



Kommunikationspolitik: Website (Gute Beispiele)

Gelungene Vereins-Homepages!

Praktische Tipps für eine gute Website haben wir im Fachartikel „[Website](#)“ für Sie zusammengestellt.

Doch welche Sportvereine nehmen sich diese Tipps zu Herzen und haben sie bei ihren Websites umgesetzt? Wir stellen Ihnen drei gute Beispiele vor.

1. [TSV Meerbusch](#)

- Für die Sportangebote („Herz des Vereins“) und sonstigen Vereinsangebote gibt es jeweils einen eigenen Menüpunkt.
- Das Menü im Kopfbereich ist nicht überfrachtet. Man beschränkt sich auf sechs [Menüpunkte](#).
- Das Besondere des Vereins wird herausgestellt („[Nr. 1 im Breitensport in Meerbusch](#)“)
- Ort, Termin und Ansprechpartner (meist mit Kontaktdaten) von Vereinsangeboten sind überwiegend vorhanden.
- Eine Verlinkung zu den Social Media-Präsenzen des Vereins ist vorhanden (Social Media-Plugins sind im Kopfbereich platziert).
- Die Rubrik „Aktuelles“ wird regelmäßig mit Inhalten gefüttert (ist aktuell).
- Datenschutzerklärung und Impressum sind vorhanden (im unteren Bereich platziert).
- Das Webdesign ist [responsiv](#) (gute Lesbarkeit der Inhalte unabhängig vom Endgerät des Website-Besuchers).
- Das Corporate Design des Vereins (z.B. Vereinsfarben blau und gelb) wird berücksichtigt.

2. [TV Lemgo](#)

- Das Menü im Kopfbereich ist mit sieben Menüpunkten nicht überfrachtet.
- Der Verein und seine Gesichter werden erlebbar gemacht (z.B. durch Einbindung von Fotos im Kopfbereich, die [Vereinsmitglieder bei der Sportausübung zeigen](#)).
- Das Corporate Design des Vereins (Vereinsfarben: rot-blau) wird berücksichtigt.
- Alleinstellungsmerkmale/Besonderheiten des Vereins werden deutlich (z.B. „mit 3.200 Mitgliedern Lippes größter Sportverein“ und die vereinseigene Sporthalle).
- Der Qualitätsanspruch des Vereins ist erkennbar (z.B. ist der TV Lemgo im Besitz der Qualitätssiegel „Sport pro Gesundheit“, „Sport pro Reha“ und „Sport pro Fitness“).
- Es sind Informationen zur Zielgruppe von Angeboten integriert (z.B. zur Altersklasse, an die sich

ein Angebot richtet).

- [Online-Anmeldung](#) für Kursangebote ist möglich.
- Das Webdesign ist [responsiv](#).

3. [HTC Uhlenhorst Mülheim](#)

- Das Layout der Vereinswebsite passt sich an Smartphones und Tablets an (ist responsiv).
- Alleinstellungsmerkmale des Vereins sind erkennbar (u.a. erfolgreichster Hockeyclub Deutschlands).
- Es wird mit Social Media-Präsenzen des Vereins verlinkt (mit dem vereinseigenen YouTube-Kanal „Uhlen-TV“ durch Einbindung eines eigenen Menüpunkt im Kopfbereich prominent platziert).
- Bei der Auswahl der Fotos auf der Website wird auf [Emotionalisierung](#) gesetzt (ein Großteil der 1300 Vereinsmitglieder und deren Begeisterung für den Verein sind erkennbar).
- Die Vereinsfarben (grün/weiß) bestimmen das Erscheinungsbild.
- Nur vier Menüpunkte im Kopfbereich.
- Es werden Mehrwerte für Sponsoren generiert (z.B. [gute Sichtbarkeit von Sponsorenlogos auf Fotos](#)).

Quellen:

Bild 1: <https://www.tsv-meerbusch.de/>

Bild 2: <https://www.tsv-meerbusch.de/>

Bild 3: <https://www.tsv-meerbusch.de/>

Bild 4: <https://www.tv-lemgo.de/>

Bild 5: <https://www.tv-lemgo.de/fitness/kurse/urban-latin-style/>

Bild 6: <https://www.tv-lemgo.de/>

Bild 7: <https://www.htc-uhlenhorst.de>

Bild 8: <https://www.htc-uhlenhorst.de>