

Fit für die Zukunft ?

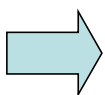
Mitgliedergewinnung und -bindung

Workshop des WTTV e.V.
Verl, 25.April 2015

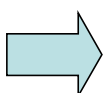


1. Zahlen - Daten- Fakten zur demografischen Entwicklung

- Demografische Entwicklung – Migranten - Behinderte
- Ganztagschulen (G 8)
- Zunehmende Konkurrenz (z.B. kommerzielle Anbieter)
- Stärkere Individualisierung
Selbstentfaltung
Selbstorganisation



Weniger potenzielle Mitglieder/Nachfrage!
(Problem: Mitgliedergewinnung)



Mitglieder treten schneller aus als früher!
(Problem: Mitgliederbindung)

2. Zielgruppen in Deutschland für Vereinsentwicklung

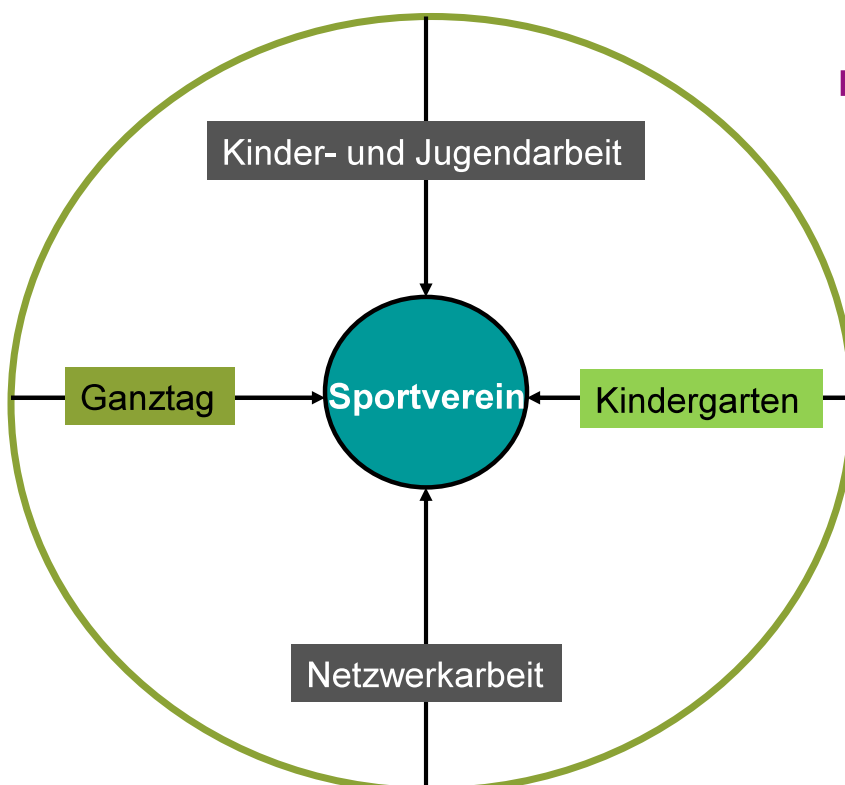
2.1 Kinder und Jugendliche

Die **Vereinsentwicklung** wird langfristig **auf zwei Füße** gestellt:

1. Sicherung der eigenen Angebote
 - sportliche
 - außersportliche
 } Kinder- und Jugendarbeit

2. Gezielte und flächendeckende Zugänge zu
 - Kindertagesstätten
 - Schulen/Ganztagschulen
 } der Sportvereine

Der **SPORT-Verein** steht im Mittelpunkt



NRW bewegt seine KINDER und Jugendlichen
in
Kitas + Vereinen + Ganzttag
und
sichert die
Kinder- und Jugendarbeit
im
Sportverein
innerhalb einer
kommunalen
Bildungslandschaft

3. Vereinsanalyse

Analyse



+ Marktbestimmung (nach Produkt, Zielgruppen, Ort und Zeit)

3. Vereinsanalyse

Analyse der vereinsinternen Situation:

- Wo liegen die Stärken bzw. Potenziale des Vereins?
- Was bieten wir für wen an?
- Wo gibt es möglicherweise Defizite/Entwicklungsbedarfe?
- Wie wird der Verein in der Öffentlichkeit wahrgenommen?

Diagnoseinstrumente:

- SWOT-Analyse
- Gut-Besser-Analyse
- Mitglieder-, Zielgruppenbefragungen
- Imageanalyse

3. Vereinsanalyse

SWOT-Analyse (durch Fakten-belegbare Analyse)

- zeigt gegenwärtige Situation von positiver und negativer Seite
- zukünftige Entwicklungspotenziale
- Erweiterung des Stärken-Schwächenprofils

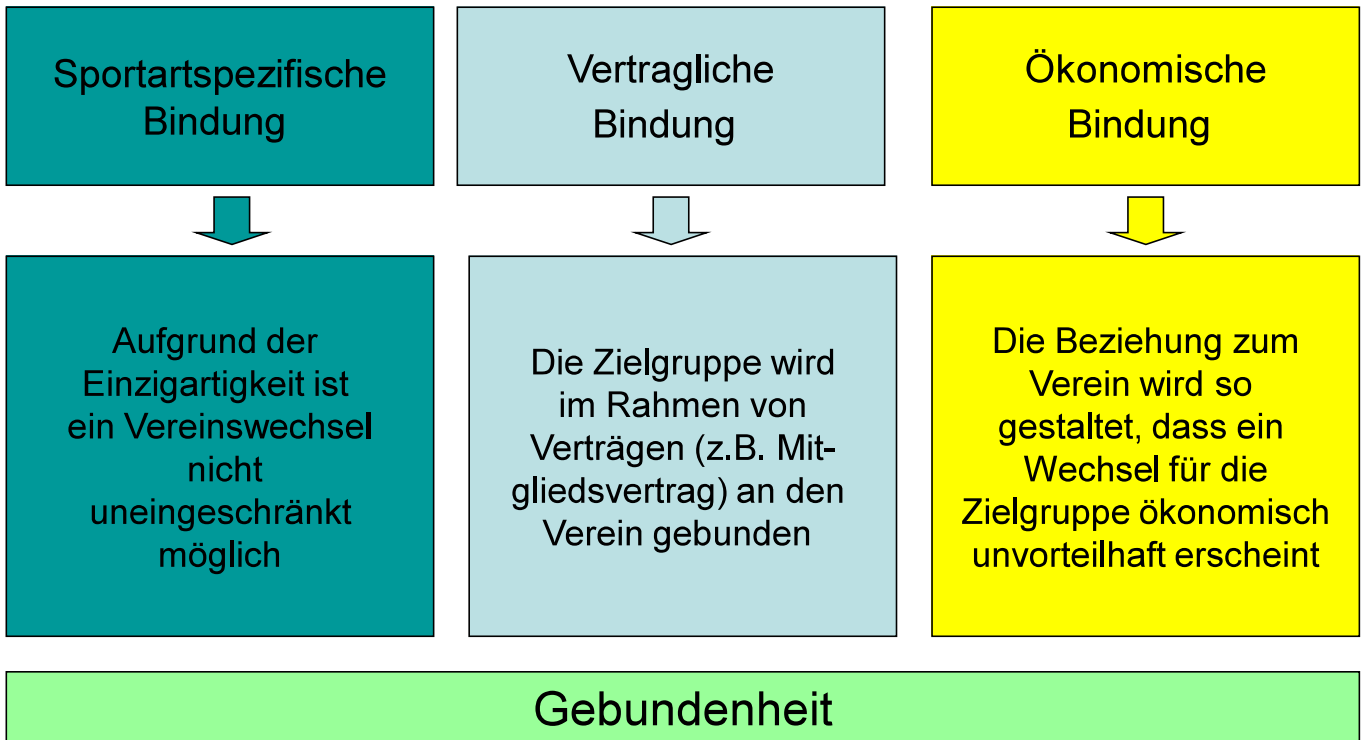
Gegenwart	Zukunft
Stärken meines Vereins	Chancen für meinen Verein
Schwächen meines Vereins	Gefahren/Risiken für meinen Verein

4. Umfeldanalyse

Analyse der Umfeldbedingungen, die das Vereinsmarketing beeinflussen:

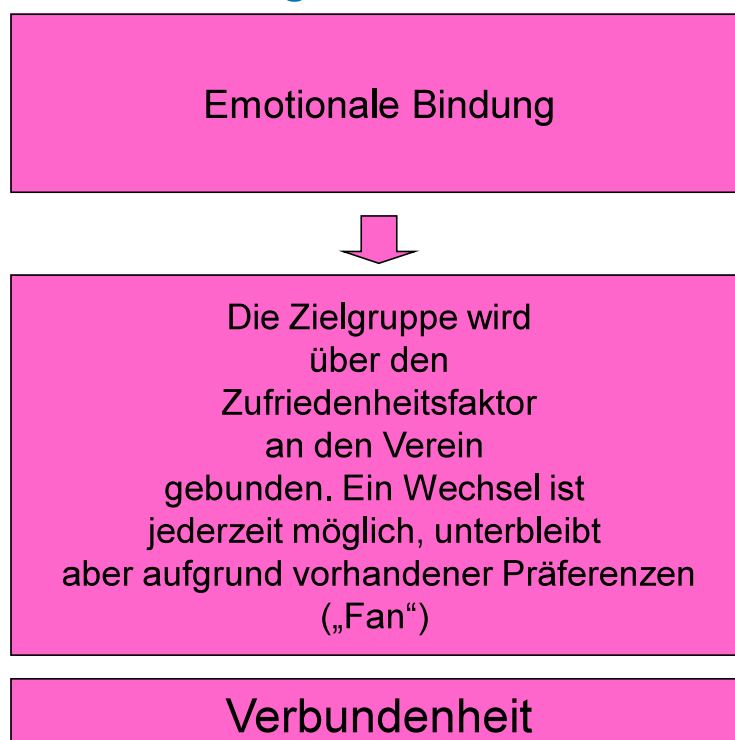
- soziodemographische Faktoren
- gesellschaftlich-kulturelle Faktoren
- technologische Entwicklungen / Trendentwicklungen
- Konkurrierende Faktoren
- politisch-rechtliche Rahmenbedingungen

Arten der Vereinsbindung



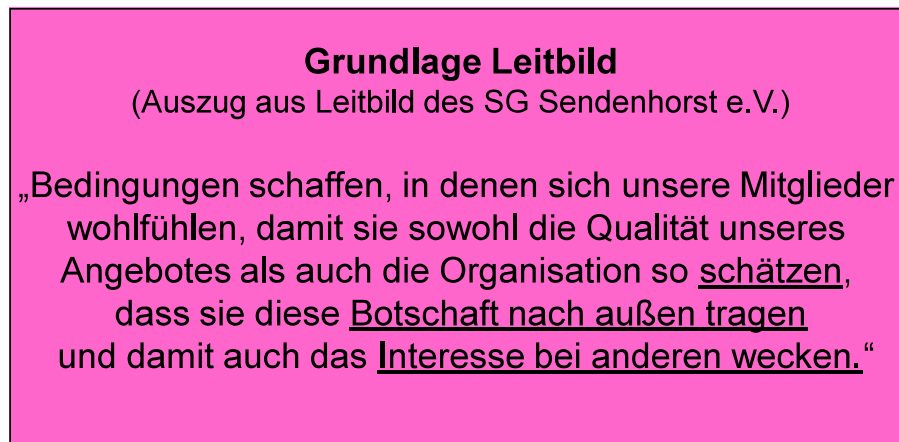
in Anlehnung an HOMBURG/BRUHN, 2004 und STUMPF 2007

Arten der Vereinsbindung

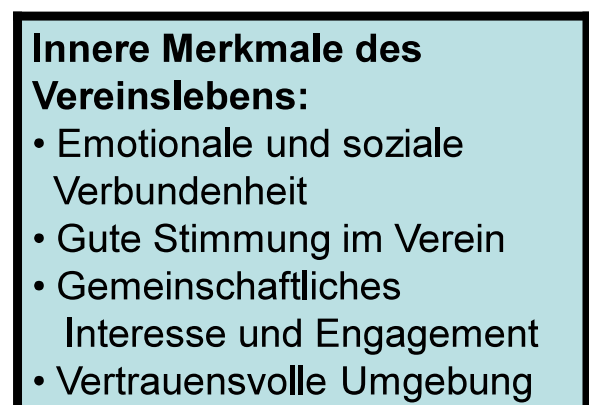
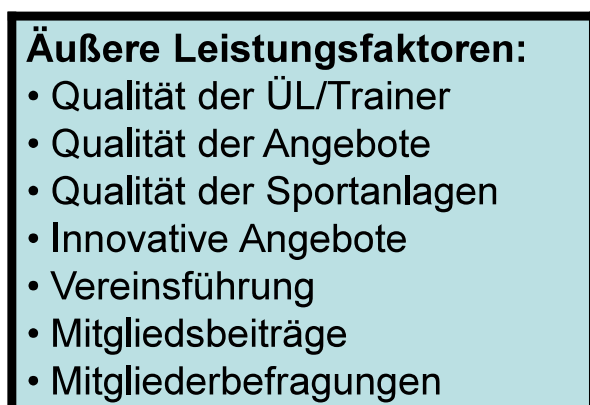


in Anlehnung an HOMBURG/BRUHN, 2004 und STUMPF 2007

Arten der Vereinsbindung



Faktoren der Mitgliederbindung

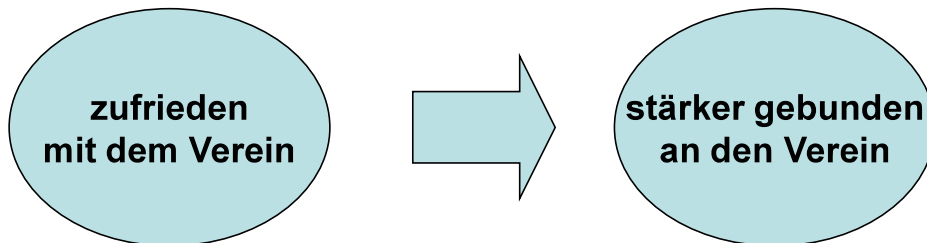


5. Leitbild – Zielsetzungen - Handlungsoptionen

Mitgliederzufriedenheit als Grundlage für die Mitgliederbindung

Zufriedene Mitglieder

- fühlen sich der Organisation stärker verpflichtet
- sind resistenter gegenüber Konkurrenzangeboten
- engagieren sich i.d.R. stärker im ehrenamtlichen Bereich
- sind Botschafter des Vereins
- haben eine wichtige Funktion bei der Mitgliedergewinnung



in Anlehnung an STUMPF 2007

5. Handlungsoptionen - Marketing-Management-Methode



7. Programme des LSB NRW e.V. zur Vereinsentwicklung

Welche Unterstützung bekommen wir als Sportvereine, um die Einflussfaktoren zu unserem Vorteil zu nutzen?

Landessportbund/Sportjugend NRW, Fachverbände und Bünde haben das Programm „**NRW bewegt seine Kinder – Bewegte Kindheit und Jugend in Nordrhein-Westfalen**“ gestartet, um

- Kindern und Jugendlichen vom Kindergartenalter bis zum Ende der weiterführenden Schule Bewegung, Spiel und Sport in ausreichendem Umfang zu ermöglichen und
- durch strukturell verankerte Kooperationen von Sportvereinen mit den Bildungs- und Betreuungseinrichtungen die Zukunft des Kinder- und Jugendsports in den Vereinen zu sichern.

7. Programme des LSB NRW e.V. zur Vereinsentwicklung

Wie können wir als Sportvereine uns in das Programm einbringen?

Bereits jetzt möglich:

- sich über die Grundlagen des Programms informieren (www.sportjugend-nrw.de)
- sich über aktuelle Kooperationsmöglichkeiten informieren (z. B. Bewegungskindergarten, Sporthelfer, Sport im Ganztage....)
- eigene gute Praxis/Erfahrungen dem eigenen Verband oder Bund melden
- konkrete Fragestellungen/Probleme benennen und dem eigenen Verband oder Bund melden



7. Programme des LSB NRW e.V. zur Vereinsentwicklung

- Förderprogramme zu den Programmen „Bewegt GESUND bleiben ...!“ und „Bewegt ÄLTER werden ...!“
- Qualifizierungsangebote
- Diskussion/Schärfung der inhaltliche Schwerpunkte BÄW:
 - SPORTLICH älter werden
 - FIT älter werden
 - MOBIL bleiben (wieder werden)
 - GEMEINSAM älter werden
 - ENGAGIERT älter werden

Verbände & Bünde: ?
Sportvereine: ?



7. Programme des LSB NRW e.V. zur Vereinsentwicklung

Information und Beratung

VIBSS online
 Informationsveranstaltungen
 Fachvorträge
 KURZ UND GUT – Seminare
 Tagesseminare
 Zirkel



Mitgliedergewinnung – Zielgruppen

- **Kinder und Jugendliche**
- **Ältere und Hochaltrige**
- **Gesundheits- und fitnessorientierte Menschen**
- **Leistungssportler/innen**
- **Migrantinnen und Migranten**
- **Menschen mit Behinderungen**

1) Möglichkeiten der Bindung

- Interaktion zwischen den MK-Gruppen
- Gleichberechtigung im Teamspiel - Spielstärke egal
- Informationsverteilung, Infos über Schulleiter, (Tatme)

Kommunikation

- Spielzeit - D. hat viel mehr Möglichkeiten
- Spielzeit
- 3) **Expansiver (E-Macht) für**
- Randverhalten
- E-Mail für Meinungen
- Facebookgruppe
- Internetseite

2) Maßnahmen

- Aktivitätsstand (....)
- Familienkinder
- Kennzeichen
- Handlungsfelder
- Bildung (Schule)
- Schulfamilie
- Spielgruppen/Offene Jugend

- Infos erhalten
- Organisation

Mitgliederbindung:

• Eltern in den "Verein bringen"

• feste Termine für gemeinsame Veranstaltungen

Mitgliedergewinnung:

- Schnupperkurse
- Kindergarten/Schule
- Berichterstattungen / Internet/HP
- Radio

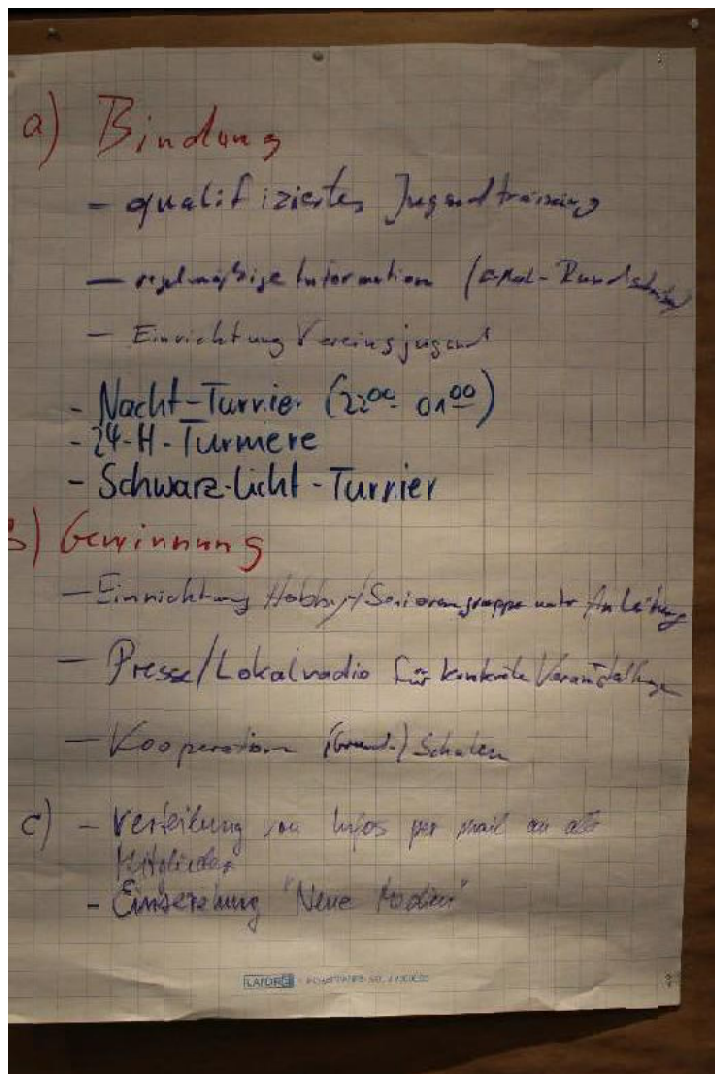
Maßnahme

• Familien-Turniere

• Jahresterminplan
Hauptverein / Abteilung

• öffentliche Präsentation
(Stadtfest, Schulfest, ...)

• Stadt- / Gemeinde-meisterschaft



Mitgliederbindung und Mitgliederwerbung

Gruppe: Dieter

1. Welche Möglichkeiten zur Mitgliederbindung sehen wir für unsere Vereine?

- **Wir-Gefühl** → Verhinderung von „Cliquenwirtschaft“
- **Steigerung der Attraktivität:** Weihnachtsfeiern, Sommerfest, Vereinstrikot, Fahrten zu den German Open, Ehrung des Trainingsfleißigsten, Spieler des Jahres, Ehrungen langjähriger Mitglieder, Spargelessen, Jugendfreizeit, vernünftige Trainer/attraktives Trainingsangebot, mehr Geld (evtl. durch höhere Beiträge)

2. Welche Maßnahmen können wir uns vorstellen, um neue Mitglieder (Kinder und Jugendliche) zu gewinnen?

- mini-Meisterschaften,
- Unterstützung des Milchcups an Schulen,
- Beteiligung an den Ferienspielen,
- Schnupperkarte (8x Training, Verlosung eines Schlägers),
- Offener Ganzttag,
- intensive Pflege der Webseite,
- Tag des Tischtennissports in der Grundschule,
- intensive Pressearbeit,
- Familienbreitensporttischtennistag
- YOUTUBE-Kanal, Facebook

Workshop "Mitgliedergewinnung und ~bindung"

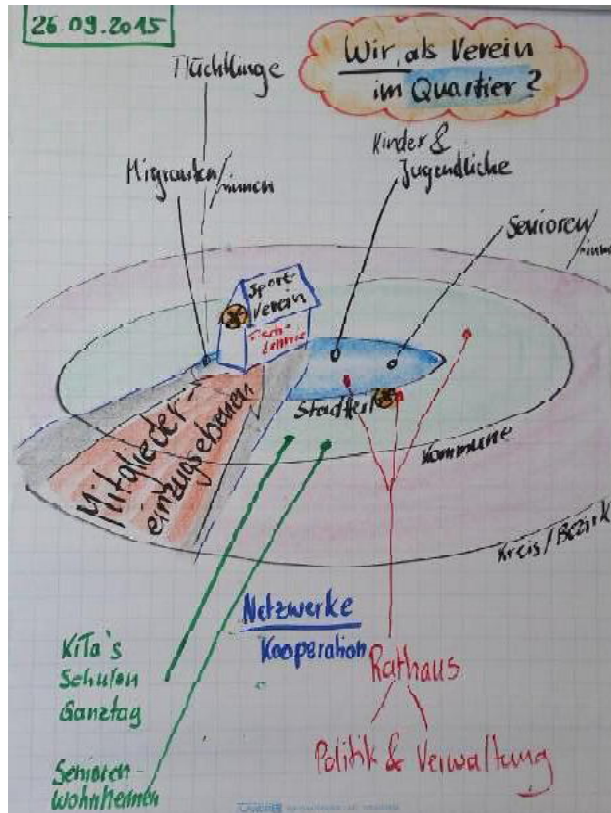


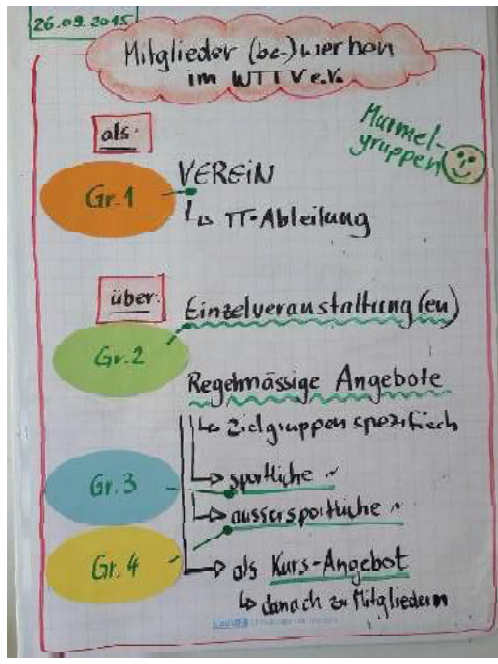
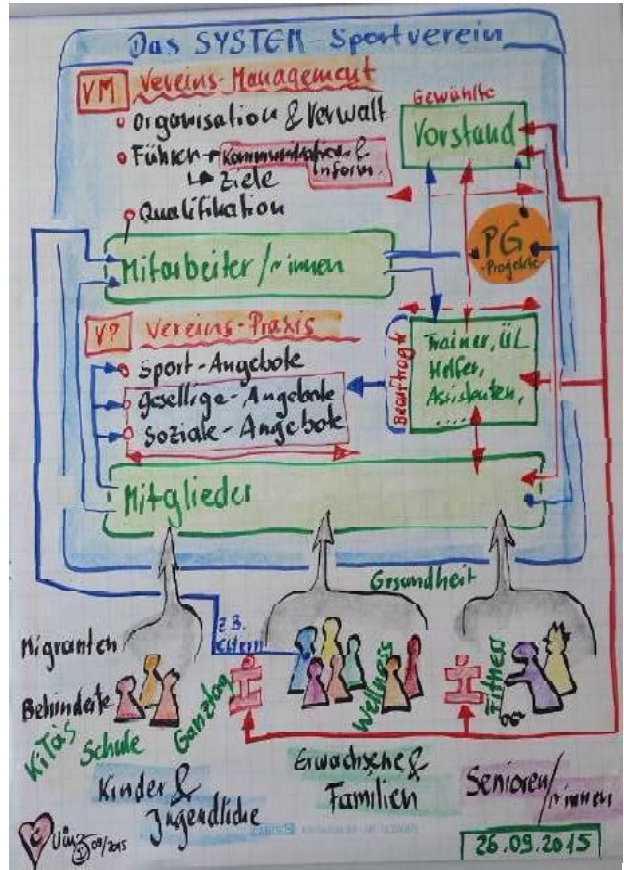
Moderation: Klaus-Peter Uhlmann

Ort: Sportschule WEDAU -Sitzungszimmer "Düsseldorf", Friedrich-Alfred-Str. 15, 47055 Duisburg
Veranstalter: WTTV e.V.
Termin: Samstag, 26.09.2015, 10.30-16.30 Uhr

Gefördert durch den Landessportbund NRW im Rahmen der MO-Entwicklung

Fotoprotokoll ■ Workshop "Mitgliedergewinnung und ~bindung" im WTTV ■ 26.09.2015







Steuerliche Tätigkeitsbereiche des Sportvereins

Nach dem Grad der Beteiligung am Wirtschaftsverkehr sind bei gemeinnützigen Vereinen folgende vier *Tätigkeitsbereiche* zu unterscheiden:

Ideeller Bereich	Unternehmerischer Bereich		
	Vermögensverwaltung	Zweckbetrieb	Wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb
Verwirklichung der eigentlichen steuerbegünstigten Satzungszwecke	Verzinsliche Anlage von Kapitalvermögen und Vermietung oder Verpachtung von Immobilien	wirtschaftliche Betätigungen, die der unmittelbaren Verwirklichung der Satzungszwecke dienen	nachhaltige selbstständige Tätigkeit im Wettbewerb mit anderen Betrieben
keine KSt keine GewSt keine USt	keine KSt keine GewSt ggf. 7 % USt	keine KSt keine GewSt i.d.R. 7 % USt	KSt und GewSt (wenn die Bruttoeinnahmen 35.000 € im Jahr übersteigen) i.d.R. 19 % USt

KSt = Körperschaftsteuer, GewSt = Gewerbesteuer, USt = Umsatzsteuer

Ideeller Bereich

Einnahmen (z. B.)	Ausgaben (z. B.)
USt-frei: <ul style="list-style-type: none"> • Mitgliedsbeiträge • Aufnahmegebühren • Zuschüsse • Spenden, Schenkungen • Logo- und Internetwerbung ohne Verlinkung • Erbschaften, Vermächtnisse 	USt-frei: <ul style="list-style-type: none"> • Freizeit-/Breitensport • Mitgliederverwaltung • Verbandsbeiträge • Sporthilfe, VBG • ÜJL-, JL- und VM-Vergütungen • Jugendarbeit • Jubiläen und Ehrungen

Vermögensverwaltung

Einnahmen (z. B.)	Ausgaben (z. B.)
USt-frei: <ul style="list-style-type: none"> • Zinsen aus Bank- und Sparguthaben • Wohnungsmiete • 	USt-frei: <ul style="list-style-type: none"> • Bankgebühren • Grundsteuer • Gebäudeversicherung • Darlehenszinsen
USt-pflichtig: <ul style="list-style-type: none"> • Pacht für Vereinsgaststätte • übertragene Werberechte • langfristige Vermietung von Sportstätten (> 6 Monate) 	

Zweckbetriebe

Zweckbetrieb sportliche Veranstaltungen

Einnahmen (z. B.)	Ausgaben (z. B.)
USt-frei: <ul style="list-style-type: none"> • Startgelder und Teilnahmegebühren • Sportkurse und –lehrgänge • Sportreisen 	USt-frei: <ul style="list-style-type: none"> • Aufwandsentschädigungen für Sportler/innen • Schieds- und Linienrichter/innen • Kassen-, Ordnungs- und Sanitätsdienst • Physiotherapeut/in • Trainer/innen (nicht selbstständig) • Verbandsabgaben
USt-pflichtig: <ul style="list-style-type: none"> • Eintrittsgelder • Ablösesummen für die Freigabe von Sportlerinnen und Sportlern 	USt-pflichtig: <ul style="list-style-type: none"> • Werbeaufwand • Reisekosten • Sportgeräte und Bekleidung • Urkunden und Pokale • Sportstätten • Honorartrainer/innen

Übrige Zweckbetriebe

Einnahmen (z. B.)	Ausgaben (z. B.)
USt-pflichtig: <ul style="list-style-type: none"> • Losverkauf (genehmigte Tombola) • kurzfristige Vermietung von Sportstätten an Mitglieder (≤ 6 Monate) 	USt-pflichtig: <ul style="list-style-type: none"> • Tombolapreise (genehmigte Tombola)

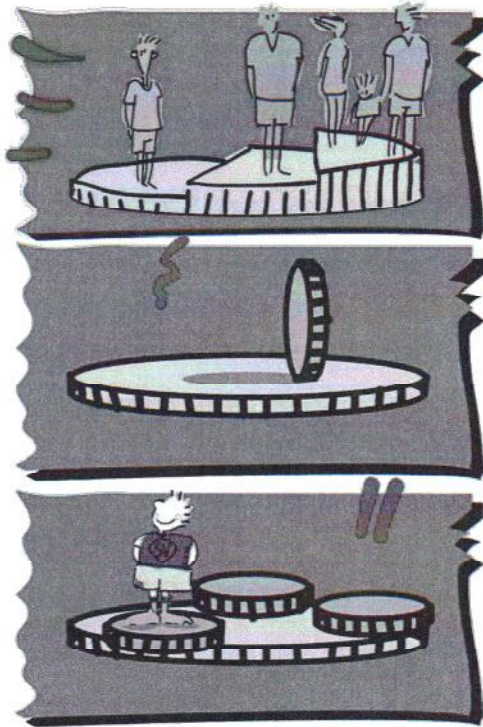
Steuerpflichtiger wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb

Betriebseinnahmen (z. B.)	Betriebsausgaben (z. B.)
USt-pflichtig: <ul style="list-style-type: none"> • Speisen- und Getränkeverkauf • Eintritt gesellige Veranstaltungen • Vereinsgaststätte in Vereinsregie • Verkauf von Sportartikeln • Werbung durch den Verein selbst • kurzfristige Vermietung von Sportanlagen und Sportgeräten an Nichtmitglieder 	USt-frei: <ul style="list-style-type: none"> • betriebliche Steuern • Miete/Pacht • eigenes Personal
	USt-pflichtig: <ul style="list-style-type: none"> • Wareneinkauf

Überblick: Rechnungswesen des Sportvereins

Hauptgebiete	Aufgaben	Teilbereiche	Aufgaben
Finanzbuchhaltung	<ul style="list-style-type: none"> - Rechenschaftsbericht gegenüber der Mitgliederversammlung - Grundlage für die Besteuerung des Vereins - Nachweis, dass die tatsächliche Geschäftsführung den Erfordernissen der Gemeinnützigkeit entspricht - Verwendungsnachweis gegenüber Zuschussgebern 	<i>Buchführung</i>	laufende chronologische und sachlich geordnete, wertmäßige Erfassung aller Geschäftsvorfälle
		<i>Inventar</i>	art-, mengen- und wertmäßige Erfassung des Vermögens und der Schulden durch körperliche Bestandsaufnahme (Inventur)
		<i>Jahresabschluss</i>	jährliche Rechenschaftslegung und Information über die Vermögens- und Ertragslage des Vereins
Kosten- und Leistungsrechnung	<ul style="list-style-type: none"> - Steuerung der Wirtschaftlichkeit des Vereinsgeschehens - Kalkulation der Mitgliedsbeiträge - Kalkulation der Preise für Zusatzangebote des Vereins, z. B. Kurse, Speisen und Getränke, Sportartikel, etc. - Ermittlung des Ergebnisses der einzelnen Abteilungen 	<i>Kostenartenrechnung</i>	Erfassung und Gliederung aller in einem bestimmten Zeitraum angefallenen Kosten (<i>Welche Kosten sind angefallen?</i>)
		<i>Kostenstellenrechnung</i>	Verteilung der Kosten auf die Bereiche und Abteilungen des Vereins (<i>Wo sind die Kosten angefallen?</i>)
		<i>Kostenträgerrechnung</i>	Beurteilung der einzelnen Leistungen des Vereins sowie des gesamten Ergebnisses in einem bestimmten Zeitraum (<i>Wofür sind die Kosten angefallen?</i>)
Statistik	<ul style="list-style-type: none"> - Vergleich von Daten und Entwicklungen - Ermitteln von Zusammenhängen zwischen den Daten 	<i>Datenerfassung und -auswertung</i>	z. B. die Mitgliederstruktur (jährliche Bestandserhebung für den Landessportbund und für die Fachverbände)
		<i>betriebswirtschaftliche Kennzahlen</i>	Entscheidungshilfen für die Vereinsführung
Planungsrechnung	<ul style="list-style-type: none"> - mengen- und wertmäßige Planung der zukünftigen Vereinsentwicklung 	<i>Angebots- und Maßnahmenplanung</i>	Planung der Angebote, Leistungen und Maßnahmen des Vereins für das nächste Wirtschaftsjahr
		<i>Investitions- und Finanzplanung</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Haushaltsplanung - Finanzpläne für Sondervorhaben - Liquiditätsplanung - Mittelverwendungsrechnung (Rücklagenbildung)

Beitragsgestaltung in einem Mehrspartenverein



Solidar-Prinzip

„Ausreißer“-Prinzip

Verursachungs-Prinzip

- das *Solidarprinzip*, d. h. ein einheitlicher Mitgliedsbeitrag für alle Abteilungen (ggf. nur eine Beitragsstaffelung nach Kindern, Jugendlichen, Erwachsenen, Familien);
- das *Ausreißerprinzip* (ein Kompromiss zwischen Solidarprinzip und Verursachungsprinzip), d. h. ein einheitlicher Grundbeitrag, der die Gemeinkosten und die durchschnittlichen Einzelkosten der meisten Abteilungen deckt, und Zusatzbeiträge nur für die „Ausreißer“, d. h. für besonders kostenintensive Sportarten,
- das *Verursachungsprinzip*, d. h. ein einheitlicher Grundbeitrag zur Deckung der Gemeinkosten (z. B. Vorstand, Verwaltung) zuzüglich individuell kalkulierter Abteilungsbeiträge zur Deckung der Einzelkosten;

Die Kalkulation der Mitgliedsbeiträge in einem Mehrspartenverein wird im Kapitel 7.3.2 „Kalkulation des Grundbeitrages und der Abteilungsbeiträge“ an einem Beispiel erläutert.