekommen. Viel weiter ist irgendwann schwierig. Wir sind jetzt am Konsolidieren, um den Status quo zu halten und zu optimieren.

Pfadi Winterthur Handball

Lukas Wernli, Geschäftsführer
Interview/Validierung: 28.06.2024
Sportart: Handball
Winterthur, Schweiz
Gründungsjahr: 1938
www.pfadi-winterthur.ch



F1: Welche langfristigen Ziele verfolgt Ihr Verein (Vision, Strategie)?

Wir verfolgen die Vision der nachhaltigen Entwicklung junger Menschen mittels des Handballsports sowie das erfolgreiche Betreiben von Spitzenhandball auf höchstem nationalem Niveau.

F2: Was beinhaltet Ihre digitale Strategie, an welchen digitalen Themen/Projekten arbeiten Sie?

Wir arbeiten digital konkret am WhatsApp-Channel zur Kommunikation mit unserer Community, an einem Livestreaming-Projekt mit der gesamten Liga sowie in der Organisation mit der Implementierung von Microsoft Teams zur effizienteren Arbeit intern.

F3: Welche Technologien (z. B. Apps) setzen Sie ein?

Microsoft Teams, WhatsApp, RED.

F4: Welche Barrieren mussten Sie bei der Vereins-Digitalisierung überwinden?

Zurückhaltung gegenüber Digitalem/Neuem, Prozessanpassungen – «man hat es schon immer so gemacht».

F5: Welche Vorteile bringt die Digitalisierung (was sagen z. B. die Mitglieder)?

Effizientere und zielgerichtetere Kommunikation, Abläufe optimiert, am Puls, schneller, innovativer.

F6: Welchen Ratschlag geben Sie einem Sportverein, der sich digitalisieren möchte?

Mut zum Tun – es lohnt sich!

Schwimmclub

Anonym, leitende Funktion
Interview/Validierung: 26.07.2024
Sportart: Schwimmen
Schweiz
Gründungsjahr: 20. Jahrhundert



F1: Welche langfristigen Ziele verfolgt Ihr Verein (Vision, Strategie)?

Der Schwimmclub verfolgt eine doppelte Strategie. Zum einen soll jeder die Möglichkeit haben, Schwimmen als Breitensport auszuüben. Zum anderen ist es das Ziel des Vereins, zu den besten Nachwuchsstützpunkten der Schweiz zu gehören.

F2: Was beinhaltet Ihre digitale Strategie, an welchen digitalen Themen/Projekten arbeiten Sie?

Um das Vereinsangebot zu finanzieren, wird der Schwimmclub von einer Schwimmschule unterstützt. Der Vorstand hat kürzlich beschlossen, eine Übersicht über die eingesetzte IT-Hardware und Software zu erstellen, um die zukünftige Organisation zu planen. Das Thema Digitalisierung ist also bekannt und der Verein arbeitet daran.

F3: Welche Technologien (z. B. Apps) setzen Sie ein?

Der Schwimmclub verwendet eine Vielzahl von Technologien – wahrscheinlich zu viele. Ein Ziel ist es, die verschiedenen Verwaltungsinstrumente zu konsolidieren und zu reduzieren. Teilweise wird dies möglich sein, teilweise nicht. Der Verband arbeitet mit Fairgate, weshalb der Club dieses Tool nutzen muss, um Mitglieder beim Verband anzumelden und Lizenzen zu beantragen. Aus verschiedenen Gründen wird jedoch nicht das gesamte Vereinsmanagement über Fairgate abgewickelt. Deshalb muss parallel ein weiteres Verwaltungstool genutzt werden, das auch für die Schwimmschule genutzt wird, z. B. für die Mitglieder- und Kundenverwaltung, Kursplanung und Rechnungsstellung. Diese Software ist jedoch veraltet, und der Club stellt derzeit auf eine neue Software um. Der Fahrplan dafür wird bald festgelegt. Die Wahl fiel auf einen kleineren Anbieter, der sich auf Kursmanagement-Software und Logistik spezialisiert hat. Von der Software erhofft sich der Club, dass sie genau auf die Bedürfnisse zugeschnitten ist. Die Software wird cloudbasiert sein, um eine einfachere gemeinsame Ablage und flexibles Arbeiten von überall aus zu ermöglichen.

F4: Welche Barrieren mussten Sie bei der Vereins-Digitalisierung überwinden?

Der Schwimmclub arbeitet noch stark papierbasiert. Eine grosse Hürde besteht darin, die Gewohnheit zu durchbrechen, da viele Mitarbeitende es vorziehen, Dinge in den

Händen zu halten. Eine weitere Herausforderung ist es, eine IT-Betreuung zu finden, die die Übersicht behält, während der Verein dennoch genug Freiheiten hat, einfache IT-Aufgaben selbst zu übernehmen. Aktuell wird das bestehende System bereinigt und neu abgestimmt, um es optimal einzusetzen zu können. Neben den genannten Softwares setzt der Club auch schwimmspezifische Programme wie Splash TeamManager für die Anmeldung zu Wettkämpfen, Splash MeetManager für die Organisation von Wettkämpfen und Commit Swimming für die Trainingsplanung ein. Dieses international genutzte Programm erlaubt es, Zeiten pro Athlet:in und Verein zu hinterlegen. Für die Zeitmessung bei Wettkämpfen gibt es eine spezielle Software, die die geschwommenen Zeiten in den MeetManager importiert.

F5: Welche Vorteile bringt die Digitalisierung (was sagen z. B. die Mitglieder)?

Die Digitalisierung ist ein schleichender Prozess, der von den Mitgliedern kaum wahrgenommen wird. Wettkämpfe werden beispielsweise nicht mehr mit Stoppuhren, sondern mit einer Zeitmessanlage gemessen, was mittlerweile Standard ist. Wenn es technische Probleme gibt, merken die Sportler:innen jedoch schnell, dass etwas nicht funktioniert. Läuft alles reibungslos, erleichtert die Digitalisierung die Arbeit erheblich und spart viel Zeit und Aufwand. Jede Software hat ihre Eigenheiten, die man kennen muss. Auch die Qualität der Infrastruktur kann entscheidend sein, wie zum Beispiel das Netzwerk bei der Zeitmessung. Die Digitalisierung soll die Effizienz steigern und Zeit sparen – das ist auch die Erwartung an die neue Software für die Mitgliederverwaltung, wodurch letztlich auch Kosten gesenkt werden können.

F6: Welchen Ratschlag geben Sie einem Sportverein, der sich digitalisieren möchte?

Zunächst sollte eine genaue Standortbestimmung erfolgen, um klar zu definieren, was zu einem bestimmten Zeitpunkt benötigt wird. Unüberlegte Entscheidungen, bei denen vorschnell eine Software gekauft wird, sollten vermieden werden. Es ist wichtig, die Bereitschaft zu haben, die Vereinsprozesse an die Software anzupassen und nicht umgekehrt. Erfahrungsgemäss entstehen sonst hohe Kosten und es funktioniert am Ende doch nicht so, wie man es sich vorgestellt hat. Deshalb sollte im Vorfeld genau überlegt werden, was wirklich gebraucht wird.

Singapore Gaelic Lions

Liam Mc Ginley, früheres Committee-Mitglied, Spieler
Interview/Validierung: 16.01.2024
Sportart: Fussball und Hurling
Singapur
Gründungsjahr: 1997
www.gaeliclions.org



F1: Welche langfristigen Ziele verfolgt Ihr Verein (Vision, Strategie)?

Unser Verein, die Singapore Gaelic Lions, ist ein irischer GAA-Club. Er ist sowohl ein Sportverein als auch ein kulturelles und soziales Zentrum in Singapur. Wir wollen den irischen Sport in Singapur weiter ausbauen. Wir haben eine Jugendabteilung, die auch Kindern den Zugang zu Gaa ermöglicht. An den Wochenenden kommen in der Regel 40 bis 60 Kinder im Alter von 3 bis 14 Jahren zu uns. Gaa ist ein Amateursport und der Verein ist nicht auf Gewinn ausgerichtet. Wir wollen sicherstellen, dass der Sport für alle, die sich engagieren wollen, zugänglich ist.

F2: Was beinhaltet Ihre digitale Strategie, an welchen digitalen Themen/Projekten arbeiten Sie?

Wir sind ein recht einfacher Club. Wir hatten gerade diese Woche unsere Jahreshauptversammlung und es wurde darüber diskutiert, einige unserer Beiträge in den sozialen Medien auf TikTok auszuweiten, eine Plattform, die wir derzeit nicht nutzen.

F3: Welche Technologien (z. B. Apps) setzen Sie ein?

Auch das ist ganz einfach. Wir kommunizieren die meiste Zeit über WhatsApp-Gruppen. Eine E-Mail mit einer Erinnerung an die Jahreshauptversammlung wird normalerweise verschickt, aber nur sehr wenige andere E-Mails. Wir nutzen die Team App, um das Training zu planen, und die Spieler:innen melden sich über die App an. Wir geben auch die Kader für grosse Wettbewerbe über die App bekannt. Wir haben eine Website und posten auf Facebook und Instagram, um für unseren Verein zu werben und uns für diejenigen sichtbar zu machen, die vielleicht nach Singapur ziehen oder die hier sind und sich für eine Mitgliedschaft interessieren könnten.

Wie viele andere nutzte auch unser Club während COVID Zoom für Clubtreffen. Wir nutzen Zoom weiterhin, um Ausschussmitgliedern die Teilnahme an gemeinsamen Sitzungen zu ermöglichen, wenn sie nicht in Singapur sind. Wir haben auch die Jahreshauptversammlung digital über Zoom verfügbar gemacht.

F4: Welche Barrieren mussten Sie bei der Vereins-Digitalisierung überwinden?

Es gab keine grossen Hindernisse, aber manchmal war es schwierig, die Mitglieder dazu zu bringen, die App herunterzuladen, ein Konto einzurichten und vor allem mit der App zu arbeiten. Dies verbesserte sich mit der Zeit, als die Leute mit dem Prozess vertrauter wurden. Wir hatten eine Zeit lang ClubZap ausprobiert, da dies eine sichere Plattform bot, über die Mitglieder ihre jährlichen Mitgliedschafts- und Reisegebühren bezahlen konnten. Es gab jedoch eine Verwaltungs- oder Bearbeitungsgebühr in Prozent, und wir haben beschlossen, in Zukunft darauf zu verzichten. Digitales Banking ist in Singapur sehr einfach, sodass die Zahlung von Mitgliedsbeiträgen und Reisekosten sehr einfach ist.

F5: Welche Vorteile bringt die Digitalisierung (was sagen z. B. die Mitglieder)?

Die Stack Team App hilft bei der Sitzungsplanung, was den Trainer:innen das Leben erleichtert. Sie hilft auch bei der Erfassung der Anwesenheit. Das digitale Banking ist sehr einfach und unkompliziert und hilft bei der Verwaltung der Vereinskonten.

F6: Welchen Ratschlag geben Sie einem Sportverein, der sich digitalisieren möchte?

Wir befinden uns in einer «digitalen Revolution», und ich würde Sportvereinen raten, mitzuhalten. Einige Apps und Dienste sind völlig kostenlos und können ein grossartiger Service für Kommunikation, Verwaltung und Terminplanung sein. Bei kostenpflichtigen Diensten muss natürlich darauf geachtet werden, dass die Kosten das Budget nicht übersteigen.



Stadtturnverein Wil

Ralph Wüthrich, Präsident

Interview/Validierung: 14.12.2023

Sportart: Fitness (polysportiv), Geräteturnen, Kindersport (inkl. polysportiv), Kunstdrehen, Vereinsturnen, Volleyball
9500 Wil, Schweiz

Gründungsjahr: 1859

www.stadtturnvereinwil.ch



F1: Welche langfristigen Ziele verfolgt Ihr Verein (Vision, Strategie)?

Unsere Vision ist folgende: Wir bieten ein attraktives Sportangebot für alle Altersgruppen. Wir schaffen ein Umfeld, das unsere Mitglieder anspornt, damit wir sportlich erfolgreich sind und Freude an der Bewegung haben. Wir pflegen aktiv Freundschaft, Geselligkeit und unsere Kernwerte.

F2: Was beinhaltet Ihre digitale Strategie, an welchen digitalen Themen/Projekten arbeiten Sie?

Mit unserer digitalen Strategie haben wir drei Ziele verfolgt:

- a) Vereinsorganisation – durch automatisierte und digitale Abläufe sollen Funktionsträger:innen entlastet werden;
- b) ganzheitliches Kommunikationskonzept – aktuelle und potenzielle Mitglieder sollen aktiv in die Vereinskommunikation eingebunden werden;
- c) digitales Büro – ein digitales Büro verzichtet so weit wie möglich auf Papier und schont so die Umwelt und die Finanzen des Stadtturnvereins Wil.

F3: Welche Technologien (z. B. Apps) setzen Sie ein?

Unsere Analyse hat ergeben, dass es leider kein Tool/keine App gibt, das/die alle unsere Bedürfnisse als Verein mit über 600 Mitgliedern abdeckt. Wir haben uns nach einer Evaluationsphase schlussendlich für drei Lösungen entschieden, welche unseren Anforderungen am nächsten kommen:

1. Beibehalten der Website und Relaunch: Ziel der Neugestaltung der aktuellen Website war eine Optimierung, die in erster Linie der Öffentlichkeit und in zweiter Linie den Mitgliedern als Informationsquelle dient, eine erleichterte Bedienung ermöglicht und eine attraktive Gestaltung sicherstellt. Zudem soll die Website künftig als «Content Hub» für soziale Medien (z. B. Facebook, Instagram usw.) dienen. Diese Änderungen haben sich als am aufwendigsten und zeitintensivsten erwiesen. Zusätzliche Verzögerungen haben Auflagen bezüglich des Datenschutzgesetzes per 1.9.23 und des Ethikstatuts von SwissOlympic verursacht.

2. Mitgliederportal (Fairgate): Das Mitgliederportal dient zur Selbstverwaltung der Mitglieder und optimiert die administrativen Abläufe von Mitglieder-Administration (Datenmanagement), Finanzbuchhaltung, Kommunikation (Massen-E-Mail-Versand, Newsletter) und Dokumenten-Management.

3. App für interne Kommunikation: Eine einheitliche App zur internen Kommunikation schont Ressourcen und vereinfacht die Kommunikation. Mit beUnity haben wir eine App, die den aktuellen Datenschutzbestimmungen entsprechende Kommunikation unter den Mitglieder ermöglicht (Einzelpersonen-, Gruppen- und Vereins-Chat inkl. Forum). Zusätzlichwickeln wir die Event-Organisation (Veranstaltungs-Übersicht, Einladung, An- bzw. Abmeldung), Reservation von Infrastruktur, Marktplatz für Gegenstände, Information über Neuigkeiten, Umfragen bei Mitgliedern, Suche und Angebot von Hilfe oder Gegenständen sowie das Finden von Terminen (statt Doodle/Noodle usw.) und die Organisation von Helfereinsätzen für Veranstaltungen (ähnlich wie Helfereinsatz) ab.

F4: Welche Barrieren mussten Sie bei der Vereins-Digitalisierung überwinden?

Wir haben die Digitalisierung im Rahmen einer umfassenden Transformation des Vereins umgesetzt. Dabei mussten wir feststellen, dass die Mitglieder von den vielen Änderungen bereits erste «Ermüdungserscheinungen» zeigten. Insbesondere die Altersgruppe der über 50-Jährigen und die kleine Gruppe von Mitgliedern im hohen Alter ohne digitale Erfahrung (z. B. keine E-Mail-Adresse) konnten nicht vollständig von der Digitalisierung überzeugt werden. Dadurch müssen noch vereinzelte «Umgehungs-lösungen» angeboten werden.



F5: Welche Vorteile bringt die Digitalisierung (was sagen z. B. die Mitglieder)?

Ein Verein unserer Grösse kann nicht auf die Digitalisierung verzichten. Allein schon die Kommunikation mit allen Mitgliedern (E-Mail, Newsletter usw.) oder die Abwicklung der Mitglieder- und Verbandsbeiträge wäre heute ohne diese undenkbar. Auch das Management der Mitgliederdaten geht nur mit Client-Relationship-Management (CRM)-Lösungen.

Ein weiterer Vorteil einer Vereinsverwaltungs-Lösung hat sich bei der Umsetzung der neu per 1. September 2023 eingeführten Datenschutzverordnung ergeben. Mit einer Vereinsverwaltungs-Lösung können Anforderungen an Datenschutz und Datensicherheit von Personendaten einfach eingehalten werden. Auch konnte den Bestimmungen aus Ethik-Charta und Ethik-Statut vom Bundesamt für Sport (BASPO) und Swiss Olympic optimal Folge geleistet werden.

Als weiterer Vorteil dürfte sich in der Zukunft die einfachere Umsetzung der Auflagen aus der neuen Sportförderungsverordnung (SpoFöV) des Bundesrats und deren Umsetzungsbestimmungen von Swiss Olympic und der Sportverbände (z. B. Schweizerischer Turnverband) erweisen. Die wesentlichsten Vorteile aus der Digitalisierung ergeben sich vor allem für die Funktionsträger:innen (Ehrenamtlichen) eines Vereins. Ihre Arbeit wird dadurch massiv vereinfacht und die Einhaltung der immer zahlreicher werdenden Vorschriften und Auflagen kann besser gewährleistet werden. Auch die Möglichkeit von bidirektionalen Verbindungen zu übergeordneten Verbandslösungen erleichtert die Vorstandarbeit und entschädigt für die etwas aufwendige Einführungsphase.

Die erste Reaktion der Mitglieder kann unter «noch ein Tool» zusammengefasst werden. Erst mit der Zeit haben die «Technikaffinen» erste Vorteile erkennen können. Bisher breit eingeführte andere Apps wie WhatsApp bleiben weiterhin sehr beliebt und können nicht einfach abgelöst werden. Hier werden optimierte Angebote bestehender Apps und allenfalls härtere Auflagen bezüglich Datenschutz helfen.

F6: Welchen Ratschlag geben Sie einem Sportverein, der sich digitalisieren möchte?

Als am wichtigsten erachte ich das Erstellen einer Bedarfsanalyse und die Integration aller Stakeholder in der dafür bestehenden Projektgruppe. Die Vorteile der Digitalisierung liegen für Funktionsträger:innen meist auf der Hand. Die Mitglieder müssen mit einer breiten Kommunikation und dem «Verkauf» der begründeten Vorteile mit ins Boot geholt werden. Und fast das Wichtigste: genug Zeit zur Verfügung stellen. Je nach aktuellem Stand des Vereins kann es einiges an Zeit für die Planung, Organisation und vor allem für die Umsetzung benötigen.

Schlussendlich profitieren alle Mitglieder, wenn die Arbeit für die Funktionsträger:innen einfacher wird und sie mehr Spass an ihrer Tätigkeit haben.

swiss unihockey

Sven Körner, Verantwortlicher Digitalisierung & Innovation
Interview/Validierung: 18.04.2024
Sportart: Unihockey
Ittigen bei Bern, Schweiz
Gründungsjahr: 1985
www.swissunihockey.ch



F1: Welche langfristigen Ziele verfolgt Ihr Verein (Vision, Strategie)?

Unsere Nationalteams (Frauen und Männer) sind die Aushängeschilder. Um die Spitze zu haben, brauchen wir unten die breite Basis. Deshalb legen wir grossen Wert auf die Nachwuchsförderung. Auch die Frauen- und Mädchenförderung ist ein grosses Thema, obwohl wir in diesem Bereich bereits sehr weit sind. Beispielsweise finden die Cupfinal-Spiele der Frauen und Männer seit ca. zehn Jahren am selben Ort statt. Auch das Mädchen-Unihockey ist sehr beliebt. Da bleiben wir dran, weil andere Sportarten wie Eishockey ebenfalls mehr in diesen Bereich investieren. Wir wollen unser Potenzial der verfügbaren Spieler:innen nutzen. Momentan haben wir 35 000 Lizenzerte, aber der Anteil an der unorganisierten Teilnahme an Unihockey liegt gemäss einer Studie bei einer halben Million. Hier haben wir ein Projekt lanciert im Street Floorball. Mit Level Sports wurde eine eigene Genossenschaft gegründet.

Diese entwickelt eine digitale Plattform für Präsentieren und zur Verfügung Stellen von Bewegungsangeboten. Mit Street Floorball gehen wir bereits in die dritte Saison. Als COVID ausgebrochen ist, hatten wir bereits die Lösung mit Street Floorball, da es sich ohne grossen Aufwand auf Spielfeldern draussen spielen lässt. Weitere Themen im gesellschaftlichen Bereich sind dieselben wie überall im Sport: Integration und Gleichberechtigung. Es geht weiter in diese Richtung. Als Verband wollen wir innovativ sein und mutig vorangehen als Vorreiter.

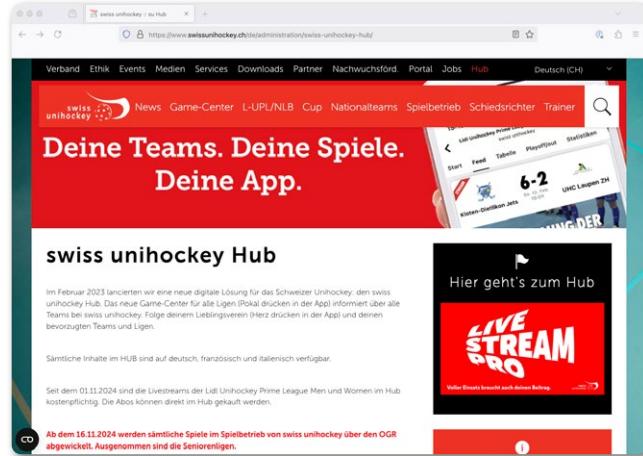
Ein weiteres Ziel ist, die Romandie und das Tessin mehr zu integrieren, beginnend mit der Verfügbarkeit von Dokumenten und der Website in Französisch und Italienisch.

F2: Was beinhaltet Ihre digitale Strategie, an welchen digitalen Themen/Projekten arbeiten Sie?

Seit ca. einem Jahr haben wir unseren swiss unihockey Hub in Betrieb. Das ist die Plattform, auf der sich alles um Events und Fans dreht. Also quasi eine Social-Media-Plattform fürs Unihockey. Dort war das Ziel, keine herkömmliche Gamesetter-App zu haben, sondern eine App, auf der die ganze Community ist. Vom E-Junioren-Spiel bis zum Superfinal und sogar zum WM-Final sieht alles gleich aus, weil der internationale Verband dieselbe Plattform nutzt. Wir arbeiten mit Sportswik zusammen. Das ist eine schwedische Firma, die sich zum Ziel gesetzt hat, Sport zu demokratisieren. Wenn also guter Content erstellt wird, soll man etwas dafür bekommen. Ein wichtiger Punkt hierbei ist, dass dir der Content und die Daten gehören.

Ein weiteres Projekt ist das Digitalisieren der Anwesenheits- und Lizenzüberprüfung vor einem Match, also der Online Game Report. Momentan wird das noch in Papierform gemacht. Ein Versuch vor sieben, acht Jahren ist gescheitert. Jetzt, mit der App als Unterstützung, entwickeln und testen wir, damit der Prozess ab nächster Saison digital läuft.

Infolge COVID hat der Bund Gelder gesprochen für die Verbände. Wir haben u. a. ein Projekt zur digitalen Transformation eingereicht, bei dem einerseits dieser Online Game Report inkludiert ist und andererseits das Projekt Vereinsentwicklung ein wichtiger Bestandteil ist. Wir haben eine Abteilung «Vereinsentwicklung» mit zwei Personen, welche die Vereine besuchen und Feedbacks einholen. Momentan entwickeln sie eine Vereinsanalyse. Jeder Verein hat nachher Zugriff über eine zentrale Plattform, wo ersichtlich ist, wie es den Vereinen in verschiedenen Bereichen geht. Ziel ist es, dadurch ein Coaching-/Mentoring-Programm zu generieren. Vereine können dann Coachings von uns beziehen, damit sie sich weiterentwickeln können – nicht nur digital. Auch im Hinblick auf Themen wie z. B. Gewinnung von Ehrenamtlichen, Vereinsadministration, Kommunikation oder Marketing. Wir sehen uns hier als Verband als Dienstleister, der möglichst viele standardmässige Vorlagen und Vorgaben zur Verfügung stellt. Ein weiteres Projekt ist, dass wir den Vereinen eine Kooperationsplattform zur Verfügung stellen wollen. Dadurch erhoffen wir uns eine zielgerichtete Kommunikation mit den richtigen Leuten in den Vereinen.



Meistens landen Informationen vom Verband, also von uns, bei einer allgemeinen E-Mail-Adresse des Vereins. Die Triage dort verläuft nicht immer fehlerlos. Dem wollen wir so gegenwirken.

F3: Welche Technologien (z. B. Apps) setzen Sie ein?

Für den sportlichen Bereich setzen wir Sportswik ein. Das wird übrigens auch als White-Label-Produkt eingesetzt. Die Entwicklungen, die wir mit ihnen machen, können auch auf andere Sportarten und Verbände adaptiert werden. So wird die Plattform beispielsweise vom schwedischen Fussballverband und von der Junioren-Fussball-Liga in den USA genutzt.

Ansonsten nutzen wir Microsoft. Wir arbeiten sehr Teams-zentrisch – auch mit Teams in Teams. Das möchten wir auch mit den Vereinen so handhaben, damit eine Kollaborationsplattform entstehen kann. Alles, was Microsoft mit der Lizenz mitliefert, wird von den Vereinen genutzt, um mit uns zusammenzuarbeiten, Aufgaben zu erledigen, Sitzungen durchzuführen, Dokumente abzulegen etc. Unsere Strategie ist also, möglichst viel mit dem Microsoft-Standard abzudecken, damit es zentral ist und nicht verstreut.

F4: Welche Barrieren mussten Sie bei der Vereins-Digitalisierung überwinden?

Das Ablösen von alten Systemen mit neuen Lösungen ist schwierig. Es ist ein riesiger Prozess. Bei uns hängt sehr viel mit dem Spielbetrieb zusammen. Der Spielbetrieb ist der Nervenpunkt des Verbands, der mit allem verwoben ist. Die Ablösung ist also sehr komplex. Die Herausforderung ist, die Leute, die involviert sind, zu begeistern und mitzunehmen. Meiner Meinung nach ist es nicht eine Frage des Einsatzes von Technologien, sondern vielmehr die Veränderung der Verhaltensweise im Arbeitsbereich. Es ist ein Change-Projekt, bei dem darauf geachtet werden muss, dass es gut funktioniert.

Es gibt zwar Erfahrungsaustausch, aber trotzdem machen die meisten alles für sich. Es wäre wünschenswert, wenn die Kantone nicht isoliert handeln würden, sondern stattdessen die nationalen Verbände stärker einbinden. So könnten wir eine bessere Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Sprachregionen der Schweiz fördern.

Bei uns ist die Liga im Verband integriert. Bei anderen Sportarten ist die Liga losgelöst und kann dadurch separat vermarktet werden. Bei uns erfolgt die Kommunikation zentral über einen einzigen Kanal.

F5: Welche Vorteile bringt die Digitalisierung (was sagen z. B. die Mitglieder)?

Auf der Streaming-Plattform kann gesehen werden, dass sie von immer mehr User:innen genutzt wird. Hier gibt es viele positive Feedbacks.

Die Zeitgewinnung ist ein wichtiger Punkt. Wir nutzen Microsoft, weil wir denken, dass es den meisten bereits bekannt ist. Daher kann es intuitiv benutzt werden und es bedeutet nicht einen weiteren Mehraufwand für die Vereine. Unsere Schiedsrichterabteilung ist hier der Vorreiter. Sie arbeiten bereits mit Teams. Am Anfang war es zwar ein Mehraufwand, aber mittlerweile läuft es sehr gut. Die Unparteiischen können zeit- und ortsunabhängig die Regeln lernen und müssen nicht an einem gewissen Tag irgendwohin reisen. So können Zeit und Kosten gespart werden.

F6: Welchen Ratschlag geben Sie einem Sportverein, der sich digitalisieren möchte?

Es hilft, päckchenweise umzustrukturieren und nicht alles auf einmal ändern zu wollen. Dadurch sind die Involvierten weniger überfordert mit der neuen Arbeitsweise. Die Akzeptanz ist somit grösser.

Ausserdem soll alles einfach zugänglich und verständlich gestaltet werden. Grund dafür ist, dass in den Vereinen die meisten Leute ehrenamtlich arbeiten und deshalb nicht unbegrenzt Zeit investieren können.

Die Schnelllebigkeit der Technologien kann Angst machen. Daher muss sichergestellt werden, dass nicht nur die kritisch Denkenden im Transformations-Team sind, sondern auch Early Adopters. So kann die für den Verband/Verein beste Lösung gefunden werden.

Bei kleineren Vereinen ist es wichtig, dass es ein Miteinander ist. Häufig wird in viele verschiedene Sachen investiert und zusammen funktioniert es dann nicht. Es werden auch verschiedene Apps genutzt. Einfacher ist es, wenn alles zentral ist. Es gibt Bereiche, in denen spezialisierte Apps oder Lösungen durchaus sinnvoll sind. Ein Beispiel ist das Athletenmanagement: Hier haben wir als Verband eine Lösung eingeführt, die bereits von etwa einem Drittel der Vereine genutzt wird. Diese Lösung ist also bereits etabliert und daher ist es auch naheliegend, die Entscheidung so zu treffen.

Der Verein soll den Verband zur Unterstützung kontaktieren und nicht selbst etwas machen. Hier sehe ich die Verantwortung auch beim Verband, dass die bereits existierenden Gremien zum Informationsaustausch genutzt werden. Schlussendlich kann jeder Club selbst entscheiden, ob er irgendwelche Anschaffungen tätigen will. Aber es kann sein, dass diese nach wenigen Jahren nicht mehr in den Standard passen.



Winterthur Warriors

Manuel Aeberli, Vizepräsident, Marketing & Kommunikation
Interview/Validierung: 12.06.2024
Sportart: American Football
Winterthur, Schweiz
Gründungsjahr: 1987
www.warriors.ch



F1: Welche langfristigen Ziele verfolgt Ihr Verein (Vision, Strategie)?

Wir wollen der führende American-Football-Club in der Region Winterthur/Zürich sein, in Bezug auf die Ausbildung von Jungen. Auf diesem Weg sind wir gut unterwegs.

F2: Was beinhaltet Ihre digitale Strategie, an welchen digitalen Themen/Projekten arbeiten Sie?

Das eine, was schon sehr lange digital läuft, ist die Videoanalyse. Wir haben seit über zehn Jahren eine amerikanische Plattform, die wir nutzen. Die Daten werden heraufgeladen und an die Spieler:innen verteilt. Im Vergleich zu früher, wo alle zusammen in einem Raum sitzen mussten für die Analyse und Diskussion, ist es heute sehr einfach, die eigene Analyse von zuhause aus zu machen. Das birgt jedoch das Risiko, dass es nicht von allen gemacht wird.

Wir versuchen, alles digital zu machen, was wir können. Beispielsweise haben wir kein Papier mehr. Das Ticketing läuft online. Wir versuchen so gut wie möglich bargeldlos zu sein – also nur digitale Payment-Lösungen. Wir haben einen Live-Stream, durch den wir versuchen, zusätzliche Leute zu akquirieren, die nicht ins Stadion kommen wollen oder können. Auch die ganze Mitgliederdatenbank haben wir digital. Das ist jedoch ein Albtraum, um ehrlich zu sein, weil wir zu viele Datenbanken haben. Gerade mit den neuen Datenschutzbestimmungen ist das noch deutlicher geworden. Als wir herausgefunden haben, wie viele Datenbanken und wie viele Dropboxen wir parallel haben, ist uns bewusst geworden, dass wir sehr viel aufzuräumen haben. Was bei uns nicht gut gemacht wird, ist, dass wir keinen Sharepoint o. Ä. haben. Jede:r arbeitet für sich auf den privaten Lizenzern. Wir haben es noch nicht geschafft, zusammenzuführen. Es wäre wichtig. So müssten wir nur einmal bezahlen und die Dokumente wären in einer Version für alle zugänglich und bei Übergängen wäre es einfacher und sicherer, dass keine Dokumente verloren gehen.

F3: Welche Technologien (z. B. Apps) setzen Sie ein?

Wir haben drei verschiedene Apps: Spond, SpielerPlus und zusätzlich ClubDesk für die Verwaltung der Mitglieder. Diese drei Apps laufen parallel, sie überschneiden sich teilweise und aus meiner Sicht macht das wenig Sinn. Wir haben jedoch bis jetzt keine Lösung gefunden, die für alle passt. Für den Kontakt mit den Eltern ist Spond am besten. Im Kontakt mit den Spieler:innen ist SpielerPlus am besten.

Ein weiteres Digitalisierungsprojekt ist der Helfereinsatz, welcher über die helfereinsatz.ch-Plattform läuft. Alles wird darüber geplant – jedes Spiel, jeder Kuchenstand-Verkäufer, einfach alles. Das hilft, um zu wissen, wer seinen Einsatz geleistet hat und um sich zu bedanken bei denjenigen, die viel machen. Es ist aber auch mühsam, weil es etwas ist, bei dem man sich selbst einträgt. Dann kommt es häufig vor, dass sich die Spieler:innen erst im letzten Moment einschreiben. Hier handelt es sich jedoch um eine Verhaltensfrage und nicht um ein Problem der Digitalisierung per se.

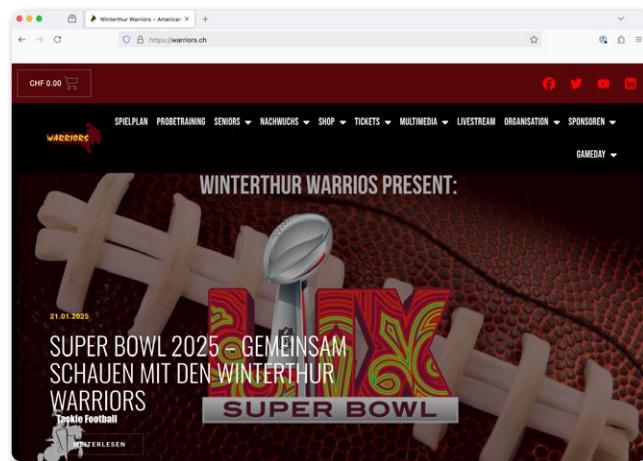
Auch die physischen Spielerlisten haben wir abgeschafft und bieten sie ausschliesslich digital an. Das läuft sehr gut.

F4: Welche Barrieren mussten Sie bei der Vereins-Digitalisierung überwinden?

Da wir ein Amateurverein sind, gibt es bis anhin wegen fehlenden finanziellen Mitteln niemanden, der sich voll um die Digitalisierung kümmern kann. Viele der Digital-Massnahmen wurden bei mir gestartet. Und dann sollte ich diese in einem Verein von ca. 300 Mitgliedern irgendwie verteilen. Das ist fast nicht möglich. Es ist eine langsame Entwicklung.

F5: Welche Vorteile bringt die Digitalisierung (was sagen z. B. die Mitglieder)?

Zum einen werden die viel kürzeren, schnelleren Informationswege gesehen. Zum anderen auch die besseren Kontrollen, z. B. von Trainer:innen für die Übersicht, wer am Training teilnimmt. Wir können auch durch mehr Effizienz Gelder anders investieren. Jetzt noch im Kleinen und hoffentlich immer mehr.



F6: Welchen Ratschlag geben Sie einem Sportverein, der sich digitalisieren möchte?

Ich rate, von Anfang an ein Inventar zu machen, was man alles digitalisieren will und auf welche Art – nicht einfach willkürlich ausprobieren. Das macht meines Erachtens wenig Sinn. Zudem ist die Kommunikation zwischen den Teams wichtig, damit nicht das eine Team eine App-Lösung hat und das andere Team eine andere App benutzt. Sonst endet der Verein mit mehreren Datenbanken und dadurch wird es schwierig und zeitintensiv, alles zu managen.

Wenn immer möglich soll es eine Hauptperson geben, die alles unter sich hat und bündelt, um die Digitalisierung voranzutreiben.

Wichtig ist sicherlich auch, dass alle im Vorstand im Boot und pro Digitalisierung sind, was bei uns glücklicherweise der Fall ist.

Es soll geschaut werden, welche digitalen Tools gerne von den Mitgliedern genutzt werden, und dann sollte entsprechend investiert werden. Ansonsten läuft man Gefahr, dass die ausgewählten Tools nicht verwendet werden. Ein gutes Beispiel hierfür ist unsere Saisonkarte. Leider aktualisieren nicht alle Mitglieder ihre Angaben. Zieht beispielsweise ein Mitglied um, dauert es teilweise lange, bis die neue Adresse angegeben wird. So kann es durchaus passieren, dass die Saisonkarte nicht an die richtige Adresse geschickt wird. Das ist schade und ein Mehraufwand für mehrere Beteiligte.

Hat man sich für ein Mitgliederverwaltungs-Tool entschieden, sollte man nicht nach kurzer Zeit wechseln, weil es sehr zeitintensiv wäre.

Mit jeder zusätzlichen App schaffst du automatisch mehr Aufwand. Deshalb soll wirklich zu Beginn geschaut werden, was genau gebraucht wird.

Social Media ist bei uns auch immer wichtiger geworden. Früher haben wir Werbung in der Zeitung gemacht und heute läuft das über Social Media. Wir müssen beispielsweise auf Instagram aktiv sein, sonst erreichen wir die Leute nicht. Letztes Jahr haben wir eine sehr teure TikTok-Kampagne gemacht, um neue Leute zu rekrutieren. Wir dachten, dass wir so eher an die unter 16-Jährigen herankommen. Es hat bis zu einem gewissen Grad funktioniert; einige sind schauen gekommen. Aber die investierten Kosten wurden nicht gedeckt. Das hatten wir anders geplant. Wir werden nun vor allem über unsere Vereinsmitglieder aktiv werden. Sie sollen von sich aus Beiträge schalten. So können wir hoffentlich organisch an die Leute kommen und das gesparte Geld anders in Werbung investieren.

Was wir ebenfalls festgestellt haben, ist, dass es etwas bringt, Plakate aufzuhängen und Flyer zu verteilen. Wir dachten fälschlicherweise, das wäre vorbei. Vor allem Plakate in den Schulen funktionieren gut. Man muss aber auch präsent sein vor Ort.

ZSC Lions

Romano Caviezel, Chief Transformation Officer
Interview/Validierung: 12.02.2024
Sportart: Eishockey
Zürich, Schweiz
Gründungsjahr: 1930
www.zsclions.ch



F1: Welche langfristigen Ziele verfolgt Ihr Verein (Vision, Strategie)?

Einen grossen Teil haben wir schon erreicht mit unserer eigenen Arena. Dank der Digitalisierung haben wir etwas erreicht, das eine Vorbildfunktion im Schweizer Eishockey hat. Wir sind eine Organisation, die nicht nur National-League-Teams, sondern auch Breiten- und Nachwuchs-Teams hat. Neu ist auch der Arena-Betrieb ein Teil unserer Organisation. Unsere Struktur ist zweiteilig mit der ZSC Lions AG, die den ganzen Arena-Betrieb macht und das Management der Gesellschaften enthält, und mit der ZSC Lions Eishockey AG, GCK Lions Eishockey AG und GCK/ZSC Lions Nachwuchs AG, also der sportliche Teil. Bei der National League ist das Ziel, baldmöglichst wieder Schweizer Meister zu werden. Auch die finanziellen Ziele sind wichtig. Dann gibt es die Swiss League, also die Zwischenstufe für die Junioren:innen, welche nachher in die National League aufsteigen. Dort ist das Ziel, dass wir solide Resultate haben, Ligaerhalt und im Idealfall die Playoffs erreichen. Beim Nachwuchs möchten wir eine Nachwuchsausbildung haben, die laufend Talente für die National League ausbildet und auch internationale Talente hervorbringt. Alles in allem haben wir 74 Teams und ca. 1000 Spieler:innen in unserer Organisation.

F2: Was beinhaltet Ihre digitale Strategie, an welchen digitalen Themen/Projekten arbeiten Sie?

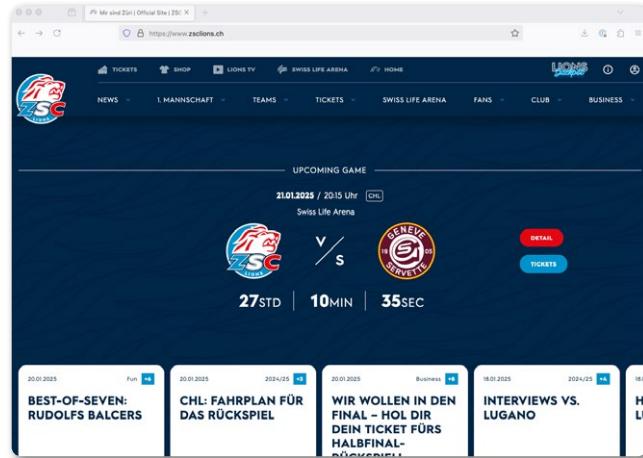
Ich bin 2019 dazugekommen für die Digitalisierung und Organisationsentwicklung der ganzen Organisation. Wir haben in den drei Jahren bis zum Arena-Bezug die Basis im Digitalen geschaffen. Bei der Organisationsentwicklung wurden die Strukturen und Organigramme neu definiert. Auch Personalressourcen für die Arena wurden aufgebaut und Betriebskonzepte für den Arenabetrieb geschrieben, weil es ein Bereich war, den wir zuvor noch nicht gekannt hatten. Mit den übrigen Prozessdokumentationen haben wir zugewartet, weil wir zuerst die neuen Tools eingeführt haben. Erst dann folgten die Dokumentationen. Im Bereich Digitalisierung wurde der Modern Workplace mit Sharepoint und Teams eingeführt sowie ein zentrales CRM, was es vorher noch nicht gab. Dadurch sind die Kundendaten zentral bei uns. Des Weiteren wird ein Raumplanungstool als Insellösung genutzt. Hier geht es vor allem um die Verwaltung der Räume der Arena. Schnittstellen wurden erstellt im Ticketing (Ticketcorner), Merchandising (Ochsner Hockey),

Gastro (SV Group) und der Fanzone (Fanpictor). Beim Tool My Ice Hockey sind alle Spielerdaten erfasst und das haben wir angebunden an unserem CRM. Dann gibt es noch die Vernetzung der Arena, z. B. werden bei den Gebäudeautomationen ebenfalls die Daten gesammelt, damit sie zukünftig ausgewertet werden können.

Die im CRM gesammelten Informationen geben uns die Möglichkeit, zielgruppenorientierte und personalisierte Kundenansprachen zu machen und eine Customer Experience Map aufzubauen.

Wir haben zwei Websites gebaut: Eine ist für die Swiss Life Arena, also eine B2B-Website, wo es um die Arena-Themen geht. Wir vermarkten die Swiss Life Arena für Veranstaltungen. Und die andere Website ist die der ZSC/GCK Lions, also eine Sport-Website, welche neu aufgestellt wurde nach Bereichen. Hier geht es mehr um die Fanbindung und die Teambildung im Nachwuchs. Beim Besuch der beiden Websites wird einem bewusst, dass sie ähnlich sind. Die Arena-Seite ist jedoch etwas nüchterner.

Uns ist wichtig, dass wir ein Single Sign-on haben. Man kann sich also auf der Website anmelden und kommt mit einem Login ins Ticketing, Merchandising, Gastro und in die Fanzone. Das war ein wichtiger Schritt. Bei der Teilnahme an einem Wettbewerb loggt man sich ebenfalls über diese App ein. Man kann auch auf dem Smartphone das Essen im Voraus bestellen und dann nur noch abholen. Das ist für die Kund:innen bequemer und auf unserer Seite kann die Frequenz erhöht werden, was zu Mehrverkäufen führt. Zudem ist die Arena cashless. Es gibt ein Gesamtpaket an Premium Content (inkl. «behind the scene»-Filme) in der Fan-App, was spannend für die Fans ist. Mit der Anmeldung in der Fan-App (über SSO) werden die Daten zentral im CRM erfasst. Diese Saison kamen noch weitere Verbesserungen hinzu. Beispielsweise kann man ab der nächsten Saison seine Saisonkarte für einzelne Spiele an Freund:innen, Kund:innen etc. weitergeben, denn ein grosses Thema sind No-Shows. Da wir 26 Heimspiele haben, werden von den Saisonkarten-Inhaber:innen nicht alle Spiele besucht. Durch die Einführung der Plattform ist es einfach, das Ticket weiterzugeben und wir wollen die Leute motivieren, genau das zu tun.



Wir machen es nicht mit monetären Incentives, sondern mit einer Belohnung durch die Teilnahme an Wettbewerben, wenn die Karte z. B. an 20 von 26 Spielen benutzt wurde. Eine Weiterverkaufsplattform wie in den USA kommt für uns nicht in Frage, weil wir uns dadurch kannibalisieren würden.

Auch bei den Werbeplätzen bauen wir weiter aus. Unser Liveticker ist stark besucht. Dort haben wir die Möglichkeit, Bilder aufzuschalten, also Werbeplätze nutzen, z. B. kann bei einem Goal mit Bildern oder Kurzvideos Werbung gemacht werden, analog zum Würfel in der Arena. Des Weiteren vermarkten wir Werbefläche in den Newslettern, die wir personalisiert herausgeben. Durch die CRM-Plattform mit all den Informationen hat man die Möglichkeit, das Zielpublikum viel gezielter anzusprechen. Wenn Saisonkarten-Inhaber:innen nach vier Spielen noch nie in der Arena war, werden sie angeschrieben. Nach sechs Spielen kommt ein weiteres Schreiben. Und umgekehrt: Wenn fünf Spiele besucht wurde, kann gratuliert werden. In Zukunft arbeiten wir auf dieser Basis weiter. Die Datenablage wurde optimiert. Das alles bildet die Basis, um weitere Projekte aufzusetzen.

F3: Welche Technologien setzen Sie im Sportbereich ein?

Wir haben im Rahmen der Digitalisierung ein Local Positioning System (LPS), bei dem jeder Spieler:in einen Chip im Rückenpanzer eingenäht hat. Somit kann geschaut werden, wo er sich auf dem Eis bewegt und wie schnell er ist. Man kann Leistungsdaten herausziehen. Diese Daten haben wir verknüpft mit dem Würfel und so werden verschiedene Personen angekündigt wie der Tough Guy (am meisten Checks), Fastest Skater (der Schnellste), Marathon Guy (am meisten Zeit auf dem Eis). Das nehmen wir aus diesen Daten des LPS. Es ist ein spannendes Produkt, weil diese Leistungsdaten für die Athletiktrainer:innen sind. Er baut seine Trainings so auf und es kann nachvollzogen werden, wie hoch die Belastung im Training war. Wir vermarkten die Daten auch – so konnten wir das Tool finanzieren. Das LPS wird in der National League zur Leistungsmessung eingesetzt. Die U20 und U17 haben es ebenfalls im Einsatz, damit wir von Elite bis National League die Messungen durchführen können und Spieler:innen spezifisch im Hinblick auf ihre Stärken und Schwächen weiterbringen.

Das zweite Tool ist My Ice Hockey, das ich vorher bereits erwähnt habe. In diesem Tool finden sich die ganze Trainingsplanung, -anmeldung, die Spielerdaten, Aufnahmen, Kommunikation mit den Spieler:innen etc. Das Tool ist mit dem CRM verknüpft. Wir haben verschiedene Plattformen, aber wir haben diese so verknüpft, dass wir die Daten im CRM gebündelt haben. Es gibt nämlich zwei Strategien im Sport. Entweder nimmt man eine grosse Plattform wie z. B. SAP und hat dann alles aus einem Guss. Oder aber, wie wir es wollen, man nimmt die für sich passenden Tools. Ich bin der Meinung, man soll individuelle Tools nehmen, weil sie spezialisiert sind auf ihren jeweiligen Bereich. Sie haben eine breitere Möglichkeit, um das zu nutzen, was wir nutzen wollen. Aber alle Tools müssen mit dem Single Sign-on kompatibel sein und die Identifikation mit dem/der Kund:in muss wieder im CRM eingefügt werden.

F4: Welche Barrieren mussten Sie bei der Vereins-Digitalisierung überwinden?

Man hat externe und interne Barrieren. Extern sind die Barrieren, dass viele Lieferanten das Gefühl haben, dass die Daten ihnen gehören. Beispielsweise hatte der Merchandising-Partner das Gefühl, es seien seine Kund:innen (und somit Daten), weil sie bei ihm kaufen. Da musste ich erklären, dass die Kund:innen über unsere Website zu ihm gehen und sie deshalb unsere Kund:innen sind. Ergo, die Daten gehören uns. Im Ticketing ist es dasselbe. Es hat viel Überzeugungsarbeit gebraucht, um klarzumachen, dass die Daten dem ZSC gehören und nicht den anderen.

Die interne Hürde war wahrscheinlich die grösste überhaupt. Die internen Mitarbeiter:innen sind sich eine gewisse Arbeitsweise gewohnt. Der Schritt in eine neue Umgebung ist gross, auch wenn die neue Umgebung noch besser ist. Übrigens habe ich noch keine Umgebung gefunden, die überall besser ist – es gibt immer einen Haken. Es gibt immer solche Mitarbeiter:innen, die sich mit Händen und Füßen wehren und die alle Haken finden. Und dann kommen wir zum Punkt, dass Digitalisierung nicht so viel mit Technologie zu tun hat, sondern vor allem mit Change Management. Man muss im Unternehmen den Change hinbringen. Am Anfang muss den Leuten mit klassischen Low Hanging Fruits gezeigt werden, dass die Digitalisierung etwas bringt. Ein gutes Beispiel hierfür ist die Materialabrechnung der

Spieler:innen: Die Spieler:innen haben ein gewisses Budget für Materialkauf und folglich muss das Material in diesem Budget gebucht werden. Es gab eine Mitarbeiterin, welche die Rechnungen in einem Excel-File den entsprechenden Spieler:innen zuordnen musste. Das war eine grosse Aufgabe und hat zwangsläufig oft zu Fehlern geführt. Das habe ich als eines der ersten Projekte genommen, um zu digitalisieren. Es wurde mit dem Lieferanten gesprochen, um die Rechnung entsprechend zu erhalten. Das wurde dann automatisiert und im System automatisch gelesen und registriert. Die Umstellung wurde von den Mitarbeiter:innen als gut angesehen, weil Zeit gewonnen werden konnte.

Ein zweiter Punkt ist, dass ich eine Key-Player-Gruppe gebildet habe mit IT-affinen Mitglieder aus jedem Bereich. Diese Mitglieder habe ich jeweils vorinformiert. Sie wussten immer ein bisschen mehr als die anderen. Danach haben sie in ihren Abteilungen Werbung gemacht und das hat bei der Digitalisierung geholfen. Sie waren also Botschafter:innen in ihrer Abteilung. Wir hatten einen engen Zeitraum für die Umsetzung und deshalb war diese Gruppe sehr wichtig. Wenn du die Position der Digitalisierung nicht in der GL angliederst, braucht es mindestens ein bis zwei GL-Mitglieder, die dafür brennen, sonst hat du keine Chance.

F5: Welche Vorteile bringt die Digitalisierung (was sagen z. B. die Mitglieder)?

Ich glaube, alle sind der Meinung, dass wir als Club einen riesigen Schritt gemacht haben. Sie sehen, wie wir wahrgenommen werden, und es macht sie stolz, dass wir so weit gekommen sind in diesem Thema. Jemand in der Organisation war zum Beispiel überhaupt nicht IT-affin und zu Beginn meinte er, dass er mich auf ein Abendessen einlade, wenn ich ihn dazu bringen würde, es zu nutzen. Das hat er auch getan. Jetzt meint er nämlich, dass wir 20 Jahre aufgeholt haben, und er ist ein grosser Fan der Digitalisierung. Es ist schön, wie es akzeptiert und genutzt wird. Es ist nicht alles besser mit der Digitalisierung. Man muss teilweise disziplinierter arbeiten. Es gibt viele Erleichterungen, aber es gibt teilweise auch Mehrarbeit. Es ist schön zu sehen, dass mittlerweile alle den Plausch an der Digitalisierung haben.

F6: Welchen Ratschlag geben Sie einem Sportverein, der sich digitalisieren möchte?

Erfolgsfaktoren im Projekt Digitalisierung sind, dass man am Anfang eine Auslegeordnung macht und überlegt, was der Organisation am meisten bringt. Also eine Projekt-Landkarte, um die Potentiale zu erkennen, verstehen und zu definieren. Vor dem Projektstart müssen die Anforderungen aufgenommen und die Ziele definiert werden in einem Masterplan und/oder mit einer Zeichnung. Es soll mindestens definiert werden, welche Themen mir wichtig sind und worauf ich mich konzentriere. Das Problem ist, dass es viele gute Ideen und Tools auf dem Markt gibt. Aber nicht alle passen zu deiner Umgebung oder führen dich zu deinem Ziel. Es gibt drei Punkte als Grund für ein Digitalisierungsprojekt: Erstens: Die Prozessoptimierung (führt zu Kostenoptimierung). Zweitens: Die Umsatzoptimierung (inkl. Marktposition halten und idealerweise verbessern) und drittens: gesetzliche Anforderungen (Datenschutz). Diese drei Punkte gelten für eine Digitalisierung und andere darf es nicht geben. Jeder andere Punkt macht unglücklich. Es kann sein, dass ein anderer Punkt coole, schöne Bilder macht, aber am Schluss bringt es niemandem etwas.

Der zweite Erfolgsfaktor ist das Change Management der internen Partner:innen. Es sollen schnelle, kurzfristige Erfolge erzielt werden (also zu Beginn «Pain Points» lösen) und Botschafter:innen sollen gefördert werden (Ernennung eines Key-Player-Teams aus interessierten Mitarbeiter:innen).

Drittens gibt es externe Partner:innen als Erfolgsfaktoren. Man muss sich mit ihnen zusammensetzen und sicherstellen, dass dieselbe Sprache gesprochen wird. Bei uns wurden zehn Partner:innen ins Boot geholt. Die Projektverantwortlichen der externen Partner:innen sollen vor Auftragsvergabe persönlich kennengelernt werden. Alle Partner:innen müssen das Projekt verstehen und über den Tellerrand schauen können, damit wir als Team funktionieren können. So ist man effizienter und kann umsetzen.

Der vierte Punkt ist, dass agil nicht immer die Lösung ist. Für eine Websiteentwicklung kann agil gut sein. Für ein ERP-System muss jedoch ein Prozess festgelegt und strukturiert werden. Bei einer Website kann angefangen und später weitergemacht werden. Auch dort muss man

aufpassen, dass «agil» nicht als Entschuldigung für nicht Erledigtes gebraucht wird. Es gibt nämlich oft Partner:innen, die während dem Fehlerentdecken sagen, dass sie agil entwickeln und dass ein gewisser Punkt erst in der nächsten Phase vorgesehen ist. Der letzte Erfolgsfaktor ist Fokus: Einen Weg einschlagen und diesen durchziehen. Trotz laufender Weiterentwicklungen, Neuerungen sowie neuer Produkte muss der Fokus auf die festgelegte Lösungslandschaft und Strategie behalten werden. Man kann nicht alles sofort umsetzen und muss auch gute Ideen zu Gunsten der Gesamtlösung zurückstellen. Auf dem Weg dorthin kommen extrem viele gute neue Ideen. Es ändert sich ständig viel auf dem Markt. Man will immer wieder Neues reinbringen. Aber dann wäre man niemals fertig. Also soll man sich fokussieren auf die Basis, die man legen möchte. Danach kann von dort aus weitergearbeitet werden. Damit will ich sagen: Die Ideen, die kommen, sammeln, und dann nochmals überlegen, welchen Nutzen sie bringen und allenfalls später umsetzen.



Quellenangaben

- Baca, A., Dabnichki, P., Hu, C.-W., Kornfeind, P., & Exel, J. (2022). *Ubiquitous Computing in Sports and Physical Activity – Recent Trends and Developments*. Sensors, 22(21), 8370. doi.org/10.3390/s22218370
- Baumann Lorant, R., Exer, A., Mettler, R., Mühlenberg-Schmitz, D., Mattle, H. & Pfaff, D. (2018). *Leitfaden für Vereine*. veb.ch. www.zks-zuerich.ch/system/files/leitfaden_fuer_vereine.pdf
- Baumer, B. S., Matthews, G. J., & Nguyen, Q. (2023). Big ideas in sports analytics and statistical tools for their investigation. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Computational Statistics*, e1612. doi.org/10.1002/wics.1612
- Bergmann, N., Hosner, D., & Preterhofer, N. (2022). *Login statt Logout: Ältere Beschäftigte und Digitalisierung im Fokus*. L&R Sozialforschung. www.esf.at/wp-content/uploads/2022/06/Endbericht_LoginLogout_Mai2022_LR.pdf
- Bundesamt für Sport. (2011). Management von Sportvereinen. Bundesamt für Sport BASPO. www.baspo.admin.ch/de/sportvereine-in-der-schweiz
- Buser, M. (2023). *Soziale Integration im Vereinssport – Entstehung und Rolle integrativer Maßnahmen und Strukturen in Fußballvereinen*. Universität Bern. Verfügbar unter boristheses.unibe.ch/5521/1/23buser_m.pdf
- Cossich, V. R. A., Carlgren, D., Holash, R. J., & Katz, L. (2023). Technological breakthroughs in sport: Current practice and future potential of artificial intelligence, virtual reality, augmented reality, and modern data visualization in performance analysis. *Applied Sciences*, 13(23), 12965. doi.org/10.3390/app132312965
- Ehnold, P., Faß, E., Steinbach, D., & Schlesinger, T. (2020). Digitalization in organized sport – usage of digital instruments in voluntary sports clubs depending on club's goals and organizational capacity. *Sport Business and Management: An International Journal*, ahead-of-print(ahead-of-print). doi.org/10.1108/SBM-10-2019-0081
- FasterCapital (2024). *RFID im Sport: Revolutionierung der Athletenverfolgung und Leistungsanalyse*. fastercapital.com/de/inhalt/RFID-im-Sport--Revolutionierung-der-Athletenverfolgung-und-Leistungsanalyse.html
- Geisen, M., Fox, A., & Klatt, S. (2023). VR as an innovative learning tool in sports education. *Applied Sciences*, 13(4), 2239. doi.org/10.3390/app13042239
- Graf, M. & Camponovo, C. (2019). *Organisation und Ressorts im Vereinsvorstand*. Fachstelle vitamin B. www.vitaminb.ch/uploads/media/default/1104/Ressorts%20im%20Verein2019.pdf
- Koerner, S., Staller, M.S. & Bonn, B. (2024). Digitalisierung im Coaching – Eine trainingspädagogische Perspektive. In: Memmert, D. (Hrsg.) *Digitalisierung und Innovation im Sport und in der Sportwissenschaft*. Springer Spektrum, Berlin, Heidelberg. doi.org/10.1007/978-3-662-68241-8_25-1
- Kunert, J. (2024). Sportkommunikation im digitalen Zeitalter. In: Wiske, J. (Hrsg.) *Professionelle Sportkommunikation*. Springer Gabler, Wiesbaden. doi.org/10.1007/978-3-658-45366-4_2
- Lamprecht, M., Bürgi, R., Gebert, A., & Stamm, H. (2017). *Sportvereine in der Schweiz Entwicklungen, Herausforderungen und Perspektiven*. Bundesamt für Sport BASPO. backend.baspo.admin.ch/fileservice/sdweb-docs-prod-baspoch-files/files/2023/10/31/3e627f51-c54e-415a-969b-30011b02a941.pdf
- Lamprecht, M., Bürgi, R. & Stamm, H. (2020). *Sport Schweiz 2020: Sportaktivität und Sportinteresse der Schweizer Bevölkerung*. Magglingen: Bundesamt für Sport BASPO. backend.baspo.admin.ch/fileservice/sdweb-docs-prod-baspoch-files/files/2023/10/31/4669191e-6356-4a16-bd3b-d680c8f440ed.pdf
- Link, D. (2018). Sports Analytics: Wie aus (kommerziellen) Sportdaten neue Möglichkeiten für die Sportwissenschaft entstehen. *German Journal of Exercise and Sport Research*, 48, 7663. doi.org/10.1007/s12662-017-0487-7
- Mödinger, M., Wohlfart, O., Woll, A., & Wagner, I. (2023). Digitale Kompetenzen angehender Sportlehrkräfte: Fachspezifische Fragebogenstudie unter Referendar*innen auf Grundlage des TPACK-Modells. *German Journal of Exercise and Sport Research*, 53, 345–356. doi.org/10.1007/s12662-023-00896-5
- Nagel, S., Elmose-Østerlund, K., Ibsen, B., & Scheerder, J. (Hrsg.). (2023). *Funktionen von Sportvereinen in europäischen Gesellschaften*. Springer International Publishing. doi.org/10.1007/978-3-031-27715-3
- OECD (2024). *OECD-Bericht zu Künstlicher Intelligenz in Deutschland*. OECD Publishing. doi.org/10.1787/8fd1bd9d-de
- Schulz, G. (2024). Markenkommunikation im Sport. In: Wiske, J. (Hrsg.) *Professionelle Sportkommunikation*. Springer Gabler, Wiesbaden. doi.org/10.1007/978-3-658-45366-4_8
- Thieme, L., & Winkelhake, O. (2012). Perspektiven des Wettbewerbs zwischen Profit- und Nonprofit-Organisationen. Ein differenzianalytischer Ansatz zur Erklärung der Konvergenz zwischen NPOs und FPOs. *Zeitschrift Für Öffentliche Und Gemeinwirtschaftliche Unternehmen: ZögU / Journal for Public and Nonprofit Services*, 35(4), 422–446. www.jstor.org/stable/24588045
- Thieme, L., Post, C., & Weinfurter, M. (2024). *Digitales Ehrenamt im Sport – Evolution oder Revolution?* Deutsche Stiftung für Engagement und Ehrenamt. www.deutsche-stiftung-engagement-und-ehrenamt.de/wp-content/uploads/2024/07/2024-05-22_Abschlussbericht_DigitalesEhrenamtimSport_final.pdf
- VereinsWiki (o.J.). Aufgaben und Kompetenzen im Vorstand. Abgerufen am 19. Februar 2025 von www.vereinswiki.info/node/122
- Wells, L., Konoval, T., & Bruce, L. (2023). An examination of how and why triathlon coaches use a suite of technologies in their practice. *International Journal of Sports Science & Coaching*, 18(3), 687–694. doi.org/10.1177/17479541221144129

Kontakt Autor:innen



Prof. Dr. Marc K. Peter
Leiter Kompetenzzentrum
Digitale Transformation
Hochschule für Wirtschaft
FHNW
marc.peter@fhnw.ch



Dr. Anna V. Rozumowski
Dozentin
Hochschule für Wirtschaft
FHNW
anna.rozumowski@fhnw.ch



Adele Dörner
Wissenschaftliche Mitarbeiterin
Hochschule für Wirtschaft
FHNW
adele.doerner@fhnw.ch



Dr. Johan P. Lindeque
Dozent und Leiter
Schwerpunktthema
KMU-Internationalisierung
Hochschule für Wirtschaft
FHNW
johan.lindeque@fhnw.ch



Basil Gmür
Geschäftsführer
IG Sport Aargau
basil@igsportaargau.ch



Dr. Marcel Hüttermann
Dozent und Leiter MarTech Lab
ZHAW School of Management
and Law
Fachstelle Digital Marketing &
Marketing Technology
marcel.huettermann@zhaw.ch



Lea Wipraechtiger
Wissenschaftliche Mitarbeiterin
Hochschule für Wirtschaft
FHNW
wipraechtiger.l@gmail.com

Projekt-Kernteam

IG Sport Aargau



Jörg Sennrich
Präsident
joerg@igsportaargau.ch



Basil Gmür
Geschäftsleiter
basil@igsportaargau.ch

Kanton Aargau



Dr. Olivier Dinichert
Abteilungsleiter Hochschulen
und Sport
olivier.dinichert@ag.ch



Christian Koch
Leiter Sektion Sport
christian.koch@ag.ch

Hochschule für Wirtschaft der Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW



Prof. Dr. Marc K. Peter
Projektleiter /
Leiter Kompetenzzentrum
Digitale Transformation
marc.peter@fhnw.ch



Dr. Anna V. Rozumowski
Co-Projektleiterin /
Dozentin
Hochschule für Wirtschaft
FHNW
anna.rozumowski@fhnw.ch

Marc K. Peter, Anna V. Rozumowski, Adele Dörner,
Johan P. Lindeque, Basil Gmür, Marcel Hüttermann,
Lea Wipraechtiger:

**Digitalisierung im Sportverein:
Praxisleitfaden für die Entwicklung einer digitalen Roadmap**
Schlussbericht Nr. 4 des Forschungsprojekts
«Digitalisierung im Sportverein»: Praxisleitfaden mit Checklisten,
Workshop-Canvas, Apps und Fallstudien.

Olten/Schweiz, Mai 2025.

sport-digitalisierung.ch

Folgende Hochschulen der Fachhochschule
Nordwestschweiz FHNW bieten Weiterbildungen an:

- Hochschule für Angewandte Psychologie FHNW
- Hochschule für Architektur, Bau und Geomatik FHNW
- Hochschule für Gestaltung und Kunst Basel FHNW
- Hochschule für Life Sciences FHNW
- Hochschule für Musik Basel FHNW
- Pädagogische Hochschule FHNW
- Hochschule für Soziale Arbeit FHNW
- Hochschule für Technik FHNW
- Hochschule für Wirtschaft FHNW**

Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW
Hochschule für Wirtschaft
Riggenbachstrasse 16
CH-4600 Olten
info.wirtschaft@fhnw.ch



www.fhnw.ch/wirtschaft