LANDESSPORTBUND
NORDRHEIN-WESTFALEN

# Angebotsentwicklung

## Angebotsbreite, Angebotsdarstellung, Zielgruppenbezogenheit und Preisgestaltung

Zu einer **effizienten Betriebsführung einer Sportanlage gehört auch eine kontinuierliche Begleitung und Überprüfung der Leistungs- bzw. Angebotspalette**, angefangen von der Konzeptionierung bis hin zur Organisation. Dabei muss eine Offenheit und Flexibilität vorhanden sein, um Veränderungen, Erweiterungen oder auch Umstrukturierungen vornehmen zu können, die angepasst sind an die sich weiter entwickelnde Nachfrage der Mitglieder oder Kursteilnehmer oder Veränderungen in der Bevölkerungsstruktur (Stadtentwicklung) oder des Umfeldes (Konkurrenzangebote anderer Sportanbieter wie VHS, kommerzielle Studios etc.).

Das Sportangebot, bezogen auf die Sportstätte, ist hinsichtlich seiner Vielfalt und Differenziertheit zu begutachten. Gibt es eine **ausreichende Zahl von Angeboten, über die einzelnen Wochentage verteilt, um nach sportwissenschaftlichen Erkenntnissen sinnvoll und gesundheitsorientiert zu trainieren?** Werden sie auch zu verschiedenen Tageszeiten angeboten, so dass auch Arbeitnehmer, Senioren, Alleinerziehende etc. teilnehmen können? Werden diese in einer guten Qualität mit speziell ausgebildeten Leitungen durchgeführt? Sind diese auch ausgelastet und entsprechen sie einem zeitgemäßen Sportangebot? Soll man jeden neuen Trend mitmachen?
Außerdem ist zu prüfen, ob in größeren Sportstätten bestimmte Angebote parallel bzw. zeitlich versetzt stattfinden können, wie z. B. Kinderturnen und Entspannungskurse, oder Step-Aerobic und Tai Chi? Lassen die unterschiedlich entstehenden Lärmpegel durch Musikeinsatz oder Ballspiele gleichzeitigen Sportbetrieb zu oder schließen sich bestimmte Aktivitäten zur gleichen Nutzungszeit aus?
Zudem ist ein reibungsloser und störungsarmer "Schichtwechsel" der Sporttreibenden wünschenswert, wenn die eine Gruppe ihr Sportangebot beendet und die neue Gruppe die Sportstätte bzw. die Umkleideräume betritt Eventuell ist es notwendig, hier bestimmte "Schutzräume" oder für bestimmte Teilnehmerkreise zu schaffen, wie z. B. für Ältere, Migrantinnen, Behinderte etc., das durch "Pufferzeiten" und eine intelligente Vergabe von Belegungen erreicht werden kann.

### Darstellung der Angebotspalette

Zur Darstellung der Angebotspalette sind die Werbemedien wie Programmheft, Flyer und Plakat geeignet und können in der Sportstätte aktuell ausgelegt bzw. ausgehängt werden. Diese kann beispielsweise auch als übersichtlicher Wochenplan lesefreundlich im Großdruck gestaltet sein und am Schwarzen Brett oder im Schaukasten sowie im Eingangsbereich platziert sein. Damit werden die Nutzer direkt vor Ort erreicht und über die anderen Angebote, die sie interessieren könnten, aufmerksam gemacht und informiert.

Die Darstellung der Sportaktivitäten sollte für den einzelnen Sportinteressierten aussagekräftig sein, da er neben der Hauptsache "Sportangebot" auch die Erwartungshaltungen hinsichtlich der Gruppe, des Leistungsniveaus und weiterer Voraussetzungen besitzt.

**Zielgruppen haben verschiedene Vorlieben**

Daher ist bei der Planung und Organisation mit einzubeziehen, dass bestimmte Zielgruppen auch bestimmte Vorlieben bzgl. sportlicher Aktivitäten zeigen
Während Kinder bis zum Schulkindalter Bewegungsformen wie Turnen und Schwimmen bevorzugen, differenzieren sich ab diesem Lebensalter bestimmte Vorlieben bei Jungen und Mädchen: bei letzteren kommen Wünsche wie Ballett, gefolgt von Trampolinspringen, Gerätturnen und Selbstverteidigung dazu, später kommen dann noch Gymnastik/Tanzangebote, Badminton und Volleyball dazu.. Jungen bevorzugen eher neben Selbstverteidigung Fußball und später dann auch Basketball, Handball, Skateboard bzw. Inline-Skating sowie Klettern. Ab 16 Jahren ist eine Nachfrage bei weiblichen Sporttreibenden stärker nach Gymnastik- und Aerobicangeboten ausgeprägt; bei Jungen kommt ein stärkeres Interesse an Krafttraining dazu.

**Zusatzliche nicht-sportliche Angebote entwickeln**

Daher ist bei der Gestaltung der einzelnen Angebote innerhalb des Gesamtprogramms auch auf die Ausrichtung auf bestimmte Zielgruppen zu achten, die neben sportlichen Schwerpunktsetzungen auch bestimmte Zusatzschwerpunkte erwarten, wie z. B. die Möglichkeit der Kinderbetreuung, Geselligkeit und gute Kontakte, je nach Tageszeit ein Ausklang mit Frühstück oder einem Kaffee etc..

In Bezug auf die **Beitrags- und Gebührengestaltung** für (Sport-)Angebote muss jede Sportorganisation seine Preispolitik zum einen im Vergleich zu anderen Sport und Freizeitanbietern gestalten, zum anderen auch insgesamt ein kostendeckendes Programm schaffen. Darin können auch Sonderelemente wie Zusatzangebote, Familienbeiträge, All-Inclusive-Mitgliedschaften, Spartenbeiträge oder Rabatte für besondere Zielgruppen oder Nutzer sein. Will ein Sportverein also aufgrund seiner Mitgliederstruktur eine bestimmte Altersgruppe besonders motivieren, in den Verein einzutreten, so kann er für diese einen besonders günstigen Beitrag erheben. So kann z. B. ein Verein, der zu wenige Kinder im Vorschulalter als Mitglieder hat, das Ziel der Mitgliedergewinnung und langfristige Bindung an den Verein durch frühe Mitgliedschaft dadurch erreichen, dass er einen geringen oder gar keinen Mitgliedsbeitrag für Kinder bis zum Grundschulalter erhebt.