

# Sportevents managen



Claus Nißl

Bayerischer Sportkongress 2015

10.10.2015

## Inhalt:

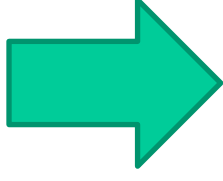
1. Einführung
2. Strategie
3. Feintuning für den Veranstaltungserfolg
4. Finanzierung
5. Rechtliche Aspekte
6. Nachbetrachtung

# 1. Einführung



## 1. Einführung

- Turniere für den Sport → Veranstaltungen für den Verein
- Veranstaltungen können...
  - Begeisterung auslösen!
  - Zusammenhalt im Verein stärken!
  - Mitglieder und Ehrenamtliche binden **und** gewinnen!
- Grundlage: akribische und präzise Planung



**Begeisterung kann man nicht planen. Aber man kann durch präzise Planung die Voraussetzungen dafür schaffen!**

# 1. Einführung

## Definition

- Veranstaltung: jedes organisierte Zusammenkommen von Menschen (MV, Tag d. offenen Tür, Sportereignis,...)
- Event: besonderes Ereignis, das nicht (so schnell) vergessen wird



## 2. Strategie

*„Schachspieler sind ein Vorbild für Veranstalter!“*

### 1. Schritt: Strategische Grundlagen

- Veranstaltungserfolg abhängig von Zielerreichung
- Ziele identifizieren und formulieren → **SMART-Prinzip**
- Nebeneffekte beachten und nutzen
- Veranstaltungskonzept bewusst darauf auslegen



## 2. Strategie

*„Was mir selbst schmeckt, mögen auch meine Gäste!“*

- sinnvolles Rezept für die Veranstaltungsorganisation?
- Ziele des Veranstalters mit den Interessen der Zielgruppe(n) verbinden!

### **Zielgruppen und ihre Interessen**

Welche Zielgruppe(n) müssen wir ansprechen, um unsere Ziele zu erreichen?

Welche Interessen könnte(n) die Zielgruppe(n) an unserer Veranstaltung haben?

Wie befriedigen wir diese Interessen, um unsere Ziele zu erreichen?

## 2. Strategie

### 2. Schritt: Die **richtige** Veranstaltung

- Beginn der konzeptionellen Phase
- Mitreißende Ideen

Zentrale Frage:

Was genau soll nach der Veranstaltung anders sein als vorher und wie bewege ich die Teilnehmer dorthin?

#### Mögliche Fragestellungen

Eine geschlossene oder offene Veranstaltung?

Festlicher Akt, lockere Feier oder ein „bunter Abend“?

Event im großen Maßstab oder ein kleines Zusammenkommen?

Sachliche, informative Veranstaltung oder emotionales Event?

Showprogramm oder Vorstellung aus eigenen Reihen?



## 2. Strategie

### 3. Schritt: Finanzierung der Veranstaltung

- Finanzielle Aspekte von der ersten Planung an beachten
- Überprüfung auf Finanzierbarkeit
- Interessante Ideen mangels Mittel nicht gänzlich verwerfen
  - Kooperationen
  - Einnahmen aus Eintrittsgeldern
  - Sponsoring-Einnahmen
  - ...

## 2. Strategie

### 4. Schritt: Gästeliste und Terminplanung

- Ableitung von den identifizierten Zielgruppen
- Auswahl treffen wegen Raumkapazitäten, begrenzten Budgets, Personalressourcen,... → grobe Gästeliste
- frühzeitige Terminplanung → Störfaktoren ausschalten:

#### Fragestellungen zur Terminplanung von Veranstaltungen

Termin in der Ferienzeit? (Urlaubszeit!)

Zur gleichen Zeit Konkurrenz-Veranstaltungen?

Großereignisse in den Medien? (z.B. Fußball-WM/EM, Olympia,...)

Behördliche Einschränkungen an bestimmten Terminen?

**Stimmen Sie den Termin im Vorfeld mit wichtigen Gästen (Sponsoren, Medienvertretern,...) ab!**

### 3. Feintuning für den Veranstaltungserfolg

#### **Veranstaltungsorganisation ist Projektarbeit.**

- Projektteam mit klaren Verantwortlichen
- Rechtzeitige Planung → häufig lange Zeiten (Genehmigungen, Anmietungen,...)
- Detaillierter Budgetplan: Kalkulation **und** regelm. Kontrolle!
- Kalkulation von Reserven für Spielraum
- Nachbetrachtung für künftige Veranstaltungen

### 3. Feintuning für den Veranstaltungserfolg

#### **Der richtige Veranstaltungsort.**

- Alternativen zu Vereinsheim und -anlagen überlegen
- Detaillierte Angebote für gefundene Möglichkeiten einholen  
→ inkl. aller Nebenkosten und Mehrwertsteuer
- Grundlegende Fragen beantworten: Verfügbarkeit, Größe, Ausstattung, Auflagen,...
- Schlechtwetter-Alternativen für Open-Air-Veranstaltungen

### 3. Feintuning für den Veranstaltungserfolg

#### **Das Rahmenprogramm.**

- Unterhaltungsprogramm (Kinder!)  
aus eigener Produktion von Profis profitieren
- Gruß-, Dankes- oder Abschlussreden
- Gutes Timing: Ablaufplan erstellen und verteilen

### 3. Feintuning für den Veranstaltungserfolg

- Verpflegung:
  - Abstimmung auf die Veranstaltung
  - „Partyservice“: mehrere Angebote mit übereinstimmenden Vorgaben zur eigenen Leistungserwartung einholen
  - Verantwortlichkeiten in der Veranstaltungsgastronomie festlegen
  - Rechtliche und gesundheitliche Aspekte beachten

### 3. Feintuning für den Veranstaltungserfolg

#### **Zielgruppen einladen.**

- Schriftliche Einladungen an wichtige Gäste (Sponsoren, Ehrengäste, Medienvertreter,...) mit Antwortkarten für leichtere Planung und Kosteneinsparung
- Interne Veröffentlichung: MV, Vereinszeitung, Homepage, Schaukasten,... → vor der Öffentlichkeit und mehrmals!
- Öffentlichkeit informieren: Veranstaltungskündigungen in Medien, Plakat-Aktionen, Handzettel,...
  - ➔ **Kosten für Öffentlichkeitsarbeit unbedingt im Budget berücksichtigen!**

### 3. Feintuning für den Veranstaltungserfolg

#### **Hilfe, wir schaffen es nicht allein!**

- Event-Agenturen für besonders große und ausgefallene Veranstaltungen, **wenn Budget vorhanden**
- Leitfaden zur Auswahl der richtigen Agentur:

#### **Aspekte zur Auswahl von Event-Agenturen**

Wie lange existiert die Agentur und wie sind die Referenzen?

Wie sieht das „Fitting“ der Veranstaltung aus?

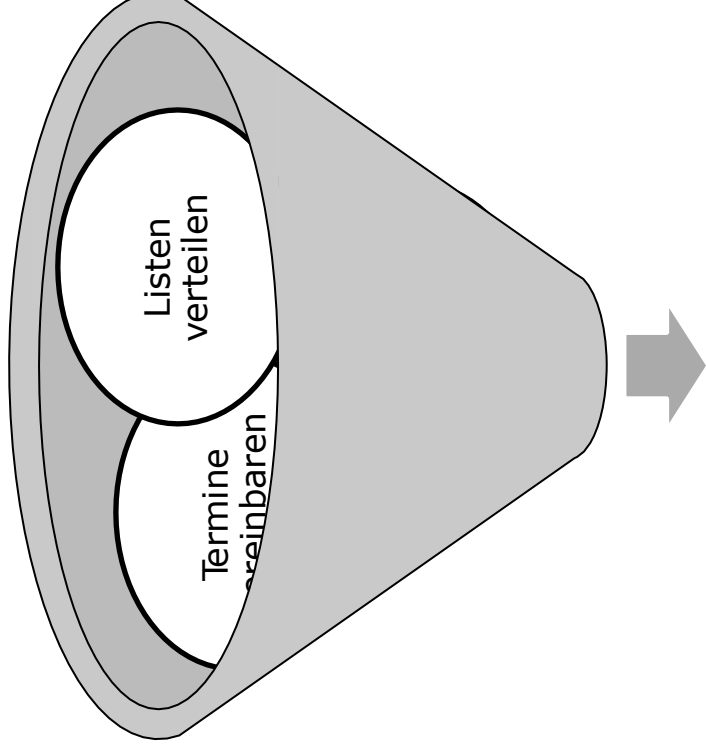
Erfolgreiche Zusammenarbeit nur mit exaktem und schriftlichem Forderungskatalog!

Detailliertes und schriftliches Angebot, um Preise zu vergleichen



### 3. Feintuning für den Veranstaltungserfolg

**Auf der Zielgeraden.**



**Das Ziel nicht aus den Augen verlieren!!!**

### 3. Feintuning für den Veranstaltungserfolg

#### **Ende gut, alles gut? Der Abbau.**

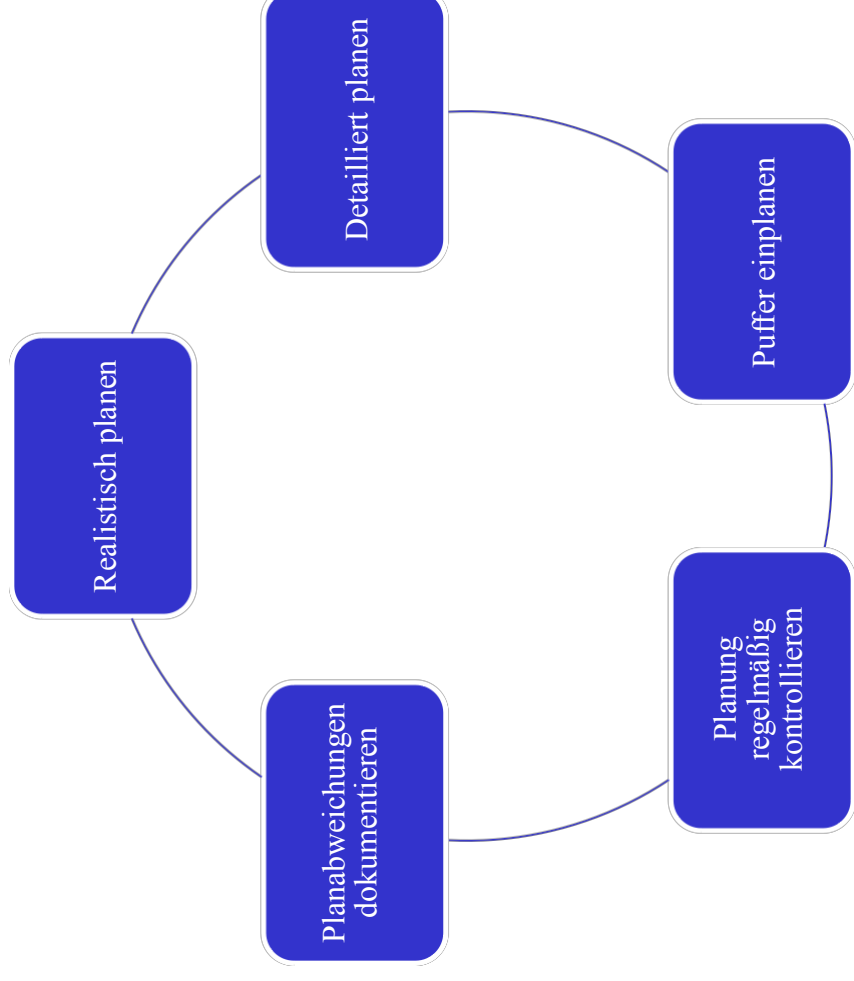
- Verantwortlichkeiten genau und im Voraus klären
- Verschiedene Aufgabenbereiche festlegen (Technik, ...)
- Kurze Checklisten zum Abhaken
- Besondere Vorsicht bei Technik! (Know-How benötigt?)
- Bei fremden Räumen: Übergabe klären
- Einnahmen: sichere Aufbewahrung

## 4. Finanzierung

- Bodenständige Budgetplanung mit Nachberechnungen
- Ziele auf voraussichtlichen Nutzen prüfen → Entscheidung über Geldvergabe
  - Einnahmequellen aufdecken:
    - Vergleichsangebote und Verhandlungen
    - kleine Eintrittsgelder oder Spenden
    - Überschüsse aus Verkauf von Getränken und Speisen
    - Sponsoring!
    - Zuschüsse von Kommunen bei regionalen/gemeinnützigen Interesse
    - Kooperationen mit anderen Vereinen/Organisationen
- Kosten detailliert und ausführlich kalkulieren

## 4. Finanzierung

### Grundsätze für die Budgetplanung:



## 4. Finanzierung

### Mit Budgetplan alles im Blick.

- alle geplanten Ausgaben notieren inkl. Folgekosten
- Differenzierung von fixen und variablen Kosten
- Entwicklung von Blöcken der geplanten Kosten (z.B. Rahmenprogramm, Verpflegung,...)
- Entwicklung von Blöcken für geplante Einnahmen (z.B. Eintrittsgelder, Sponsoring, Zuschüsse,...)
- Geplante Einnahmen + Vereinsmittel den Ausgaben gegenüberstellen  
→ Kontrolle, damit kein Minus entsteht

## 5. Rechtliche Aspekte

### **Vorher wissen statt nachher zahlen.**

- Vielzahl an behördlichen Auflagen
- z.B. Straßenfest: Rettungswege, Straßensperren, Genehmigung von Aufbauten, Ausschankkonzessionen,...
- z.B. kleine Veranstaltung im Vereinsheim: Brandschutz, Lärmschutz, Unfallverhütungsvorschriften, Sperrstunden-Konzession, Gesundheitszeugnisse,...
- Besonderheiten von Ort zu Ort unterschiedlich

→ **Kontakt zum Ordnungsamt bereits in der ersten Planungsphase**

## 5. Rechtliche Aspekte

- Wichtigste Versicherungen bei Veranstaltungen:

- (1) Veranstalter-Haftpflicht-Versicherung
- (2) Veranstaltungs-Ausfall-Versicherung
- (3) Elektronik-Versicherung

**Bei Versicherungen gilt:  
Das Interessante steht im Kleingedruckten.  
Befasst euch mit allen Klauseln und verlangt Auskunft, wenn  
etwas nicht verstanden wird!**

## 5. Rechtliche Aspekte

### **Kostenfalle GEMA.**

- Die meisten Musikstücke urheberrechtlich geschützt  
→ Dürfen nur gegen Gebühr gespielt werden
- Kontaktdaten der GEMA Bezirksdirektion eures Vereins:  
[www.gema.de](http://www.gema.de)  
[gema@gema.de](mailto:gema@gema.de)  
Tel. 030 / 21 245 – 00
- Bußgelder wesentlich höher als erhoffte Einsparungen bei Drücken



## 6. Nachbetrachtung

- Treffen des Projektteams nach Veranstaltungsende
- Schriftliche Fixierung u.a. von:

Haben wir unsere vorab definierten Ziele erreicht? Wenn nein: Warum nicht? Was ist schief gelaufen?

Welche Hürden, die wir nehmen mussten, könnte man beim nächsten Mal aus dem Weg gehen?

- Leichtere Beurteilung, ob sich eine ähnliche Veranstaltung nochmal für den Verein lohnt
  - Idealfall: Kursbuch, das beim nächsten mal schneller, günstiger und stressfreier ans Ziel navigiert

## Quellen und weiterführende Literatur

- Vereins-Informations-Beratungs- und Schulungssystem (VIBBS)
- Deutscher Olympische Sportbund (DOSB): Ehrenamt im Sport
- Nufer/Bühler (2011): Marketing im Sport.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!!!

**Kontakt:**

Claus Nißl

Tel.: 0151/25326174

Mail: [claus.nissl@web.de](mailto:claus.nissl@web.de)