

Digitaler Sportverein

Vereinsstrukturen aufs Internet ausbreiten

Nutzungsmöglichkeiten des Internets im "Nonprofit"-Bereich

Für "Nonprofit"-Organisationen, also Vereinigungen und Verbände, die nicht in erster Linie zum Geldverdienen existieren, ist das Internet vor allem im Bereich von Marketing- und Kundenbindungsmaßnahmen interessant. Dies betrifft insbesondere die Zielgruppen Mitglieder, Spender*innen, Käufer*innen und die Öffentlichkeit.

Für die Mitgliedervernetzung bietet das Internet die Möglichkeit der individuellen Ansprache, der Datenerhebung und -nutzung, des Email-Marketings und der Unterstützung ehrenamtlicher Arbeit. Das "Online-Fundraising" ermöglicht die Gewinnung von Spenden. Im Bereich der Online-Services können Grußkarten, Wohlfahrtsmarken, Auktionen sowie Lotterie- und Glücksspiele angeboten werden, außerdem ist „(E)thical-Commerce“, der Vertrieb sozial- und umweltverträglicher Waren, möglich. Darüber hinaus kann das Internet die Öffentlichkeitsarbeit, die Lobbyarbeit sowie Kampagnen von Verbänden und politischen Parteien unterstützen.

Was davon ist für Sportvereine interessant?

Für Sportvereine dürften die Themen "Fundraising" und "Online-Services für Käufer" eher eine untergeordnete Rolle spielen. Interessant erscheinen allerdings die Ansätze im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit und besonders der Mitgliedervernetzung. Als spezielle Möglichkeiten für Vereine kommen außerdem die Mitgliedergewinnung, die Unterstützung der Gremienarbeit und die Fortbildung von Ehrenamtlichen in Frage.

Im Profisport sind virtuelle Fanshops und sogar Live-Übertragungen von Sportereignissen längst üblich. Der Verkauf von Fanartikeln über das Internet dürfte auch für kleine und mittelgroße Sportvereine interessant sein, zumindest wenn der Verein bereits Fanartikel anbietet. Wegen des nötigen technischen und finanziellen Aufwands und aufgrund des geringeren Publikumsinteresses kommen Live-Übertragungen sicher kaum in Frage. Denkbar sind jedoch Download-Angebote mit Aufzeichnungen von Sportereignissen des Vereins, auf denen Interessenten den Vereinen kennenlernen und Mitglieder sich selbst sehen können. In fast jedem Verein dürfte sich mindestens ein Hobbyfilmer finden lassen, der sich über diese Art der Anerkennung seiner Arbeit freuen würde.

Der im Bereich des E-Government (elektronische Verwaltung) zu beobachtende Trend hin zu „virtuellen Rathäusern“ kann für Sportvereine als Anregung dienen, über das Internet eine „virtuelle Geschäftsstelle“ oder ein „virtuelles Vereinsheim“ aufzubauen:

- Als „virtuelle Geschäftsstelle“ könnte eine Internetseite in der Vereinsverwaltung und im Mitgliederservice eine wichtige Rolle spielen, während sie als „virtuelles Vereinsheim“ Platz für Geselligkeit, Austausch und Kommunikation bieten würde.
- Der Aufbau von Sport-Intranets durch die Landessportbünde geht auf der Ebene der Kommunikation zwischen Verband und Verein bereits in die Richtung einer „virtuellen Geschäftsstelle“.
- Ein „virtuelles Vereinsheim“ könnte durch den Ausbau der Internetseite des Sportvereins zu einer virtuellen Gemeinschaft geschaffen werden. Die Integration von Mailinglisten, Newslettern, E-Mail-Postfächern, Diskussionsforen und weiteren Diensten befördert die Internetseite zu einer Kommunikations- und Austauschplattform. Durch die Einrichtung geschlossener Bereiche zur internen Kommunikation kann die Plattform wiederum mit der „virtuellen Geschäftsstelle“ verknüpft werden.

Das Internet als Ersatz oder Ergänzung vorhandener Strukturen?

Zusammenfassend ist festzustellen, dass Sportvereine das Internet in mehreren Handlungsfeldern einsetzen können, vor allem in folgenden Bereichen:

- - Geschäftsführung und Verwaltung
- - Mitgliederservice
- - Öffentlichkeitsarbeit
- - Geselligkeit und Kommunikation.

In den Bereichen Geschäftsführung und Verwaltung sowie Mitgliederservice scheint das Internet herkömmliche Strukturen zumindest teilweise ersetzen zu können. Dies betrifft beispielsweise die Kommunikation und den Dokument-Austausch innerhalb der Vereinsführung, aber auch den Dokument-Austausch zwischen Verein und Sportorganisationen sowie zwischen Verein und Mitgliedern bzw. Interessenten. Ob das Internet als „virtueller Fanshop“ für den Verein von Nutzen sein kann, hängt in erster Linie von den Merchandising-Aktivitäten des Vereins insgesamt ab.

Die Öffentlichkeitsarbeit kann durch die Website um eine entscheidende Komponente ergänzt werden. Der Verein gewinnt hier neue Möglichkeiten hinzu. Die Ablösung herkömmlicher Strukturen ist in Teilbereichen denkbar. So kann z.B. eine Pressemitteilung statt per E-Mail direkt auf der Website verlinkt werden. Social Walls lassen sich perfekt integrieren, um die sozialen Medien auch für die zugänglich zu machen, die dort nicht angemeldet werden.

Das „virtuelle Vereinsheim“ ist im Bereich Geselligkeit und Kommunikation eine interessante Ergänzung der vorhandenen Strukturen und kann sicher zur Stärkung des Wir-Gefühls beitragen. Eine Ablösung der vorhandenen Strukturen und persönlichen Kontaktmöglichkeiten ist jedoch kaum vorstellbar.

In den Bereichen Sportbetrieb und Jugendarbeit gibt es Möglichkeiten für den Einsatz der Website im

Zusammenhang mit der Öffentlichkeitsarbeit, beispielweise bei der Ankündigung von Sportereignissen und Trainingsterminen oder der Berichterstattung über das sportliche Geschehen. Hinzu kommt die Möglichkeit der Vernetzung von Sportgruppen und Mannschaften. In der außersportlichen Jugendarbeit sind außerdem gemeinsame Aktivitäten rund um das Internet denkbar.