



Best Practice

Umgesetztes Projekt: Kostenlose Vereins-Website mit digitalen Zusatzfunktionen

Interview mit Jürgen Dressler (2. Vorsitzender und Fachvorstand Marketing und Sponsoring, SV 1924 Glehn e.V.)

Warum wurde die Maßnahme umgesetzt?

Wir hatten vor ein paar Jahren schon eine sehr gute Homepage. Diese hatte jedoch ausschließlich informativen Charakter, digitale Zusatzfunktionen waren nicht integriert. Unsere Homepage sollte auf ein neues digitales Level gehoben werden.

Außerdem wollten wir unsere Kommunikation zentralisieren. Unsere Mitglieder sollten zukünftig nicht mehr zwischen mehreren Apps hin- und herspringen müssen, wenn sie sich über den Verein informieren. Die Inhalte unserer Facebookseite und Apps, wie Fußball.de wollten wir mit unserer Website synchronisieren bzw. einbinden.

Die neue Homepage sollte darüber hinaus einfach zu pflegen und Administratorenrechte unkompliziert zu vergeben sein. Wichtig war uns auch, diesbezüglich nicht von einzelnen (externen) Personen abhängig zu sein.

Welche Ziele hat das Projekt?

Unser Hauptziel war und ist es, unsere Mitglieder mit der Homepage noch stärker an den Verein zu binden.

Die Homepage sollte nicht nur informieren, sondern diverse Mehrwerte für unsere Mitglieder, Sponsoren etc. bieten.

Dafür musste die neue Homepage über die Funktionen einer klassischen Homepage hinausgehen und

durch moderne, digitale Bausteine ergänzt werden.

Folgende digitale Elemente sind in unserem „Homepage-Paket“ enthalten:

- Gamification-Tool: Durch Gewinnspiele, wie das chayns-Glücksräder und Bundesliga-Tippspiel, steigern wir den Traffic auf unserer Homepage.
- Onlineshop mit gängigen Bezahlmethoden (Kreditkarte, Paypal): Mit diesem Service können unserer Mitglieder bargeldlos mit dem Smartphone ihre Sportbekleidung, Fanartikel oder die Stadionwurst bezahlen.
- Digitaler Vereinsgutschein („Stadionkarte“): Diese wird ebenfalls als Zahlungsmittel akzeptiert. Es gibt ihn in ausgedruckter und digitaler Form (digital als Wallet auf dem Smartphone).
- Digitale interne Kommunikation: Per Push-Nachricht können bestimmte Nutzergruppen informiert werden.
- Digitale Personaleinsatzplanung: Registrierte Mitglieder können sich per Smartphone jederzeit und von überall für ausgeschriebene Aufgaben und Zeiten eintragen, wie z.B. die Einlasskontrolle am Spieltag oder Cafeteria-Dienste.
- Digitale Schlüssel-/Schlösserverwaltung: Via QR-Code lassen sich Tür- und Schrankschlösser (z.B. Ballschränke) digital per Smartphone öffnen.
- Rechteverwaltung: Mit einem persönlichen Login können wir uns bekannte Personen in verschiedene Nutzergruppen einteilen. Die Zuteilung der Rechte (z.B. Zugriff auf den Ballschrank oder eine Kamera) kann durch einen oder mehrere Administratoren vorgenommen werden (auch kurzfristig, wenn jemand spontan Zugriff benötigt).
- Digitale Verwaltung von Trainingsunterlagen: Einsehen von Spielplänen, Trainingsplänen etc.

Wie erfolgte die Umsetzung?

Wir haben uns auf dem Markt umgeschaut und sind auf die Software chayns der Tobit Software GmbH aus Ahaus in NRW gestoßen. chayns ist ein cloudbasiertes Betriebssystem und daher weit mehr als ein reiner Webseitenbaukasten. Der modulare Aufbau von chayns hat uns überzeugt. Mit der Basisversion kann man sich kostenfrei eine responsive Vereins-Webseite bauen. Anschließend kann die „klassische Homepage“ durch zahlreiche digitale Funktionen ergänzt werden. Für deren Implementierung ist kein IT-Know-how erforderlich. Bei Fragen bzw. technischer Unterstützung kann man sich an zertifizierte Partner, sogenannte chayns certified professional (CCP) wenden. Die Kontaktdata der CCPs gibt's bei Tobit.

Die Umsetzung startet sehr einfach. Der Zugang zu chayns ist unkompliziert. Man geht auf chayns.net und drückt auf „Starten“. Anschließend benennt man seine Webseite und schon geht es los.

Ist einmal alles eingerichtet, ist die Administration der Inhalte kinderleicht. Auch per Smartphone kann die Administration der Inhalte und Rechte bequem jederzeit und von überall (z.B. vom Wohnzimmersofa) vorgenommen werden.

1. Wer war für die Umsetzung verantwortlich?

Der 1. Vorsitzende unseres Vereins, Norbert Jurczyk und ich verantworten das Chayns-Projekt.

2. Kosten?

Der Webseitenbaukasten mit seinen zahlreichen Grundfunktionen ist kostenfrei. Die chayns-Basisversion deckt die meisten Funktionen ab, die ein Verein benötigt.

Chayns kostet nur dann etwas, wenn der Verein mit chayns Umsätze erzielt. Für die Abwicklung von Zahlungen ist eine Gebühr in Höhe von 3 % des Umsatzes an die chayns OPM GmbH zu entrichten. Dafür wickelt die OPM GmbH die Zahlungen einschließlich Belegerstellung ab. Der ganze Prozess läuft vollautomatisch ab.

3. Beauftragte Dienstleister

- chayns certified professional: Unterstützung/Beratung bei der technischen Umsetzung zu Beginn
- chayns OPM GmbH: Abwicklung von Zahlungen

Welche Mehrwerte ergeben sich für den Verein?

Die frühere Mehrfachpflege von Inhalten entfällt dank chayns. Diese werden aus verschiedenen Quellen (Facebook, Instagram, fussball.de etc.) synchronisiert und eingebunden.

Alle digitalen Zusatzfunktionen (wie z.B. die Erstellung von Dienstplänen, der Kauf von Trainingsequipment, der Stadionbratwurst und Fanartikeln oder das Öffnen von Schränken per QR-Code) werden zentral über die Homepage abgewickelt.

Mit der sehr schönen Statistikfunktion von chayns können wir ganz genau verfolgen, was auf unserer Homepage passiert. Es werden das Besucherverhalten und die getätigten Umsätze ausgewertet sowie vieles mehr.

chayns ist als Progressiv Web App (PWA) konzipiert. Das bedeutet, dass keine App für Android und Apple generiert und im Google Play Store und Apple Store hochgeladen werden muss. Die chayns-Homepage kann wie eine App auf dem Smartphone-Homescreen unkompliziert platziert werden. Ist das geschehen, werden die Inhalte der Homepage dort direkt und in Echtzeit gespiegelt.

Welche Herausforderungen/Stolpersteine sind zu beachten?

chayns bietet deutlich mehr, als sich dem Laien am Anfang erschließt.

Leider gibt es keine Tutorials/Manuals, welche den Funktionsumfang von chayns beschreiben.

Wenn sich einem der volle Funktionsumfang zu Beginn nicht erschließt, empfehle ich Tobit Software zu kontaktieren. Tobit vermittelt auf Wunsch einen chayns Certificate Partner in Vereinsnähe. Dieser berät und hilft, Stolpersteine aus dem Weg zu räumen.

Wie ist die Resonanz der Zielgruppen (Vereinsmitglieder, Sponsoren etc.)?

Mit der Einführung von chayns konnten wir die Zahl der registrierten Personen, die unsere Webseite nutzen, deutlich erhöhen. Aktuell (5.8.2022) haben wir 946 registrierte Nutzer, bei gut 650 Vereinsmitgliedern eine sehr gute Zahl.

Besonders beliebt bei unseren Nutzer*innen sind unsere Gewinnspiele (Glücksrad und Bundesliga-Tippspiel). Auch unser E-Shop wird fleißig genutzt. Viele Nutzer*innen haben sich auf unserer Homepage registriert als sie den Onlineshop erstmals genutzt haben. Mittlerweile kaufen die Eltern unserer Kinder sämtliche Sportkleidung ausschließlich über unseren eigenen Shop auf unserer eigenen Seite. Es erfolgt keine Weiterleitung auf einen vermeintlich eigenen Shop bei einem Sportartikelhersteller.

Unser Bestseller im Onlineshop ist das Trainings-Set (Trainingsshirt und -hose). Das gibt's zu einem attraktiven Preis. Das Angebot wird von uns offensiv kommuniziert. Gerade zu Saisonbeginn geht der Verkauf des Trainings-Sets durch die Decke.

Unsere Sponsoren schätzen die Möglichkeiten, die chayns bietet. Sie stellen z.B. Preise für unsere digitalen Gewinnspiele zur Verfügung. Die Gewinnspielpreise müssen von den Gewinner*innen beim Sponsor abgeholt oder können dort digital am Smartphone entwertet werden. Wir als Verein können unseren Sponsoren dank chayns mehr als die Logopräsenz auf Banden und Trikots anbieten.

Praxistipps von Jürgen Dressler (so gelingt die Umsetzung):

Der Verein steht und fällt mit seiner Philosophie bzw. grundsätzlichen Ausrichtung. Hat man kein klares Profil und setzt dieses nicht um, dann wird der Verein nicht zur Marke.

Die Umsetzung der Digitalisierung im Verein braucht einen langen Atem, schließlich werden Gewohnheiten verändert und dies braucht bekanntermaßen Zeit.

Es braucht jemanden im Verein, der gerne kommuniziert und den Bereich Kommunikation federführend verantwortet.

Die Informationsintervalle müssen möglichst kurz sein. Es sollten stets aktuelle Inhalte auf der Homepage eingestellt sein.

Wichtig ist, dass die Informationen für die Nutzer*innen auf der Homepage gut zu finden sind. Eine übersichtliche Struktur ist hilfreich.

Der digitale Vereinsgutschein („Stadionkarte“) eignet sich auch als Dankeschön für Ehrenamtler*innen.

Mit der Integration des Onlineshops konnten wir die registrierten Nutzer*innen unserer Homepage erhöhen.

Wichtig ist, dass der komplette Vorstand hinter dem Digitalisierungsprozess steht. Es darf kein Projekt sein, das nebenbei nur von einer Person gemacht wird. Es geht nämlich nicht nur um eine neue Homepage, sondern um Veränderungen in nahezu allen Bereichen. Wichtig ist außerdem, schnell einen

konkreten Nutzen für die jeweilige Zielgruppe zu etablieren, dann wird die Webseite auch regelmäßig besucht und genutzt.

Steckbrief SV 1924 Glehn e.V.

Kontaktdaten:

- Homepage: <https://sv-glehn.de>
- Facebook: <https://www.facebook.com/svglehn/>
- Instagram: <https://www.instagram.com/svglehn>
- Google Maps: <https://goo.gl/maps/3cgX5E1hEYgarXFp8>

Gründung des Vereins: 1924

Mitgliederzahl: 665 (Stand: 05.08.2022)

Altersstruktur:

- 0–18 Jahre: 48 %
- 19–30 Jahre: 20 %
- 31–40 Jahre: 9 %
- 41–50 Jahre: 8 %
- 51–60 Jahre: 7 %
- über 60 Jahre: 8 %

Anzahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (Haupt-/Ehrenamt):

- Hauptamt: 0
- Ehrenamt: 50 Trainer*innen, 25 im erweiterten Vorstand mit 6 Fachabteilungen

Vereinsangebote:

- 100 % Fußball: von Futziball für Kleinstkinder ab 2 Jahren bis hin zu den alten Herren. Über den klassischen Trainings- und Spielbetrieb hinaus gibt es bei uns Trainingscamps und Teamfahrten in den Ferien. Eigene Turniere, wie z.B. unser großes Pfingstturnier, bis hin zum beliebten Tannenbaumschmücken als Weihnachtsfeier sind weitere Events für Groß- und Klein.

[Zurück](#)