



# 6. Sportkongress

## SportRegion Hannover

---

Protokolle

22. März 2017

## Forum 1

### Mit gezieltem Marketing zum Erfolg *Was machen wir – und wie erfährt es die Öffentlichkeit?*

<u>Referent:</u>	<b>Siegfried Aberle</b> , Hannover 78
<u>Referent:</u>	<b>Günter Blum</b> , Marketing-Fachmann
<u>Referent:</u>	<b>Oliver Beyer</b> , DOSB New Media GmbH
<u>Moderation:</u>	<b>Carsten Elges</b> , Mitglied im Ausschuss Satzungen, Ordnungen und Organisationsentwicklung im Regionssportbund Hannover
<u>Protokoll:</u>	<b>Nicole Wolf</b> , Regionssportbund Hannover, Schriftwartin

Das Forum 1 des 6. Sportkongresses stand unter dem Thema „Mit gezieltem Marketing zum Erfolg / Was machen wir – und wie erfährt es die Öffentlichkeit“. Die Referenten waren Siegfried Aberle (ehemaliger Vorsitzender von Hannover 78), Günter Blum (ehemals Marketing Sparkasse Hannover, jetzt im Ruhestand) sowie Oliver Beyer (Geschäftsführer DOSB New Media GmbH).

Siegfried Aberle, ehemaliger Vorsitzender von Hannover 78, berichtete von seinen Erfahrungen aus der täglichen Vereinsarbeit mit Sponsoren. Er hatte die Erfahrung gemacht, dass es für die „normalen“ Sportvereine fast unmöglich ist an die ganz großen Sponsoren heranzukommen. Das Totschlagargument ist in der Regel die Frage: „Wie oft sind Sie im Fernsehen präsent?“. S. Aberle riet, sich die Sponsoren vor der eigenen Haustür zu suchen. Das kann sowohl extern als auch intern erfolgen. Z.B. durch Erfassung der Berufe der Mitglieder bzw. deren Eltern schon auf dem Eintrittsformular. Wichtig ist auch ein einheitlicher Auftritt des Vereines nach außen. Dazu gehört u.a. die Verwendung des Vereinslogos, ein Newsletter oder eine Clubzeitschrift sowie eine regelmäßige Pressearbeit sind für die Vereinspräsentation nicht zu unterschätzen. Hilfreich für die erfolgreiche Umsetzung von Marketingmaßnahmen ist eine Vorstandsklausur zur Planerstellung. Man sollte sich nicht scheuen, hierfür externe Hilfe in Anspruch zu nehmen. Die Ideen müssen aufgeschrieben, Stärken und Schwächen dokumentiert und vor allem Verantwortungsbereiche und Termine festgelegt werden.

Als Marketing-Fachmann riet Günter Blum den Vereinen, in Lösungen zu denken und sich nicht in Problemen zu verheddern. Wer knipst das Licht an und macht den ersten Schritt? Ein ganzheitliches Vorgehen ist entscheidend, um den Verein fit zu machen und vor allem fit zu halten. Die Dokumentation eines Konzeptes, z.B. Planungskreises (1. Bestandsaufnahme, 2. Zielsetzung/Zielgruppen, 3. Planung/Bewertung, 4. Umsetzung/Kontrolle) sollte erfolgen und Herausforderungen angenommen werden.

#### **Die Kernfrage ist, wie erfährt es die Öffentlichkeit? Tue Gutes – und rede drüber.**

Die Öffentlichkeitsarbeit sollte empfängerorientiert erfolgen, sowohl klassisch als auch digital. Und grundsätzlich steht die interne Information vor der externen Information. Die Vereine sollen ihre Situation nutzen und durchaus auch mal dem Sponsor die Frage stellen „Was kann ich für Sie tun?“.

Mit dem Schwerpunkt „Content-Marketing für Vereine - Was machen wir und wie erfährt es die Öffentlichkeit?“ stellte Oliver Beyer als Geschäftsführer der DOSB New Media GmbH das neue Produkt „Sportdeutschland.tv / YouSport“ vor. Über eine App können Vereine eigene, z.B. mit einem Smartphone aufgenommene, Berichterstattungen von Wettkämpfen (z.B. Fußballspiele)

auf Sportdeutschland.tv einer breiten Öffentlichkeit zugänglich machen. Der aktuelle Spiel-/Wettkampfverlauf kann über einen Video-Ticker verfolgt und die Beiträge können mit Hilfe von Facebook oder Twitter geteilt werden.

YouSport soll im 2. Quartal 2017 starten. Die Nutzung ist für Vereine kostenlos. Oliver Beyer machte darauf aufmerksam, dass die Kontinuität der Berichterstattung durch den Verein gewährleistet sein sollte. Aus Gründen des Datenschutzes sollte das Angebot vorerst nur für Berichterstattungen mit volljährigen Sportlern genutzt werden. Auch muss beachtet werden, dass z.B. Zuschauer über die Aufnahme im Vorfeld, z.B. durch Aushang am Eingang, über die Aufnahme und Veröffentlichung informiert sind.

Aus dem Plenum ergaben sich einige Rückfragen: Z.B. wer prüft die veröffentlichten Inhalte, sind die Videos geschützt und wie lange werden diese auf der Plattform gespeichert?

Oliver Beyer erläuterte dazu, dass zu Beginn des Projektes noch alle Inhalte geprüft werden (können). Mit verstärkter Nutzung des Portals wird das nicht mehr möglich sein und man wird auf entsprechende Hinweise angewiesen sein. Die hochgeladenen Videos sind grundsätzlich geschützt, es handelt sich um eine reine Streaminglösung. Wie lange die Beiträge auf dem Portal gespeichert werden, ist derzeit noch nicht festgelegt. Für den Produzenten des Videos wird es aber die Möglichkeit zum Download geben.

Nach den eindrucksvollen Berichten nutzten noch einige Teilnehmer die Möglichkeit des persönlichen Ge-spräches mit den Referenten, um ihre Fragen und vielleicht auch schon spontanen Ideen zu erörtern.