



Relevanz-Check

Relevanz des Handlungsfeldes für meinen Verein

Unsere Stadt/Region ist noch nicht mit einem bestimmten Sport beworben worden.	
Unserem Standort fehlt es an einer überzeugenden Identität.	
Unser Verein fühlt sich mit dem Ort, der Region verbunden.	
Örtliche Unternehmen haben Schwierigkeiten, Mitarbeiter zu finden.	
Unsere Stadt/Region muss sich touristisch besser positionieren.	

Chancen-Analyse

Wie gut sind unsere Voraussetzungen?

Wir sind bereit zur Kooperation mit Vereinen, Unternehmen, Gemeinden, Tourismus.	
Mit Marketing und Kommunikation haben wir bereits Erfahrung.	
Wir besitzen die nötigen Kapazitäten, uns finanziell/personell zu beteiligen.	
Wir sind an einer langfristigen Strategie interessiert.	
Wir möchten mehr als reiner Sportdienstleister sein.	



Hindernis-Check

*Welche Argumente sprechen dagegen, in diesem Handlungsfeld aktiv zu werden?
z. B. Davon profitiert der Verein doch nur sekundär.*

*Welche vorbeugenden Massnahmen könnten diese Bedenken minimieren?
z. B. Führungsposition im Projekt übernehmen.*

*Dein Verein ist auf dem Handlungsfeld aktiv geworden, aber deine Befürchtung ist eingetreten – wie sieht der Notfallplan aus?
z. B. Rolle und Strategie ändern.*

▼

▼

▼



Ein Sport-Alleinstellungsmerkmal für den Standort definieren

Wenn du an euren Standort, eure Region, euer Quartier denkst, welche Besonderheiten mit freiem Sportbezug fallen dir ein? (wie Sportartikelhersteller, Sportpersönlichkeit, Event etc.)

Wie könnten diese Besonderheiten mit Sportkontext helfen, der Stadt, dem Ort ein Gesicht zu geben?

Besonderheit	Sport-Besonderheit	Potenzial	Zielgruppe	Partner	Ziel
	Erfolgreiche Orientierungsläufergruppen	Natur, Wettkampf, Individualsport, Gesundheit, Laufen, Technik	Natur-/Outdoorliebhaber, Läufer, Trainingscamps	Gemeinden, Stadtmarketing, Unternehmen	Positionierung als «Place to be» für Orientierungsläufer, Ausbau des Breitensports



Steigerung der örtlichen Lebensqualität mit Hilfe des Sportvereins

Welche Gründe sprechen für/gegen ein Leben an eurem Standort?

Pro

Contra



Werte die Negativpunkte durch ein Sportangebot deiner Wahl auf

Contra



Plus Sport



Ergebnis





Optimiere die Pro-Liste, indem du einen Sportkontext oder ein bestimmtes Sportangebot ergänzt

Pro	Plus Sport	Ergebnis
Günstig wohnen	> Sportverein	> Jahresmitgliedschaft
	>	>
	>	>
	>	>
	>	>

Welche möglichen Partner fallen dir ein, mit denen sich eure Ideen gemeinsam umsetzen liessen?



Realitäts-Check

Teste deine Ideen

	Idee 1	Idee 2	Idee 3
	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Alleinstellungsmerkmal	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Aufwertung des Standortes	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Finanzieller Aufwand	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Zeitliches Investment	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Realitätscheck/Chancen	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>



Zukunftsstrategie

Was müsst ihr jetzt tun? Formuliere eure nächsten drei Handlungsschritte:

1. _____
2. _____
3. _____

Beispiel aus den Vereinen

→ Auf eine sehr leicht umsetzbare und niederschwellige Methode, den eigenen Standortfaktor zu stärken, ist der **Bonner Turnverein von 1860** gekommen. Auf seiner Internetseite werden Unternehmer und Selbständige vorgestellt, die Mitglieder des Vereins sind. «Wir wollen damit die Möglichkeit bieten, über die Freizeitbetätigung hinaus Kontakte unter Kollegen zu knüpfen», so der Verein. Die Kontaktdaten sind auch für Nichtmitglieder ersichtlich.

www.btv1860.de/verein/unternehmen-im-verein/

Stelle dir vor: Wie wird dein Verein aussehen, wenn ihr dieses Handlungsfeld integriert?

<p>in 1 Jahr:</p> <p>in 5 Jahren:</p> <p>in 10 Jahren:</p>

Und nun stelle dir vor, wie dein Verein aussehen wird, wenn ihr auf das Handlungsfeld verzichtet:

<p>in 1 Jahr:</p> <p>in 5 Jahren:</p> <p>in 10 Jahren:</p>
