

Mitgliedergewinnung im Sportverein





Mitgliedergewinnung im Sportverein

Tipps & Tricks zum Dauerbrenner-Thema

Wie gelingt eigentlich Mitgliedergewinnung und wie spreche ich potenzielle neue Mitglieder an? Diesen Fragen wollen wir hier nachgehen und euch einige Tipps und Tricks an die Hand geben, wie die Mitgliedergewinnung bei euch im Verein ein Erfolg werden kann.



Wichtige Überlegungen innerhalb des Vereins, bevor Maßnahmen ergriffen werden:

- Alleinstellungsmerkmale des Vereins herausarbeiten

Beispiele:

- Internationale Mannschaften
- Moderne Sporthallen und Sportmaterial
- Diversität der Sportarten innerhalb des Vereins
- International erfolgreiche Trainer*innen
- Neuer Verein, Traditionsverein, etc.
- Benefizaktionen
- Reisen/Camps/Ferienangebote

- Zielgruppe kennen

- Altersgruppe
- Mitgliedertypen (Aktive, Übungsleitende/Ehrenamtliche)

- Eigene Angebote kennen, um zu erkennen, in welchen Bereichen neue Mitglieder Platz finden

- Eine*n „Mitgliederbeauftragte*(n)“ benennen

Mögliche Aufgaben könnten sein:


- Plant und/oder koordiniert die Maßnahmen (z.B. Mitgliederbefragung)
Grundlage: Mitgliederstatistiken (jährliche LSB-Mitgliederstatistik nutzen)
- hat Gruppen- und Hallenauslastungen im Blick, um Potentiale für neue Angebote zu erkennen
Grundlage: vereinsinterne Mitgliederstatistik



Konkrete Maßnahmen

▪ Veranstaltungen

Beispiele:

- Schnuppertage oder –kurse 
(Nichtmitgliederversicherung beachten!)
- Wanderungen für Mitglieder und Nichtmitglieder anbieten
(Nichtmitgliederversicherung beachten!)
- Eigene Veranstaltungen
- Ferienprogramm für Kinder
- Regionale Events nutzen, um den Verein in der Öffentlichkeit zu präsentieren, z.B. auf Stadtfesten oder Showveranstaltungen

▪ Kooperationen

Beispiele:

- Kooperationen mit Schulen/Universitäten
- Aktionstage in Kindergärten und Schulen
- Kurse in Schulen (Kindergarten und Schul-AGs)
- Kooperation mit anderen Vereinen
- Einbindung von Unternehmen (Betriebssport anbieten)
- Kooperationen mit Physiotherapiepraxen (Reha-Angebote)

▪ Werbemaßnahmen







Beispiele:

- Kontaktdaten bei der Gemeinde/Kommune hinterlegen für Hinzugezogene
(evtl. auch auf der Website seine Kontaktdaten präsentieren)
- Vereins-Homepage pflegen
- Image-Video drehen
- Mitglieder werben Mitglieder
- Regionale Medien nutzen → Bericht in der Lokalpresse
- Werbeplakate/Flyer an Schulen/Kindergärten oder anderen öffentlichen Plätzen
- Potenzielle Mitglieder direkt ansprechen
- Sichtbarmachung des Sportangebots (z.B. Sport im Freien – auf öffentlichen Flächen etc.)



▪ Strukturelle Maßnahmen

Beispiele:

- Angebot erweitern (modern und zeit-, sowie zielgruppenorientiert)
- Familienangebote, z.B. Elternangebote parallel zum Kinderturnen, Generationen - Training
- *Kurssystem*  anbieten, das in eine feste Mitgliedschaft übergehen könnte
- *Niedrigschwelliges Angebot*  schaffen
- *Hybrid-Kurse* 
- Leistungsstarke Gruppen/Sportler*innen aufbauen, die sich auf Wettkämpfen/Shows präsentieren und damit dem Verein einen höheren Bekanntheitsgrad verschaffen
- *Mitgliedsbeiträge staffeln* 
- *Passive Mitgliedschaft*  einführen
- *Eintrittsschwelle einfach halten* 



Erläuterungen

Kurssystem anbieten

Unterstützt durch eine Kursbuchungssoftware (z.B. Yolawo) könnt ihr für potenzielle neue Mitglieder kurzfristige Sportangebote anbieten und eine flexible Teilnahme gestalten.

Niedrigschwelliges Angebot schaffen

Angebot für Personen schaffen, die bislang inaktiv waren oder seit längerem keinen Sport mehr treiben. Mit einem niedrigschwelligen Angebot soll der Einstieg ins Vereinsleben erleichtert werden. Häufig wird von Personen, die nicht im Vereinskontext groß geworden sind, der Eintritt in eine bestehende Vereinsgruppe mit einer recht festen Teilnehmenden-Konstellation als Hürde angesehen. Mögliche Gründe können vielfältig sein, beispielsweise ein nicht mögliches Einschätzen des Leistungsstands der Gruppe sowie des eigenen Könnens.

Hybrid-Kurse

Hybrid-Kurse sind Präsenztrainings, bei denen zusätzlich die Möglichkeit besteht, online teilzunehmen. Somit bleibt die Dynamik eines realen Kurses erhalten und gleichzeitig Flexibilität geboten.

Mitgliedsbeiträge staffeln

Beispiel:

- Kinder bis 12 Jahre
- Kinder & Jugendliche bis 18 Jahre
- Erwachsene ab 18 Jahre in Berufsausbildung bzw. Schüler*innen, Zivildienstleistende und Student*innen
- Erwachsene ab 18 Jahre im Berufsleben
- Ehepaare
- Familien (Ehepaare mit Kindern bis 18 Jahre)
- Passive Mitglieder und Fördernde

Schnuppertage oder -kurse

Schnuppertage bzw. -kurse sind geeignet, um einen guten Einblick in die Sportart und das Vereinsleben zu bekommen, ohne gleich einen Jahresbeitrag zahlen zu müssen. Macht eure Schnupperangebote über die örtliche Presse, Flyer, Plakate, eure Homepage oder eure Social-Media-Kanäle bekannt und nutzt auch die Website „[schnupperkurs.de](http://www.schnupperkurs.de)“. Auf dieser Website könnt ihr eure Kurse kostenlos melden und Interessierte können die bundesweiten Angebote filtern. Auch lassen sich über diese Website Gutscheine für kostenpflichtige Kurse kaufen.

Weitere Informationen: [Die besten Kurse einfach ausprobieren | www.schnupperkurs.de](http://www.schnupperkurs.de)

Beachtet bei den Schnupperangeboten auch die Nichtmitgliederversicherung!



Passive Mitgliedschaft

- Ein Verein, der in seiner Satzung eine passive Mitgliedschaft vorsieht, kann auch aktiv neue **passive** Mitglieder anwerben, die den Verein unterstützen, **ohne** ein Angebot wahrzunehmen.
- Kündigungen können evtl. abgewendet werden, wenn einem Mitglied eine passive und damit günstigerer Mitgliedschaft angeboten wird.

Eintrittsschwelle einfach halten

Der Anmeldeprozess sollte möglichst einfach gestaltet werden, z.B. über ein Formular auf der Website oder über die direkte Abgabe bei den Übungsleitenden im Kurs.

Es sollten keine umständlichen Postsendungen oder persönliche Übergaben an Vorstandsvorsitzende nötig sein, die unnötige Wege bereiten.

Das Anmeldeformular sollte in einer leichten Sprache verständlich formuliert sein, so dass es für alle Menschen leicht zu verstehen ist und keine Hürde darstellt.

Imagevideo

Ein Imagevideo sollte fesseln und die Zuschauenden positiv ansprechen. Es sollte positive Emotionen wecken, über Angebote informieren, die Einzigartigkeit des Vereins rausstellen und eine Laufzeit unter 3 Minuten haben.

Professionelle Firmen könnten dabei unterstützen, aber vielleicht gibt's im eigenen Verein auch professionelle Hilfe unter den Mitgliedern? Ein Aufruf über den Mailverteiler des Vereins könnte sich lohnen!

Die Ausstattung und Software für den „Eigen-Dreh“ könnte über Fördermittel beantragt werden: z.B. bei [Stifter-helfen](#) | [Das IT-Portal für Non-Profits \(www.stifter-helfen.de\)](#)