Kommunikationswege des Vereins

Grundsätzlich vorweg: Anfangen! Je früher desto besser.

Welches Ziel hatten Sie bei Ihrem Projekt?

Unser Projekt war und ist darauf ausgelegt, die internen Abläufe des Sportvereins während der Pandemie und insbesondere die Darstellung nach außen zu optimieren, zukunftsorientiert auszurichten und dabei ein breites Publikum anzusprechen.

Der Trend der Informationsbeschaffung entwickelt sich immer weiter hin zu den digitalen Inhalten. Diese Entwicklung wurde durch die Corona-Pandemie weiter befeuert. Um den Kontakt sowohl innerhalb des Vereins als auch zur Öffentlichkeit zu erhalten und zu erweitern, setzen wir konsequent die Werkzeuge der digitalen Medien ein.

Bitte schildern Sie den Verlauf Ihres Projektes? / Wie haben Sie ihr Projekt umgesetzt?

Es wurde ein dreiköpfiges Gremium gegründet, deren Vorsitzender auch im Vorstand vertreten ist. Dieses Gremium kümmert sich um den Bereich Internet & Öffentlichkeit. In dem Zusammenhang wurden digitale Medien als Informationsmedium eingeführt (WhatsApp, Facebook, Instagram, Homepage) und Spiel- sowie Ereignisankündigungen oder Online-Sportangebote (Gymnastik) über diese veröffentlicht. Im Zuge der Corona-Pandemie wurde die ausfallende Sportwerbewoche digital durchgeführt und der Kontakt zu den Mitglieder/innen durch weitere Aktionen & Botschaften gehalten. Die Vorstandsarbeit wurde dahingehend angepasst, dass eine zentrale Plattform mit allen Dokumenten, Fotos sowie sonstigen Dateien geschaffen wurde, auf die jedes Mitglied zugreifen kann. Die Vorstandssitzungen werden digital per Video-Konferenz abgehalten.

Welche Probleme haben sich in der Umsetzung ergeben und wie konnten Sie diese lösen?

Eines der größten Herausforderungen war das fehlende Wissen und Equipment, um digitale Inhalte und Formate vermitteln zu können. Nur durch viel Engagement des Vorstandes und mit Beratung durch Mitglieder/innen, die z.B. beruflich mit digitalen Inhalten arbeiten, konnte fehlendes Wissen zum zielgerichteten Umgang mit dem Thema aufgebaut werden. Durch die Förderung war z.B. die Anschaffung von entsprechender Hard- & Software möglich und es konnte eine weitere Professionalisierung stattfinden.

Welche Auswirkungen hat ihr Projekt für die zukünftige Vereinsarbeit?

Aushänge, Poster, Unterlagen des Vorstandes, Mitgliederdatenbanken. Was früher häufig manuell und in ausgedruckter Form vorlag, wird zukünftig verstärkt digitalisiert. Sei es die Bewerbung von Sportangeboten oder Spielen oder das zentrale Register aller Mitglieder, ein Großteil der Inhalte wird von der analogen in die digitale Welt transferiert.

Weiterhin wird die Mitglieder-Akquise verstärkt in den sozialen Medien vorangetrieben. Da häufig die junge Generation sich speziell dort aufhält und Informationen darüber bezieht.

Wer war Ihre Zielgruppe und wie hat diese das Projekt aufgenommen?

In erster Linie war es uns wichtig, den Kontakt zu unseren Mitglieder/innen zu halten und diese auch trotz der Corona-Pandemie aktiv in das Vereinsleben zu integrieren und zu informieren. Darüber hinaus sind wir stetig bemüht, neue Mitglieder/innen für unsere Angebote zu gewinnen und zu begeistern. Das Feedback darauf war sehr gut. Viele Mitglieder/innen, aber auch Interessierte aus der Gemeinde waren sehr angetan vom Engagement, insbesondere zu Krisenzeiten. Das einhellige Credo war "Der Verein lebt und entwickelt sich stetig weiter"

Welche Empfehlungen, Tipps und Tricks haben Sie für andere Engagierte?

Grundsätzlich vorweg: Anfangen!

Egal welches Vorwissen vorhanden ist oder eventuelle Barrieren durch eine ablehnende Haltung einiger Vorstands- oder Vereinsmitglieder/innen es gibt, ist es wichtig, sich diesem Thema zu widmen und anzugehen. Je früher desto besser.

Die Digitalisierung wird immer weiter in alle unsere Lebensbereiche eindringen, so auch in den Sportvereinen. Es ist wichtig, sich frühzeitig damit auseinander zu setzen.

Weiterhin sollte man sich am Anfang klar machen, welche Ziele verfolgt werden sollen und was im jeweiligen Verein überhaupt notwendig ist. Wenn kein Wissen vorhanden ist, kann man sich externe Beratung holen und einmal den Verein auf Herz und Nieren prüfen, um herauszufinden, was die Mitglieder/innen wollen. Dies kann z.B. mithilfe einer Umfrage stattfinden.

Man sollte jedoch auch nichts überstürzen und die Digitalisierung nicht als Wettkampf erachten. Die digitale Transformation ist ein Marathon, kein Sprint.

zur Lotto-Sport-Stiftung