

mein Profil

mein Kalender

mein Postfach

mein Profil

mein Fitness

Kursbuchung

Platzbuchung

meine Daten



50

MITGLIEDERSTERNE

Maria Muster

Alexander Otto
SPORTSTIFTUNG

www.alexander-otto-sportstiftung.de

Wie führt mein Sportverein ein digitales Mitgliederportal ein?

Praxistipps und Blaupausen
beispielgebender Vereine

Erfolge

- Landesmeister Basketball 2017/18
- Triathlon 2016
- Citylauf
- Ehrenamtlicher des Monats Mai 2015
- etc.

Biete

- Tischtennis-
schläger
- Fußball-
schuhe
- etc.

Pinwand

Jonas Mustermann

Nächstes Mal lasse ich dich gewinnen, keine Sorge! Bis bald ;)

Tim Mustermann

Hi Maria, war ein super Match am Sonntag! Ich fordere aber bald eine Revan

Vorwort



Alexander Otto

Liebe Sportfreunde,

die Digitalisierung ist eine zentrale Zukunftsaufgabe unserer Gesellschaft und sicher wäre die Digitalisierung schon weiter vorangeschritten, wären die Prozesse nicht so komplex – auch im Sport. Die Digitalisierung des organisierten Vereinssports ist eine wichtige Brücke in Richtung Zukunft. Sie bietet eine schnellere und zielgerichtetere Kommunikation, einen verbesserten Service und ein breiteres Angebot. Nicht zuletzt wird das Ehrenamt dadurch gestärkt. Die Corona-Pandemie hat gerade wie ein Brennglas offengelegt, wie wichtig die Digitalisierung ist.

Von daher möchte ich mit meiner Sportstiftung den Vereinssport dabei unterstützen, sich zu digitalisieren. Deshalb haben wir bereits die **TSG Bergedorf** dabei unterstützt, eine Digitalisierungsstrategie zu entwickeln. Entstanden ist eine Blaupause für andere Vereine. Eine der ersten Digitalisierungsmaßnahmen, die bei der TSG angegangen wurden, ist die Einführung eines digitalen Mitgliederportals.

Mit so einem Portal können die Mitglieder ihre persönlichen Daten selbst verwalten und persönliche Nachrichten austauschen, Kurse und Courts online buchen, Infos über Kursausfälle kommen per Kurznachrichte und das Rechnungswesen erfolgt elektronisch. Und das sind nur einige Möglichkeiten, die das Portal bietet.

Daher hat meine Stiftung ein Förderprogramm für Hamburger Sportvereine initiiert: Gemeinsam mit unserem Innovationspartner **FUTURY** haben wir die Vereine zunächst in mehreren Workshops in die Lage versetzt, den Aufbau von digitalen Mitgliederportalen zielgerichtet anzugehen, um sie anschließend bei der Umsetzung finanziell zu fördern. Bewusst haben wir verschiedenartig strukturierte Vereine in unser Programm aufgenommen, die sich in Mitgliedergröße, Anzahl der Abteilungen und Form der Vereinsführung teilweise deutlich unterscheiden. Schließlich resultieren daraus auch sehr unterschiedliche Anforderungen an ein Mitgliederportal. Entstanden sind verschiedene Blaupausen, an denen sich Vereine beim Aufbau von eigenen digitalen Mitgliederportalen orientieren können. Abschauen ist ausdrücklich erwünscht!

In diesem Handbuch haben wir den Prozess und die Erfahrungen der Sportvereine bei der Einführung ihrer digitalen Mitgliederportale dokumentiert. Es wird anderen Vereinen helfen, selbst einen Prozess aufzusetzen, die Bedarfe an ein Portal zu definieren und einen Dienstleister für die Einführung auszuwählen. Ich wünsche Ihnen und Ihrem Verein dabei viel Erfolg!

Mit sportlichen Grüßen

Alexander Otto

Vorwort **Das Förderprogramm**



Alfons Hörmann

Liebe Sportfreundinnen und Sportfreunde, sehr geehrte Damen und Herren,

in Zeiten der Corona-Pandemie haben uns gerade die letzten Monate eindrucksvoll gezeigt, wie wichtig das Thema der Digitalisierung auch und gerade für SPORTDEUTSCHLAND ist und wie weit der Weg zu einer digitalen Sportwelt noch sein wird. Nicht zuletzt deshalb ist es entscheidend, dass wir gemeinsam an digitalen Innovationen für die Sportlandschaft arbeiten, die Vorteile der Digitalisierung aktiv in der Praxis nutzen und so Vereine und Verbände für die digitale Zukunft fit machen und zukunftssicher aufstellen. Hierbei ist es wichtig, den eigenen digitalen Reifegrad realistisch einzuschätzen, Partnerschaften zu schließen, strategisch vorzugehen und professionell abzuwägen, welche digitalen Werkzeuge dem eigenen Verein/Verband konkret helfen, damit diese dann schrittweise umgesetzt und erfolgreich in die eigene Infrastruktur integriert werden können.

Der **DOSB** unterstützt deshalb die beeindruckende Initiative der **Alexander-Otto-Sportstiftung**, eine Auswahl Hamburger Sportvereine in Form eines Pilotprojektes bei der Implementierung von digitalen Mitgliederportalen aktiv zu begleiten und zu beraten. Wir freuen uns über die erfreuliche Zwischenbilanz, indem ein Großteil dieser Vereine die Portale nunmehr realisiert hat bzw. kurz vor Abschluss steht. Somit dienen diese als Vorbilder für andere Vereine, die sich an deren Ergebnissen orientieren und die gesammelten Erfahrungen für ihre Schritte zu einer digitaleren Aufstellung nutzen können.

Wir können Sie und Ihren Verein/Verband nur ermutigen, sich die wertvollen Erfahrungen, die in diesem Handbuch umfangreich dokumentiert sind, zunutze zu machen und von dem gesammelten Know-how und den vielen guten Umsetzungsbeispielen, wie Digitalisierung in SPORTDEUTSCHLAND nicht nur professionell konzipiert, sondern erfolgreich genutzt werden kann, zu profitieren.

Lassen Sie uns Schritt für Schritt gemeinsam SPORTDEUTSCHLAND digitaler machen!

Mit sportlichen Grüßen

Alfons Hörmann

Das Förderprogramm

Im Mai 2019 hat die **Alexander-Otto-Sportstiftung** Hamburgs Sportvereine aufgerufen, sich für das von ihr initiierte Förderprogramm zur Einführung von **digitalen Mitgliederportalen** zu bewerben. Ziel der Stiftung war es, mit zehn unterschiedlich strukturierten Sportvereinen digitale Mitgliederportale zu entwickeln, an denen sich andere Sportvereine orientieren können. Wie schon bei der Entwicklung einer Digitalisierungsstrategie für die TSG Bergedorf im Jahr 2018 war die Innovationsplattform **FUTURY** Kooperationspartner der Stiftung.

30 Vereine hatten sich für das Förderprogramm beworben. Kriterien bei der Auswahl waren u.a. die Entschlossenheit zur Digitalisierung und die Bereitschaft, eigene Finanzmittel einzubringen. Die ausgewählten Vereine sollten zudem ein breites Spektrum in Bezug auf Mitgliedergröße, Spartenanzahl und Form der Vereinsführung abbilden.

Zu Beginn des Programms durchliefen die ausgewählten Vereine jeweils drei von FUTURY geleitete und der Stiftung finanzierte Workshops. Dabei wurden die Vereine in drei Gruppen aufgeteilt, die in sich relativ homogen waren, um einen möglichst hohen Lernerfolg für alle Teilnehmer zu erzielen. Mit Durchlaufen der Workshops waren alle Vereine befähigt, den Implementierungsprozess anzugehen und am Markt zielgerichtet den für sie passenden Dienstleister auszuwählen und zu beauftragen. Die Implementierung der digitalen Mitgliederportale erfolgte im Laufe des Jahres 2020, wobei die Alexander-Otto-Sportstiftung alle Vereine mit einer Anschubfinanzierung unterstützte.

Bei folgenden ausgewählten Vereinen kam es zu einer Implementierung der Portale: Niendorfer TSV, SC Alsterdorf-Langenhorn, Bramfelder SV, SV Blankenese, Mühlenberger SC, Oberalster Verein für Wassersport, HipHop Academy Hamburg, Parkour Creation e.V., Skateboard e.V. Hamburg.

Der Workshopprozess und die individuellen Erfahrungen dieser Sportvereine sind in diesem Handbuch dokumentiert. Es sind Blaupausen entstanden, die anderen Sportvereinen beim Aufbau eigener digitaler Mitgliederportale helfen sollen. Dazu ist es sinnvoll, sich an vergleichbaren Sportvereinen zu orientieren und mit diesen den Austausch zu suchen.

Inhalt

Vorwort Alexander Otto	3
Vorwort Alfons Hörmann	4
Das Förderprogramm	5
Inhalt	7
Was muss ein digitales Mitgliederportal können?	9
Interviews mit den Sportvereinen	17
■ Sportclub Alstertal-Langenhorn e.V.	18
■ Oberalster Verein für Wassersport e.V.	22
■ Parkour Creation e.V.	26
■ SV Blankenese e.V.	30
■ Niendorfer TSV	34
■ HipHop Academy Hamburg	38
■ Skateboard e.V. Hamburg	42
■ Bramfelder SV	46
■ Mühlenberger Segelclub e.V.	50
Fazit	55
Ausblick eines Digitalisierers	56
Impressum	58

* Alleine aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird im Folgenden die männliche Form verwendet. Die weibliche Form ist selbstverständlich darin eingeschlossen.

Was muss ein
digitales
Mitglieder-
portal
können?



Macht euch auf den Weg zum passenden Mitgliederportal!

Im Mittelpunkt eines Sportvereins stehen die Mitglieder: ihre Bedürfnisse, Wünsche und insbesondere ihr Engagement. Das war einer der zentralen Gedanken, denen wir gefolgt sind, als wir uns das Ziel gesetzt haben, Sportvereine für die Zukunft zu wappnen. Dieser Gedanke bleibt auch weiterhin zentraler Bestandteil von Sportvereinen und sollte sie als Leitbild im Wandel begleiten. Vereine müssen sich verändern und sie sind bereit dafür.

Die Digitalisierung hat unsere Lebensrealität insbesondere in den letzten Jahren immer mehr verändert. Sie ist zu einem natürlichen Bestandteil im Alltag der Gesellschaft geworden. Die Art wie wir einkaufen, wie wir arbeiten, wie wir uns fortbewegen, wie wir kommunizieren, wie wir uns informieren und wie wir unser Leben planen, hat sich fundamental gewandelt. In unterschiedlicher Ausprägung ist das unabhängig von Altersgruppen zu beobachten. Diese Veränderungen werden sich in den nächsten Jahren noch verstärken. Die Digitalisierung macht auch vor dem organisierten Sport nicht halt. Sie stellt Vereine aller Größen vor gewaltige Herausforderungen, bietet zugleich aber auch enorme Chancen. Im Hinblick auf digitale Standards steigt die Erwartungshaltung von Mitgliedern, Ehren- und Hauptamtlichen an ihren Verein. Wenn digitale Tools, Kommunikation und vereinfachte Prozesse zum Alltag im Privat-, Familien- und Arbeitsleben geworden sind, will man sie im Vereinsleben nicht missen. Das ist einer der Gründe, warum wir die Hypothese aufgestellt haben, dass eine digitale Mitgliederplattform zur Verbesserung und Digitalisierung von Prozessen der Interaktion unter Mitgliedern und zwischen Mitgliedern und Verein alternativlos ist.

Mitgliederportal – Ja, aber wie?

Der beste Beweis für die Veränderungsbereitschaft von Sportvereinen sind die zahlreichen Bewerbungen und am Ende Teilnahmen unterschiedlichster Sportvereine aus Hamburg am Förderprogramm der Alexander-Otto-Sportstiftung zur Einführung eines modernen Mitgliederportals.

Am Anfang des Projekts waren sich alle Teilnehmer einig: Wir brauchen ein Mitgliederportal! Offen war: Wie muss ein Mitgliederportal für uns aussehen? Was muss es können? Mit welchen Anbietern können wir zusammenarbeiten und was müssen wir bei der Einführung berücksichtigen? Die Antworten auf diese Fragen galt es gemeinsam mit den teilnehmenden Vereinen zu Beginn in einer Workshopreihe zu erarbeiten. Und die Antworten sehen für jeden Verein anders aus, basierend auf individuellen Bedürfnissen und Rahmenbedingungen. Unter anderem ist dies ein Grund dafür, dass jeder Verein nach der Entscheidung für die Einführung eines Mitgliederportals diesen Auswahl- und Implementierungsprozess proaktiv angehen sollte. Welchen Weg man dabei gehen sollte und was hierbei zu beachten ist, stellen wir im Folgenden an den unterschiedlichen Beispielen der Vereine dar, die an diesem Projekt teilgenommen haben.

Der Auftakt – Was braucht es?

Die Einführung eines digitalen Mitgliederportals ist eine große Aufgabe und bringt Veränderung, die Auswirkungen auf fast alle Bereiche und Personen im Verein hat. Deshalb ist die Einbindung vieler Vereinsvertreter aus unterschiedlichsten Bereichen und Abteilungen in den Auswahl- und Implementierungsprozess eine entscheidende Voraussetzung für den Projekterfolg. In die Entscheidungsfindung sollte hier nicht nur der Vorstand eingebunden werden, sondern auch Mitglieder, Verwaltung, Sportabteilungen und andere. Die Bedeutung der Perspektivvielfalt haben wir insbesondere im Vorfeld und in unserer Auftaktveranstaltung aufgezeigt. Bei aller Wettkampfmotivität im Sport zeichnet den Vereinssport auch immer die Gemeinschaft aus. Daher stand das Projekt unter anderem unter dem Leitgedanken: „Voneinander und miteinander lernen!“ Dazu kommt, dass Vereine, ob groß, mittel oder klein, meist unterschiedliche Strukturen und Rahmenbedingungen mitbringen. Wir haben es als erfolgsrelevant gesehen, den Austausch zielgerichtet sicherzustellen. Deshalb haben wir die teilnehmenden Vereine, basierend auf ihrer Mitgliedergröße, in drei Gruppen aufgeteilt. Am Ende waren über die Vereine hinweg, ca. 80 Vereinsvertreter intensiv im Prozess beteiligt.

1 GRÖßERE VEREINE	2 MITTELGROSSE VEREINE	3 KLEINERE VEREINE
<ul style="list-style-type: none"> • Deutscher Alpenverein Sektion Hamburg und Niederelbe e.V. • Altonaer Turnverband von 1845 e.V. • Niendorfer Turn- und Sportverein von 1919 e.V. • SC Alstertal-Langenhorn e.V. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bramfelder Sportverein von 1945 e.V. • tus BERNE e.V. • Spielvereinigung Blankenese von 1903 e.V. • Mühlenberger Segel-Club e.V. • Oberalster Verein für Wassersport e.V. 	<ul style="list-style-type: none"> • HipHop Academy Hamburg • Parkour Creation e.V. / DIE HALLE • HFC Falke e.V. • Sport Club Hansa von 1911 e.V. • Skateboard e.V. Hamburg • Hammerdeicher Ruder-Verein von 1893 e.V.
4 VEREINE	5 VEREINE	6 VEREINE

WS1 IST- & BEDÜRFNIS-ANALYSE	WS2 ENTSCHEIDUNGS-FINDUNG	WS3 VERÄNDERUNGS-MANAGEMENT
<ul style="list-style-type: none"> • Beschreibung der Ist-Situation im Verein • Identifikation von Stärken, Schwächen & Potenzialen • Bedürfnisanalyse • Soll-Zustand 	<ul style="list-style-type: none"> • Definition von Bewertungskriterien • Überblick über potenzielle technische Anbieter • Identifikation einer Short-List • Nächste Schritte mit technischen Anbietern 	<ul style="list-style-type: none"> • Identifikation betroffener Interessensgruppen • Beschreibung der Veränderung (Prozesse, Verantwortlichkeiten) • Veränderungsmanagement • Entwicklung eines Kommunikationsplans

Diese Beteiligungsbereitschaft ist in einem solchen Projekt erfolgsentscheidend. Ein Mitgliederportal führt man nicht mal eben so nebenbei ein. Insbesondere für kleinere und mittlere Vereine ohne hauptamtliches Personal bedeutet dies zunächst eine erhebliche Mehrbelastung. Das zeitliche Investment wird aber von den Effizienzgewinnen und Entlastungen für Haupt- und insbesondere auch Ehrenamtliche nach Einführung wieder aufgewogen. Hinzu kommt ein Qualitätsgewinn in puncto Kommunikation, Service und Angebot.

Inhaltlich wurden die Vereine in drei Workshops über drei Monate bei der Auswahl und Einführung methodisch unterstützt. Folgende Themen wurden behandelt:

Workshop 1: Ist- & Bedürfnisanalyse

Workshop 2: Anbietercheck & Anforderungskatalog

Workshop 3: Implementierungs- & Veränderungsmanagement

Alle teilnehmenden Vereine haben diese drei Workshops durchlaufen und dabei viel über sich selbst, aber auch voneinander gelernt. Im Folgenden werden die Workshopinhalte und der optimale Prozess genauer beschrieben.



Schritt 1 (= Basis für Workshop 1): Ist- & Bedürfnisanalyse

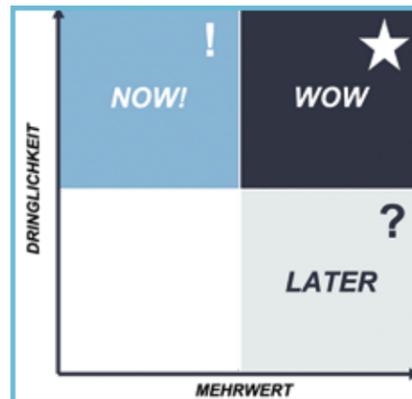
Zu Beginn gilt es, drei Dinge in seinem eigenen Verein zu verstehen: Wie ist meine aktuelle Situation, was sind meine konkreten Bedürfnisse und was will man eigentlich verändern? Es geht also zunächst darum, die Stärken und Schwächen des Vereins zu identifizieren und Potenziale zu erkennen. Insbesondere in der Bedürfnisanalyse sollten möglichst viele Personen aus dem Verein einbezogen werden. Man selbst kann nur vermuten, aber um valide zu planen, muss man die Betroffenen fragen und einbeziehen. Dies hilft auch direkt bei der späteren Akzeptanz der neuen Lösung. Wenn die Rahmenbedingungen und Bedürfnisse im Verein identifiziert sind, kann im nächsten Schritt ein erstes Zielbild definiert werden, auf das konkret hingearbeitet werden kann.

Inhaltliche Themen in Workshop 1

- Bestehendes Setup im Verein reflektieren
- Zielsetzung des Vereins abgleichen
- Bedürfnisanalyse unter Einbeziehung aller relevanten Personen und Gruppen erstellen
- Sollzustand und Zielbild erarbeiten
- Benötigte Funktionalitäten definieren

Einer der wichtigsten Aspekte bei der Bedürfnisanalyse ist, für unterschiedliche Personengruppe im Verein sogenannte „Personas“ zu erstellen. Dies sind stellvertretende Personenbeschreibungen, mit denen man versucht, Empathie für bestimmte Personengruppen im Verein aufzubauen und deren Bedürfnisse und Probleme zu identifizieren. Diese Personas wurden zunächst im Workshop entwickelt und im Nachgang durch Interviews im Verein validiert und angepasst.

Basierend auf den identifizierten Bedürfnissen und Problemen im Verein wurden anschließend erste Funktionalitäten definiert, die ein Mitgliederportal mitbringen muss. Diese wurden in Voraussicht auf die Entscheidungsfindung schon einmal anhand der Dimensionen Mehrwert und Dringlichkeit priorisiert.



Schritt 2 (= Basis für Workshop 2): Anbietercheck & Anforderungskatalog

Nachdem die Vereine jeweils für sich ein Zielbild für das zukünftige Mitgliederportal erstellt hatten, galt es im nächsten Schritt, diese Vorstellungen zu konkretisieren und mit Anbietern am Markt abzugleichen. Hierfür haben wir zunächst individuelle Bewertungskriterien aufgestellt und diese anhand von Grundvoraussetzungen, Funktionalitäten und weiteren Aspekten strukturiert.

Die wichtigsten Grundvoraussetzungen für ein modernes Mitgliederportal sind folgende:

- „Software as a Service“-Lösungen (SaaS) sind anpassungsfähiger und flexibler als Eigenentwicklungen
- Intention des Anbieters zur stetigen Weiterentwicklung sowie Solvenz des Anbieters
- Möglichkeit der Einflussnahme als Verein auf weitere Funktionalitäten
- Cloudbasierte & DSGVO-konforme Datenspeicherung
- Mobil-optimierte Anwendung für Mitglieder (Web-App oder traditionelle App)
- Mitglieder selbstverwaltung von Mitgliedschaften, Daten etc.
- Abdeckung von Kommunikations- und Verwaltungsaktivitäten

Für jeden Verein sehen diese Bewertungskriterien anders aus. Entscheidend ist, dass man sich im Vorfeld der Anbieterauswahl hierüber im Klaren ist. Was will ich konkret? Was ist mir besonders wichtig? Was sind mögliche „No-Go's“ und wo bin ich bereit, Einschränkungen hinzunehmen?

KATEGORIEN	BEWERTUNGSKRITERIEN	
GRUND-VORAUSSETZUNGEN	LIZENSIERUNG & SAAS MITGLIEDERSELBSTVERWALTUNG ENTWICKLUNGSSTAND MOBIL-OPTIMIERT	PREISSTRUKTUR CLOUDBASIERT BESTEHENDE SYSTEME / ABLÖSEN DSGVO-KONFORM
FUNKTIONALITÄTEN	KOMMUNIKATION ZWISCHEN MITGLIEDERN KURSBUCHUNGEN EVENT- & TRAININGSKALENDER INDIVIDUELLER NEWSFEED	ONLINE-MITGLIEDERBEITRITT PUSH-NACHRICHTEN TEILNAHMELISTEN ETC.
ZUSÄTZLICHE ASPEKTE	OPTISCHE ERSCHEINUNG / UI DATEN-MIGRATION EINFLUSSNAHME AUF WEITERENTWICKLUNG MEHRSPRACHIGKEIT	SEO (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION) SOLVENZ VON ANBIETERN SERVICE & SUPPORT ERFAHRUNGSWERTE ANDERER VEREINE



Ein höchst relevantes Thema in der Anbieterauswahl ist natürlich der Preis, besser gesagt: Das Preis-Leistungs-Verhältnis. Um das für sich bewerten zu können, muss man sich als Verein darüber klar werden, welche Vorteile, Einsparungen oder auch möglichen zusätzlichen Erlöse man durch das Mitgliederportal erzielen kann. Ganz klar: Das Budget ist immer knapp. Jedoch überwiegen meist die Einsparmöglichkeiten durch Prozessverschlanung und Potenziale durch freiwerdende Kapazitäten.



Basierend auf den individuellen Bewertungskriterien haben die Vereine zunächst verschiedene Anbieter ermittelt, sind mit diesen in Kontakt getreten und haben eine mögliche Zusammenarbeit evaluiert. Dabei wurde deutlich, dass jeder Anbieter unterschiedliche Stärken hat, so beispielsweise der eine bei der Vereinsadministration, der andere bei der Vereinskommunikation. In der Zusammenarbeit mit den Vereinen ist aufgefallen, dass oft doch das Unmittelbare zunächst im Vordergrund steht – ganz dem Gedanken nachgehend: Wo drückt der Schuh grad am meisten? Dies waren bei den meisten Vereinen die Verwaltungstätigkeiten. Meist hängen diese aber mit Mitgliederkommunikation und Mitgliederangeboten zusammen. Deshalb ist in den überwiegenden Fällen der Fokus erweitert worden. Es sollen nicht nur interne Arbeitsabläufe verbessert werden, sondern konkrete, neue Mehrwerte für Mitglieder und Vereinspersonal geschaffen werden. Der Verein soll auch digital weiter zusammenrücken!

Schritt 3 (= Basis für Workshop 3): Veränderungsmanagement



Mit einem neuen digitalen Mitgliederportal kommt viel Veränderung auf den Verein zu. Diese Veränderungen betreffen nahezu alle im Verein: Vorstand, Verwaltung, Übungsleiter, Betreuer und insbesondere die Mitglieder. Dieser Veränderungsprozess sollte proaktiv gestaltet und durchgängig begleitet werden und beginnt nicht erst mit der Einführung des Mitgliederportals. Veränderungsmanagement beginnt bereits mit dem Entscheidungs- und Auswahlprozess. Um Veränderung zu gestalten, müssen Menschen mitgenommen werden. Dies beinhaltet insbesondere, die Ängste und Sorgen vor Neuem ernst zu nehmen und auszuräumen. Deshalb gehört es zu den Erfolgsfaktoren, möglichst viele Parteien im Verein mit einzubeziehen und zu hören. Das Motto lautet: Involvieren statt reines Informieren, um den Menschen die Möglichkeit zu geben, ihre Zukunft selbst mitzugestalten.

Überlegt man, was bei der Einführung zu beachten ist, sind dies folgende Themen:

- Mitnehmen von Personen und Vereinsgruppen schon im Auswahlprozess
- Frühzeitige interne und öffentliche Kommunikation
- Menschen im Verein begeistern und als Multiplikatoren gewinnen
- Ängste erkennen und ausräumen
- Von Vorteilen des Mitgliederportals überzeugen
- Mitglieder, Ehren- und Hauptamtliche nicht mit der neuen Lösung allein lassen
- Technische Abstimmung und Unterstützung beim Anbieter anfordern und zusichern lassen

Wir haben in der Zusammenarbeit mit den Vereinen gelernt, dass insbesondere zwei Werkzeuge bei der Unterstützung des Veränderungsprozesses geholfen haben: Zum einen ist dies ein detaillierter Veränderungsplan, welcher basierend auf unterschiedlichen Interessensgruppen im Verein die Veränderungen in Bezug auf Prozesse, Kompetenzen und Verantwortlichkeiten aufzeigt. Zum anderen ist ein konsequenter Kommunikationsplan hilfreich, um zu verstehen, wen ich inner- und außerhalb des Vereins informieren und wen ich auch dezidiert involvieren muss. Vereinen, die es schaffen diesen Prozess ehrlich, offen und konsequent zu begleiten, steht einer erfolgreichen Einführung nichts mehr im Wege.



Was ist ein digitales Mitgliederportal?

Ein digitales Mitgliederportal dient primär dem Ziel, die Kommunikation und den Informationsfluss zwischen Verein und Mitgliedern und unter den Mitgliedern selbst zu verbessern und zu beschleunigen.

Somit können folgende Vorteile und Erleichterungen realisiert werden:

- Mitglieder können ihre persönlichen Daten selbst verwalten
- Mitgliedschaften können digital verwaltet werden
- Kurse und Courts können online gebucht werden
- Infos über Kursausfälle erfolgen per Kurznachricht
- Mitglieder haben eine Profilseite und können sich zu Themen in Gruppen austauschen

Der Aufwand in der Mitgliederverwaltung wird deutlich reduziert, die Kommunikation im Verein gestärkt und der Fokus liegt auf dem Wesentlichen: Der Liebe zum gemeinsamen Sport. Rückblickend auf die Ausgangssituation muss es das Ziel sein, mit einem Mitgliederportal einen digitalen Ort zu schaffen, über den Mitglieder einen digitalen Zugang zum Verein bekommen und an dem sie ihre Vereinsaktivitäten einsehen und organisieren können.



Was haben wir gelernt?

Durch die Zusammenarbeit mit den Vereinen in den Workshops und dem weiteren stetigen Austausch sind Erkenntnisse entstanden, die anderen Vereinen als Hilfe auf dem Weg zum eigenen digitalen Mitgliederportal dienen können.

Erkenntnisse für die Planung

- Bedeutung des Wandels für den Verein erkennen
- Die Einführung muss eine zentrale Vereinsaufgabe sein
- Aufarbeiten der Ergebnisse, die aus internen Workshops entstehen
- Interviews führen und Ergebnisse ehrlich reflektieren
- Ablegen einer „Ich weiß es besser“-Einstellung
- Unterschiedliche Menschen im Verein beteiligen
- Ambitionierte ‚Go-Live‘-Planung, um Geschwindigkeit aufzunehmen
- Früher und enger Austausch mit potenziellen Anbietern
- Der Austausch mit anderen Vereinen ist sehr wertvoll und lehrreich (gerade mit den hier im Buch vorgestellten)
- Erkennen, dass das Mitgliederportal kein Selbstzweck ist, sondern Freiheiten für Mitarbeiter und Mitglieder schaffen muss

Erkenntnisse für das Portal und die Auswahl des Anbieters

- Mitgliederselbstverwaltung sollte eine Schlüsselfunktion sein
- „Mehrwerte für Mitglieder schaffen“ steht im Mittelpunkt, nicht nur interne Verwaltungsarbeit
- Technischer Anbietersupport bei Implementierung und weiterer Nutzung muss gewährleistet sein
- Eigenentwicklung ist teuer und langfristig weniger innovativ
- Die Verwaltung schlank halten und alte Systeme ablösen
- Ehrliche Kosten-Nutzen-Auswertung relativiert die jährlichen Kosten

Interviews mit den Sport- vereinen



STECKBRIEF

Sportclub Alstertal-Langenhorn e.V. (SCALA)
www.scala-sportclub.de

Gründung des Vereins: 2002, aus der Fusion SC Langenhorn und TuS Alstertal (1909)

Anzahl der Mitglieder: 7.200

Sportangebot: 17 Sparten

Anzahl der Mitarbeiter: 59 fest angestellt, etwa 400 ehrenamtlich

Altersstruktur der Mitglieder: Etwa 60 Prozent sind über 25 Jahre alt, davon sind mehr als die Hälfte über 60 Jahre alt. Der Kinder- und Jugendanteil bis 18 Jahre liegt bei etwa 40 Prozent.

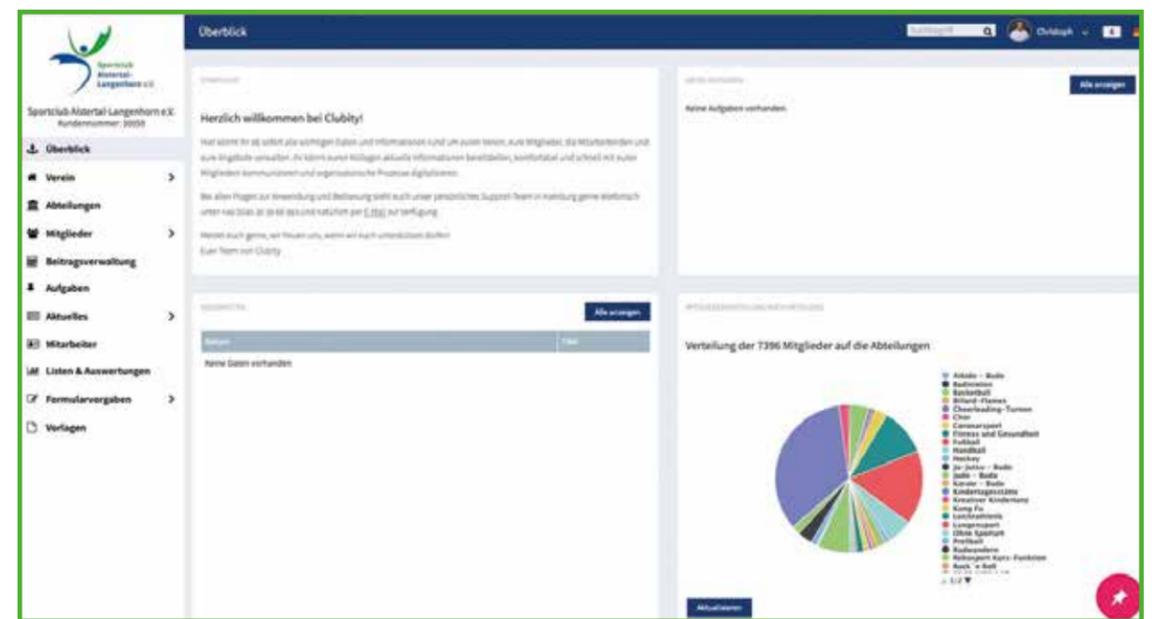
Beauftragter Anbieter: Clubity

Ziel des Mitgliederportals:

- Selbstverwaltung von Daten
- Verbesserte Kommunikation zu den Mitgliedern
- Verbesserte Kommunikation der Mitglieder untereinander
- Kursbuchungssystem

Kosten: 20 Euro sind in die Implementierung des Mitgliederportals geflossen. Die laufenden Kosten werden mit 50 Cent pro Mitglied im Monat veranschlagt.

Zusätzliche Digitalisierungspläne: Cloubasierte Reorganisation, ein nahezu papierloses Büro, die Verzahnung von verschiedenen Prozessen (DATEV mit der Mitgliederverwaltung oder DATEV mit S-Firm).



Das neue Mitgliederportal ist gut und übersichtlich umgesetzt und bietet den Usern einen persönlichen Support

„Wir rennen bei unseren Mitgliedern offene Türen ein“



Christoph Blöh,
Vorstandsvorsitzender SCALA



Interview mit Christoph Blöh, Vorstandsvorsitzender SCALA

Planungsphase

Was gab den Impuls für den Aufbau eines digitalen Mitgliederportals?

Mein Jugendwart Tobias Thiesing und ich haben an dem Workshop der Alexander-Otto-Sportstiftung teilgenommen. Danach war klar: Da müssen wir ran! Wir haben uns dann gemeinsam hingesetzt und eine Digitalisierungsstrategie entwickelt, für die wir im Verein schnell Fürsprecher gewinnen konnten. Sie werden sogar von unseren ehemaligen Vorstandsmitgliedern – beide über 80 Jahre alt – begrüßt. Die beiden haben uns aber auch darauf hingewiesen, während des Digitalisierungsprozesses Rücksicht auf die älteren Mitglieder zu nehmen.

Welche Erwartungen habt Ihr an das Mitgliederportal?

Wir wollten von Anfang an eine Amazon-Xing-Tinder-Mischung – und haben diese auch bekommen. Das heißt, wir wollten näher an unsere Mitglieder heranrücken, die Kommunikation der Mitglieder untereinander sowie die Selbstverwaltung von Daten verbessern. Außerdem soll die Digitalisierung unseren rund 400 ehrenamtlich beschäftigten Sparten- und Abteilungsleitern, Trainern und Übungsleitern das Leben erleichtern. Wenn sie es beispielsweise nicht rechtzeitig zu ihrer Stunde schaffen, können sie digital absagen und müssen nicht erst in der Geschäftsstelle anrufen. Von daher hoffe ich, auch jüngere Menschen wieder für ein Ehrenamt begeistern zu können.

Ihr habt Euch für den Softwareanbieter Clubity entschieden. Warum?

Wir haben uns eine Kommunikationsplattform gewünscht, die unsere Mitglieder selbst bedienen und aktualisieren können. Das konnte uns in der Form nur Clubity anbieten. Das Team weiß genau, was wir brauchen. Außerdem ist Clubity ein Hamburger Unternehmen, was für uns als Hamburger Sportclub auch nicht ganz unwichtig ist.

Welche Projekte stehen im Rahmen der Digitalisierung noch an?

In der Mitgliederverwaltung haben wir sämtliche Daten und Unterlagen digitalisiert und auf dem Server abgelegt – Aufnahmeanträge, Vertragsänderungen, Kündigungen, Anträge für Kids etc. All diese Informationen sind sowohl in der Cloud als auch auf der Festplatte abgelegt. Dadurch haben wir vom Homeoffice aus Zugriff auf die Daten und können sie von überall aus bearbeiten. Um papierloser und nachhaltiger zu werden, haben wir in der Buchhaltung einen Scanner und arbeiten auch mit unserem Steuerberater auf digitaler Basis. Unser Ziel ist es, die komplette Mitgliederverwaltung digital zu hinterlegen.

Realisierungsphase

Wer steuert bei Euch den Digitalisierungsprozess?

Wir haben im April den Vorstand gewechselt und unser Durchschnittsalter von 67 Jahre auf 31 Jahre gesenkt. Damit treiben nicht nur unser Jugendwart und ich die Digitalisierung voran, sondern der gesamte Vorstand. Meine Stellvertreter haben zum Beispiel gleich einen neuen Aufnahmeantrag entwickelt, mit dem man sich über unsere Homepage direkt digital als SCALA-Mitglied anmelden kann.

Denkt Ihr über einen Digitalisierungsmanager nach?

Nein, ich glaube dadurch, dass wir so ein junger Vorstand sind, können wir das selber stemmen.

Mit welchen Maßnahmen führt Ihr Eure Mitglieder an das neue Tool heran?

Wir berichten jeweils vier Mal im Jahr in unserer Vereinszeitung sowie auf den Hauptausschusssitzungen über den Digitalisierungsprozess. Letztere dienen dazu, unsere Sparten- und Abteilungsleiter abzuholen und mitzunehmen. Die wichtigsten Protagonisten in diesem Prozess sind allerdings unsere Mitarbeiter, die diesen Weg verstehen und mit-

gehen müssen. Das braucht noch seine Zeit, wir sind hier aber sehr optimistisch.

Wie hoch sind die Kosten für die Digitalisierung?

Bisher ist die Gesamtförderung der Alexander-Otto-Sportstiftung von 20.000 Euro in die Implementierung des Mitgliederportals geflossen. Die laufenden Kosten haben wir mit 50 Cent pro Mitglied im Monat veranschlagt.

Plant Ihr eine Beitragserhöhung?

Nein, für uns ist die Digitalisierung ein Service, den wir unseren Mitgliedern anbieten möchten – und dafür nehmen wir gerne Geld in die Hand. Ich glaube, eine Beitragserhöhung wäre der falsche Weg.

Wie viel Zeit habt Ihr in die Implementierung investiert?

Ich selbst habe mich sicherlich vier bis fünf Stunden pro Woche mit dem Thema auseinandergesetzt. Insgesamt dürfte das Projekt 100 bis 120 Stunden verschlingen, um es vom Anfang bis zum Ende umzusetzen.

Wie gut wird das neue Mitgliederportal angenommen?

Mit dem Portal rennen wir bei unseren Mitgliedern offene Türen ein. Vielen kann es gar nicht schnell genug gehen. Allerdings werden wir hier nach Amazon-Maßstäben gemessen – und davon sind wir bei SCALA noch weit entfernt. Noch muss ich mir den Antrag ausdrucken, per Hand ausfüllen und in einen Briefumschlag stecken. Trotzdem mussten wir bei unseren Mitarbeitern in der Mitgliederverwaltung etwas Überzeugungsarbeit leisten. Das sind Menschen, die dort seit zehn oder 20 Jahren arbeiten. Für sie sind die aktuellen Veränderungen natürlich ein riesiger Einschnitt. Und ja, natürlich haben wir auch einige ältere Menschen, die sich mit der Digitalisierung schwer tun. Wobei ich das Thema als nicht besonders alterskritisch sehe. Die meisten Menschen, die ich kenne, wollen auch im Alter nicht hinterm Berg leben und sind durchaus technikaffin.

Herausforderungen

Was war Euer größter Stolperstein?

Die Datenübertragung von unserem alten System auf das neue Clubity-System. Das war bei uns mit über 7.000 Mitgliedern dann doch etwas schwieriger als bei kleineren Vereinen. Nach einer Nutzung von 20 Jahren war unsere alte Plattform stark ausgereizt. Von daher hat sich der Implementierungsprozess ein bisschen in die Länge gezogen und wir konnten statt zum 1. April erst zum 1. Juli starten.



Drei Tipps von Christoph Blöh

1. Machen! Nicht vor der Digitalisierung zurückschrecken, sondern sich hinsetzen und überlegen: Was benötige ich? Wie sieht der Kostenplan aus? Und loslegen.
2. Priorisieren. Ich glaube, es ist hilfreich, sich am Anfang einen Plan zu machen und festzulegen, was wichtig ist und was sich vielleicht auf später verschieben lässt.
3. Fragen. Bei anderen Vereinen, die bereits Erfahrungen mit der Digitalisierung gemacht haben, nach Stolpersteinen fragen und sich mit ihnen austauschen. Jeder muss bei Null anfangen und auch andere Vereine kochen nur mit Wasser.



STECKBRIEF

Oberalster Verein für Wassersport e.V.
www.oberalstervfw.de

Gründung des Vereins: 1912
Anzahl der Mitglieder: knapp 660
Sportangebot: 8 Sparten
Anzahl der Mitarbeiter:
 5 fest angestellt, 20 ehrenamtlich
Altersstruktur der Mitglieder:
 Knapp die Hälfte ist zwischen
 50 und 90 Jahre alt, der Kinder- und Jugendanteil
 bis 18 Jahre liegt bei gut 20 Prozent.
Beauftragter Anbieter: Clubity

Ziel des digitalen Mitgliederportals:

- Selbstverwaltung von Daten
- Verbesserte Kommunikation zu den Mitgliedern
- Verbesserte Kommunikation der Mitglieder untereinander
- Kursbuchungssystem

Kosten: Etwa 5.000 Euro für die Implementierung des Mitgliederportals. Die laufenden Kosten liegen voraussichtlich bei 10.000 Euro pro Jahr.

Zusätzliche Digitalisierungspläne: Cloudbasierte Reorganisation der Verwaltung, digitale Vereinszeitung, Relaunch der Homepage, verstärkte Nutzung von Facebook und Instagram.



Nizar Müller
 (ganz rechts),
 1. Vorsitzender
 Oberalster VFW e.V.,
 mit seinem Team

„Noch Luft nach oben“



Nizar Müller,
1. Vorsitzender Oberalster VfW e.V.

Interview mit Nizar Müller, 1. Vorsitzender Oberalster VfW e.V.

Planungsphase

Wer gab den Impuls für den Aufbau eines Mitgliederportals?

Wir haben erkannt, dass wir in den vergangenen Jahren viele digitale Entwicklungen versäumt haben. Deswegen habe ich meine Wahl zum Vorsitzenden genutzt, um die Weiterentwicklung des Vereins anzugehen. Der Workshop und der Digitalisierungsleitfaden der Alexander-Otto-Sportstiftung waren hierbei sehr hilfreich.

Welche Erwartungen habt Ihr an das Mitgliederportal?

Bisher haben wir mit unseren Mitgliedern hauptsächlich über die Vereinszeitung oder postalisch kommuniziert. Wir hatten nicht einmal einen E-Mail-Verteiler. Deswegen haben sich überall verschiedene, recht unübersichtliche WhatsApp-Gruppen gebildet. Das wird mit dem Community-Chat einfacher. Über diesen Kanal können wir als Verein über Frühjahrs- oder Herbstputzaktionen einladen. Die Trainer haben die Möglichkeit, ihre Kursteilnehmer über Änderungen zu informieren und unsere Mitglieder können über den Chat auch miteinander kommunizieren. Ebenfalls in Planung: Ein digitales Kursbuchungssystem, damit wir in Zeiten von Corona wissen, wie stark unsere Kurse besucht sind und wer daran teilnimmt. Außerdem streben wir an, dass unsere Mitglieder ihre Adressdaten selbstständig aktualisieren können.

Ihr habt Euch für den Softwareanbieter Clubity entschieden. Warum?

Clubity ist ein webbasierter Softwareanbieter, der sich seit zehn Jahren auf die Bedürfnisse von Clubs und Vereinen spezialisiert. Das Team kennt die Stärken und Schwächen seines Systems und will es weiterentwickeln. Das hat bei uns für Vertrauen gesorgt. Außerdem hat das Unternehmen seinen Sitz in Hamburg, so dass man sich auch mal treffen kann, falls etwas nicht so klappt.

Welche Projekte stehen im Rahmen der Digitalisierung noch an?

Wir haben die Digitalisierung immer ganzheitlich betrachtet. Daraus ist schnell der Wunsch entstanden, unsere Vereinszeitung in das Mitgliederportal zu integrieren. Bisher war die Vereinszeitung immer unser Leitmedium, über das wir zu Mitgliederversammlungen eingeladen oder auch abteilungsübergreifend informiert haben. Aktuell treiben wir den Relaunch unserer Homepage voran und nutzen verstärkt Facebook und Instagram. Ziel ist es, unsere Bekanntheit in der Region zu steigern und auch wieder mehr Schüler, Studierende und junge Eltern zu erreichen.

Statt unseres Archivs streben wir eine cloudbasierte Reorganisation an, damit unsere Vorstandsmitglieder die für sie relevanten Informationen abrufen können. Eine transparente Buchhaltungssoftware soll zudem unsere Exceldateien ablösen und allen Abteilungs- und Bereichsleitern die Möglichkeit geben, sich jederzeit einen Überblick über ihre Finanzen zu verschaffen. Es kann nicht sein, dass wir ständig unseren Schatzmeister fragen müssen, wie viel Geld noch vorhanden ist.

Realisierungsphase

Wer steuert bei Euch den Digitalisierungsprozess?

Da gibt es sicherlich eine gewisse Dominanz von meiner Seite als erstem Vorsitzenden, weil mir das Thema einfach so wichtig ist. Viel Unterstützung bekomme ich aber auch von unserer Digitalisierungsbeauftragten. Außerdem haben wir für alle Interessierten Beteiligungsworkshops für die Digitalisierung und die Vereinszeitung eingerichtet.

Mit welchen Maßnahmen führt Ihr Eure Mitglieder an das neue Tool heran?

Neben der Digitalisierungsbeauftragten, die für den gesamten Verein zuständig ist, wollen wir in jeder Abteilung eine Person durch interne Workshops befähigen, den Change-Prozess voranzutreiben. Außerdem werden wir verstärkt die Eltern ansprechen, um sie von den einzelnen WhatsApp-Gruppen wegzubringen und für unseren Community-Chat zu begeistern. Für die älteren Mitglieder werden wir Informationsabende anbieten, bei denen sie sich mit dem neuen Tool vertraut machen können.

Wie hoch sind die Kosten für die Digitalisierung?

Die Implementierungskosten für das Mitgliederportal lagen bei etwa 10.000 Euro. Was die laufenden Kosten betrifft, rechne ich mit bis zu 7.000 Euro pro Jahr. Da wir von einem Anstieg der Mitgliederzahlen ausgehen sowie von wachsenden Ansprüchen hinsichtlich unserer Ausstattung, werden wir voraussichtlich noch verschiedene Tools hinzukaufen müssen. Ohne die Personalkosten werden die verschiedenen Maßnahmen etwa fünf bis zehn Prozent unseres Jahresetats ausmachen. Genau beziffern können wir das allerdings erst, wenn wir erste Erfahrungswerte gesammelt haben.

Plant Ihr eine Beitragserhöhung?

Theoretisch können wir die Kosten aus unserem bestehenden Etat stemmen.

Wie viel Zeit habt Ihr in die Implementierung investiert?

Allein mit Clubity waren unsere Digitalisierungsbeauftragte und das Projektteam in den vergangenen zwölf Monaten ehrenamtlich etwa acht bis zehn Wochenstunden beschäftigt. Viele andere Mitglieder haben das neue Tool mit Leben gefüllt und unsere Mitgliederverwaltung musste hunderte von Datensätzen nachtragen, weil es hier anfänglich noch Probleme gab.

Wie gut wird das neue Mitgliederportal angenommen?

Von den 660 Mitgliedern des Vereins haben sich bisher etwa 190 Mitglieder angemeldet. Da ist noch Luft nach oben. Gründe hierfür sind zum einen, dass wir viele Minderjährige im Verein haben und zum anderen eben auch Mitglieder aus der Generation 60+, die lieber zum Telefonhörer greifen. Zum Glück gibt es aber auch die 19- bis 39-Jährigen, die als Multiplikatoren für die Digitalisierung stehen und sie vorantreiben.

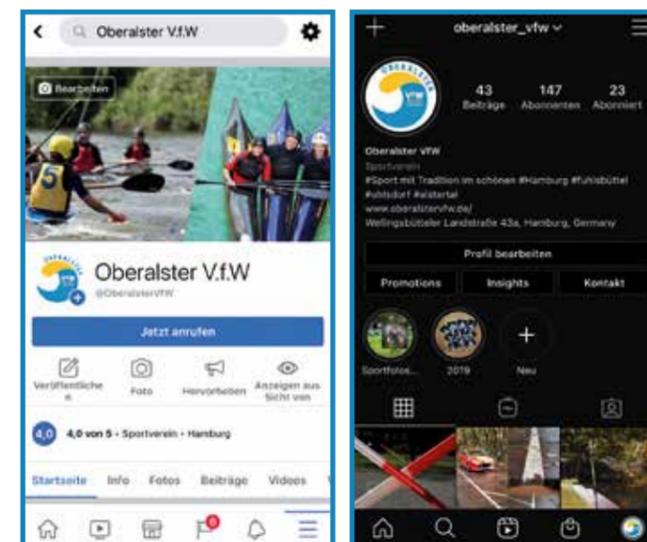
Ihr habt sogar ein digitales Schwarzes Brett?

Auf die Idee ist unsere Jugendwartin gekommen. Tatsächlich haben wir sogar zwei große Displays, die unsere Jugendabteilung mit interaktiven Medieninhalten, beispielsweise von unseren Wassersport- und Laufveranstaltungen, versorgt.

Herausforderungen

Was war Euer größter Stolperstein?

Bevor wir das Mitgliederportal eingeführt haben, haben wir mit vielen unserer Mitglieder gesprochen – mit dem 9-Jährigen, dem 20-Jährigen, der Mutter, dem Vater und dem 80-Jährigen. Also mit einem repräsentativen Querschnitt der Gesellschaft. Allerdings haben wir dabei nur die Mitglieder gefragt, die ohnehin schon eine Affinität zu dem Medium haben. Das war ein Fehler. Jetzt beginnen wir, die neuen Systeme zu nutzen und einige unserer Mitglieder fühlen sich abgehängt. Hier müssen wir in Zukunft mehr Zeit investieren, um die Mitglieder abzuholen. Doch wir dürfen uns auch nichts vormachen. Wir sind hier alle ehrenamtlich beschäftigt – und natürlich gehen wir mit dem neuen Tool das Risiko ein, dass wir Leute verlieren.



Das neue digitale Mitgliederportal des Oberalster VfW e.V.



Drei Tipps von Nizar Müller

1. Es muss einen „Hauptling“ geben, der die Digitalisierung federführend vorantreibt, davon überzeugt ist, auch mal Gegenwind aushält und andere für das Projekt begeistern kann. Irgendwann schwindet dann auch die Skepsis.
2. Wir haben eine Digitalisierungsbeauftragte, die aus der IT kommt und in der aktuellen Phase ein Geschenk ist. Warum? Weil sie mit der Vielfalt an neuen Medien umgehen kann, selber programmiert und sich auf Augenhöhe mit externen Beratern und Spezialisten bewegt.
3. Informieren und optimistisch sein – das ist ganz wichtig!



STECKBRIEF

Parkour Creation e.V.
www.diehalle.hamburg

Gründung des Vereins: 2014

Anzahl der Mitglieder: 521

Sportangebot: 7 Sparten

Anzahl der Mitarbeiter:
19 fest angestellt, 32 ehrenamtlich

Altersstruktur der Mitglieder:
Der Kinder- und Jugendanteil unter 18 Jahren
liegt bei etwa 65 Prozent.

Beauftragter Anbieter:
Mindbody Online, Planyo und Mollie

Ausgangssituation: Der Verein ist digital schon recht gut aufgestellt und verfügt nicht nur über ein Mitgliederportal, sondern auch über ein Onlinebuchungssystem, das mit einem Zahlungsvermittler verbunden ist.

Ziel: Eine kostenlose Best-of-Breed-Basislösung für alle Sportvereine. Das heißt, ein Open Source-Angebot, das für jeden Sportverein und jeden Anwendungsbereich die best-mögliche Ausgangsbasis für eine Digitalisierung bereitstellt.

Kosten: Etwa 4.700 Euro für Lizenzkosten.

Pläne: Mit einer Leuchtturmlösung möchte der Verein den offenen Dialog und den gegenseitigen Austausch mit anderen Sportvereinen anstoßen und die Digitalisierung in Sportvereinen vorantreiben.



Parkour Creation e.V. ist ein gemeinnütziger Sportverein. Hier können Kinder und Jugendliche, u.a. mit Migrations- und Fluchthintergrund, kostenlos trainieren

„Wir müssen ständig dazulernen“



Interview mit Joe Hofmann, Vorstand Parkour Creation e.V.

Planungsphase

Ihr versteht Euch als moderne Version eines Sportvereins. Was unterscheidet Euch von anderen Vereinen?

Als gemeinnütziger Sportverein steht für uns der gesellschaftliche Impact auf unsere Mitglieder und Besucher im Vordergrund. Wir nutzen unser Sportangebot, um u.a. Kindern und Jugendlichen mit Migrations- und Fluchthintergrund kostenfreie Trainings anzubieten. Über den Sport verbinden wir Menschen, übernehmen soziale Verantwortung und fördern das ehrenamtliche Engagement unserer Mitglieder. Vermutlich könnte man das, was wir hier tun, auch als „Social Business“ bezeichnen. Das ist sehr herausfordernd, aber wir fahren damit sehr gut.

Die Digitalisierung ist Euch nicht nur für Euren eigenen Verein, sondern auch für andere Vereine ein großes Anliegen. Warum?

Viele Vereine werden nicht überleben. Allein im Hamburger Sportbund hat sich die Anzahl der Mitglieder von 821 im Jahr 2017 auf 781 Vereine im Jahr 2020 reduziert. Allerdings bin ich davon überzeugt, dass ein Online-Mitgliederportal ein entscheidender Baustein sein kann, um einem weiteren Verfall der Vereinsstruktur in Deutschland entgegenzuwirken. Daher möchten wir aufzeigen, was alles mit einer guten Digitalstruktur möglich ist.

Nämlich?

Es geht nicht darum, ein Faxgerät auszutauschen. Digitalisierung ist vielmehr Mittel zum Zweck – um effizienter zu wirtschaften und besser und nachhaltiger auf die Mitglieder einzugehen.



Realisierungsphase

Für die Digitalisierung Eures Vereins habt Ihr keinen externen Anbieter beauftragt, sondern seid gerade selbst dabei, Euch die hierfür benötigte Software zusammenzustellen.

Natürlich ist es weitaus bequemer und weniger risikoreich, wenn man die Verantwortung an einen Dienstleister abgibt. Es ist aber nicht unbedingt nachhaltiger. Die Digitalisierung schreitet so schnell voran, dass alle Softwarelösungen, die wir uns angesehen haben, schon heute in irgendeiner Form hinterherhinken. Warum sollen wir uns auf einen Anbieter festlegen, der vielleicht nur 80 Prozent von dem kann, was wir brauchen? Langfristig müssten wir unsere Daten dann wieder in ein neues System migrieren. Hier sind wir lieber unabhängig.

Um was zu tun?

Wir wollen etwas aufbauen, mit dem wir auch in Zukunft immer auf dem neuesten Stand sein können. Um wirtschaftlich zu sein, müssen wir beispielsweise unser Mitgliederportal immer wieder schnell und agil anpassen können. Hierbei ist es uns wichtig, die komplette Freiheit zu haben.

Das heißt, womit arbeitet Ihr aktuell?

Wir haben eine erste funktionierende Basis aufgebaut, für die wir bestehende Softwarelösungen zusammengeführt haben. Das heißt, wir haben ein Mitgliederportal, für das wir den amerikanischen Anbieter Mindbody Online verwenden sowie den Onlinebuchungsanbieter Planyo, der wiederum an den Zahlungsvermittler Mollie angebunden ist. Diese drei zusammen bilden die Basis und sind hinsichtlich ihrer Gestaltungsmöglichkeiten noch sehr offen, um weitere Programme anzubinden.

Ihr seid ein sehr junger Verein, habt keine Altlasten und verfügt offensichtlich über fähige und fleißige IT-Experten. Das kann nicht jeder Verein von sich behaupten.

Unser Ziel ist es, für andere Sportvereine ein Leuchtturmprojekt auf die Beine zu stellen. Hierbei verfolgen wir den Best-of-Breed-Ansatz. Das heißt, wir führen die besten bestehenden Systeme zusammen, um sie dann als Open Source-Lösung auch anderen Vereinen zugänglich zu machen. Damit geben wir den Vereinen eine Basislösung an die Hand, die jeder seinen Ansprüchen entsprechend weiterentwickeln kann. Um diesen Wert zu erkennen, müssen sich die Vereine eigentlich nur noch ein wenig in die Thematik reinfuchsen. Dabei helfen wir ihnen gerne.

Herausforderungen

Was habt Ihr davon?

Die Digitalisierung ist für alle Vereine – und damit auch für uns – existenzrelevant. Wir müssen aufpassen, nicht da stehen zu bleiben, wo wir stehen, sondern müssen ständig dazulernen. Das gelingt aber nur, wenn wir uns öffnen und uns mit anderen austauschen.

Der erste Schritt ist für viele Vereine häufig die größte Hürde.

Genau deswegen stellen wir ihnen ja auch eine Basis zur Verfügung. Wenn alles so klappt, wie wir uns das vorstellen, sollte es für andere Vereine recht einfach sein, ihre eigenen Programme einzubinden. Wir erfinden oder programmieren ja nicht von Grund auf etwas Neues. Die Idee ist vielmehr, sich zu überlegen, wie kann man das, was vorhanden ist, nutzen und anderen mitgeben? Ist die Verbindung für den ersten Verein dann erst einmal hergestellt, kann es der nächste Verein schon relativ einfach wiederverwenden. So viel Spezialwissen ist da dann gar nicht mehr notwendig. Von daher möchten wir mit unserer Leuchtturmlösung auf andere Vereine zugehen und sagen: So kompliziert ist es gar nicht, versucht es doch mal!



Zwei Tipps von Joe Hofmann

1. Lasst Euch unabhängig beraten. Hier gibt es mittlerweile auch für gemeinnützige Vereine sehr viele kostenfreie Seminare, beispielsweise vom Haus des Stiftens (www.hausdesstiftens.org).
2. Ebenfalls sehr zu empfehlen: Google Ad Grants, die kostenlose Google-Werbung. Auch das ist wichtig, um als gemeinnütziger Verein gegen eine gewinnorientierte Konkurrenz bestehen zu können.



STECKBRIEF

SV Blankenese e.V.
www.sv-blankenese.de

- Gründung des Vereins:** 1903
- Sportangebot:** 11 Sparten
- Anzahl der Mitglieder:** 2.300
- Anzahl der Mitarbeiter:** 2 fest angestellt, etwa 40 ehrenamtlich
- Altersstruktur der Mitglieder:** Relativ ausgeglichen, der Kinder- und Jugendanteil (4 bis 12 Jahre) liegt bei etwa einem Drittel.
- Beauftragter Anbieter:** Clubity

Ziel der Mitglieder-App:

- Das Ehrenamt kann auf die Daten zugreifen
- Verbesserte Kommunikation zu den Mitgliedern
- Verbesserte Kommunikation der Mitglieder untereinander
- Kursbuchungssystem
- Steuerung der Eingangstüren zu Clubhaus und Tennishalle über einen QR-Code
- Buchung der Tennisplätze über die Mitglieder-App

Kosten: Insgesamt rund 50.000 Euro. Davon: 9.000 Euro für die Implementierung der Mitglieder-App, 5.000 Euro für die Homepage, 14.000 Euro für das digitale Türöffnungssystem, 10.000 Euro für Software und IT, 11.000 Euro für zusätzliche Entwicklungskosten. Die laufenden Kosten für das Portal liegen voraussichtlich bei 14.000 Euro pro Jahr.

Zusätzliche Digitalisierungsmaßnahmen: Die Homepage wurde komplett neu aufgesetzt und mit den Social Media-Kanälen vernetzt, Erneuerung sämtlicher Soft- und Hardware.



	Platz 1	Platz 2	Platz 3	Platz 4
07:00			belegt	belegt
08:00			belegt	belegt
09:00			belegt	belegt
10:00		belegt	belegt	belegt
11:00	belegt	belegt	belegt	belegt
12:00	belegt		belegt	belegt
13:00		belegt	belegt	belegt
14:00			belegt	belegt
15:00	belegt	belegt	belegt	belegt

Das neue Mitgliederportal des SV Blankenese e.V. (links) mit Platzbuchungssystem für die Tennisplätze (rechts)

„Wir sind jetzt
viel zeitgemäßer
aufgestellt“



Sigrid Rinow,
3. Vorsitzende SV Blankenese e.V.

Interview mit Sigrid Rinow, 3. Vorsitzende SV Blankenese e.V.

Planungsphase

Was gab bei Euch den Impuls für die Digitalisierung?

Wir wollten schon lange einiges anders und besser machen. Unser altes Verwaltungsprogramm „Elvis“ hat es uns beispielsweise kaum ermöglicht, mit unseren Mitgliedern zu kommunizieren. Um diese anzuschreiben, mussten wir sehr umständlich auf Excel-Listen zugreifen. Und auch die Abteilungsleiter und Sportwarte mussten immer den Weg über das Büro gehen, wenn sie mit ihren Teams kommunizieren wollten. Wir haben dann den Wechsel unseres Vorstands zum Anlass genommen, um uns bei der Alexander-Otto-Sportstiftung zu bewerben – und sind das Thema gezielt angegangen.

Welche Ziele verbindet Ihr mit der Digitalisierung?

Viele. Uns war wichtig, dass alle, auch unsere ehrenamtlichen Abteilungsleiter, Zugang zu Mitgliederstatistiken haben, um sich beispielsweise über die Anzahl neuer Mitglieder zu informieren. Außerdem wollten wir besser mit unseren Mitgliedern kommunizieren können und ihnen auch untereinander eine datenschutzrechtlich konforme Kommunikation ermöglichen. Ganz wichtig war uns aber auch die Steuerung der Eingangstüren zu unserem Clubhaus und zur Tennishalle. Hier hatten wir bisher Codekarten, die beliebig weitergegeben werden konnten. Wer damit wie lange und wann im Clubhaus war, war nicht mehr nachvollziehbar.

Ihr habt Euch für den Softwareanbieter Clubity entschieden. Warum?

Wir haben verschiedene Anbieter zu uns ins Clubhaus eingeladen und hatten das Gefühl, das Clubity über umfassende Erfahrung verfügt. Außerdem ist für uns von Vorteil, dass Clubity in Hamburg sitzt und damit für uns jederzeit erreichbar ist. Was uns auch gut gefällt, ist die Einbindung des Buchungsservices „Book and Play“ in unsere App, mit der sich die Mitglieder ihre Plätze in den Tennishallen selbst buchen können. Diesen Service hat Clubity zusammen mit einem Kooperationspartner für uns möglich gemacht. Das ist für uns ein Wahnsinnsfortschritt, der auch bei unseren Mitgliedern sehr gut ankommt.

Welche Projekte standen im Rahmen der Digitalisierung noch an?

Wir haben unsere Website komplett neu aufgesetzt und mit unseren Social Media-Angeboten vernetzt. Das war zu Beginn der Pandemie, als alle irgendwelche Challenges für zu Hause online gestellt haben, die wir dann auf unsere Homepage verlinkt haben. Parallel dazu haben wir uns für unser Büro neue Software und Rechner angeschafft. Das war dringend notwendig.

Realisierungsphase

Wer steuert bei Euch den Digitalisierungsprozess?

Die Digitalisierungsbeauftragte bin ich. Ich habe mir ein Team zusammengestellt, mit einem Verantwortlichen aus jeder Abteilung. Das läuft noch etwas zäh, was vielleicht daran liegt, dass man sich wegen Corona nicht treffen kann. Vielen fehlt auch die Zeit, anderen die Liebe zum Thema.

Mit welchen Maßnahmen führt Ihr Eure Mitglieder an die neuen Tools heran?

Als wir angefangen haben, das Thema Digitalisierung zu kommunizieren, hat kaum jemand reagiert. So richtig interessant wurde es erst, als sich die Mitglieder die App für „Book and Play“ und den QR-Code für das Türöffnungssystem auf ihre Handys laden mussten. Anders hätten sie weder Tennis spielen können, noch wären sie ins Clubhaus gekom-



men. Das war natürlich gerade für die ältere Generation ungewohnt. Ich habe mich daraufhin mit vielen unserer Mitglieder zusammengesetzt und ihnen gezeigt, wie das funktioniert. Das hat super geklappt und irgendwann haben sie es sich ganz stolz gegenseitig erklärt.

Wie hoch sind die Kosten für die Digitalisierung?

Wir haben etwa 9.000 Euro für die Mitglieder-App bezahlt, 5.000 Euro für die Homepage, 14.000 Euro für das digitale Türöffnungssystem, 10.000 Euro für Software und IT. On Top kamen noch zusätzliche Entwicklungskosten von 11.000 Euro für Clubity, für die Einrichtung von Schnittstellen sowie für die Datenmigration, die bei uns nicht ganz einfach war. Das waren zusammen rund 50.000 Euro. Die jährlichen Kosten für das Portal liegen bei etwa 14.000 Euro.

Plant Ihr eine Beitragserhöhung?

Unser Beitrag setzt sich aus dem Abteilungsbeitrag und dem Stammbeitrag zusammen. Mit letzterem finanzieren wir die Clubzeitung, aber auch die Homepage, die App etc. Für diesen Stammbeitrag haben wir jetzt eine Erhöhung von 40 Prozent auf 120 Euro pro Jahr vorgenommen. Diese haben wir in der Hauptversammlung ohne Probleme durchbekommen.

Wie viel Zeit habt Ihr in die Implementierung investiert?

Ich würde mal sagen, in den vergangenen sechs Monaten habe ich mich zehn bis 20 Stunden pro Woche mit der Digitalisierung beschäftigt. Mindestens! Vieles hat sich durch die Pandemie auch verzögert, weil Schulungen, wie beispielsweise die von Clubity, eine Zeit lang nicht möglich waren und verschoben werden mussten.

Wie gut wird die neue Mitglieder-App angenommen?

Die App ist bei unseren Mitgliedern durchweg gut angenommen worden, auch von den älteren Mitgliedern. Sie ist in unseren Farben gebrandet, das finden natürlich alle toll – und sie kam genau zum richtigen Zeitpunkt. Gleich zu Beginn der Pandemie waren wir ja angehalten, bei der Platzbuchung sämtliche Daten festzuhalten. Das war mit der App möglich und entpuppte sich gleichzeitig als enormer Vorteil für unsere Mitglieder. Sie haben nämlich schnell spitz bekommen, dass es sehr viel angenehmer ist, einen Tennisplatz zu buchen, als zu warten, bis einer frei wird. Ich denke, bei uns hat inzwischen jeder verstanden, dass wir mit der App viel zeitgemäßer aufgestellt sind.

Herausforderungen

Was war Euer größter Stolperstein?

Da wir uns Corona-bedingt nicht im großen Kreis treffen konnten, konnten wir unsere Mitglieder nicht direkt über die neuen Tools informieren. Das habe ich als schwierig empfunden. Ich hätte gerne Informationsstände bei Vereinsfeiern aufgebaut oder die Leute mit einem Essen zu Informationsveranstaltungen gelockt. All das fehlte. Die Leute per E-Mail zu informieren, bringt meiner Meinung nach nichts, weil fast 90 Prozent der Mitglieder diese gar nicht lesen.



Drei Tipps von Sigrid Rinow

1. Legt im Vorfeld fest, was genau Ihr braucht und was nicht.
2. Klärt mit dem Anbieter vorab die Kosten und legt sie vertraglich fest. Das betrifft auch zusätzliche Kosten für die Entwicklung oder die Einrichtung von Schnittstellen. Hier waren wir ein wenig blauäugig, weil wir dachten, das sei in den 13.000 Euro für das Mitgliederportal enthalten.
3. Der Zeitaufwand für das Ehrenamt ist immens. Das sollte Euch bewusst sein.



STECKBRIEF

Niendorfer TSV
www.niendorfer-tsv.de

Gründung des Vereins: 1919

Sportangebot: 15 Abteilungen, über 45 Sportarten aus Breiten-, Leistungs- und Trendsport, Schwimmschule, Fitnessstudio mit Wellnessbereich

Anzahl der Mitglieder: rund 8.000

Anzahl der Mitarbeiter: 39 fest angestellt, etwa 120 ehrenamtlich

Altersstruktur der Mitglieder: Relativ ausgeglichen. Der Kinder- und Jugendanteil (bis 18 Jahre) liegt bei 44 Prozent, der Anteil der 19- bis 60-Jährigen bei 36 Prozent und der Anteil der über 60-Jährigen bei 20 Prozent.

Beauftragter Anbieter: ARV

Ziel des Mitgliederportals:

- Onlinevereinseintritt
- Member-Login
- Arbeitserleichterung und Flexibilität für die Mitglieder, Trainer und Übungsleiter.
- Arbeitserleichterung für die Verwaltung und verbesserte Kommunikation zu den Mitgliedern.

Kosten: Etwas mehr als 30.000 Euro für die Programmierung und Entwicklung. Die laufenden Kosten für das Portal liegen voraussichtlich unter 500 Euro pro Jahr.

Zusätzliche Digitalisierungsmaßnahmen: Mobile Tablets im Sportbüro, digitale Anwesenheitslisten, digitale Archivierung.



Das digitale Antragsformular des Niendorfer TSV

„Ein langer und nicht immer einfacher Prozess“



Lukas Rieper, Assistent der Geschäftsführung Niendorfer TSV

Interview mit Lukas Rieper, Assistent der Geschäftsführung Niendorfer TSV

Planungsphase

Was gab Euch den Impuls für das Mitgliederportal?

Wir hatten uns die Digitalisierung unseres Vereins schon länger auf die Fahnen geschrieben und sind dann im Rahmen einer Veranstaltung auf die Alexander-Otto-Sportstiftung gestoßen. Daraufhin haben wir uns für das Förderprogramm der Stiftung beworben.

Welche Ziele verbindet Ihr mit der Digitalisierung?

Im Fokus unserer Digitalisierungsstrategie steht die Arbeitserleichterung für unsere Mitglieder, Trainer und Übungsleiter und natürlich auch für die Verwaltung. Wer bei uns Mitglied werden möchte, muss beispielsweise keinen Antrag mehr per Hand ausfüllen, sondern kann das auch papierlos über sein Smartphone erledigen. Das heißt, nach einem Probetraining kann jeder seinen Online-Antrag direkt in der Halle oder von zu Hause aus ausfüllen. Über das Member-Login können die Mitglieder ihre Daten zudem selbst verwalten. Dabei können sie ihre Daten sowohl einsehen als auch ändern, beispielsweise die Kontaktdaten nach einem Umzug oder auch die Bankverbindung. Außerdem können sie sich digital von einer Sportart ab- und für eine andere Sportart anmelden. Die im Onlineportal hinterlegten Daten sind für unsere Mitglieder transparent, so dass sie genau nachvollziehen können, warum ihnen welcher Betrag abgebucht wird. Das erspart unserer Mitgliederverwaltung viele Anrufe, da sich die meisten Fragen bereits im Vorfeld klären lassen.

Für welchen Softwareanbieter habt Ihr Euch entschieden? Und warum?

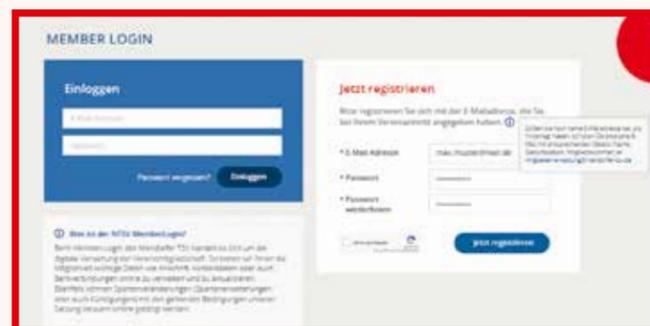
Wir haben uns entschieden, das bestehende Potenzial zu nutzen und bei unserem jetzigen Dienstleister zu bleiben. Das heißt, dass wir die beiden bestehenden Softwareprogramme mit dem Allgemeinen Rechenzentrum für Sportvereine, kurz ARV, weiterentwickeln.

Kennt Ihr andere Vereine, die die Programme des ARV nutzen?

Davon gibt es in Norddeutschland einige. Mit fünf Vereinen haben wir auch schon Kontakt aufgenommen und zwei Arbeitskreise gebildet, um uns über Erfahrungen, Anforderungen und Ideen auszutauschen. In einem der beiden Arbeitskreise beschäftigen wir uns mit der Mitgliederverwaltung, in dem anderen mit der Sportkoordination. Die Arbeitskreise sind durch Corona leider etwas ausgebremst worden, werden aber wieder aufgenommen.

Welche Projekte stehen im Rahmen der Digitalisierung noch an?

In unserem Sportbüro werden wir mit ein bis zwei Tablets und der Unterstützung unserer Mitarbeiter versuchen, auch diejenigen für unseren Onlineantrag und das Member-Login zu begeistern, die vielleicht nicht so onlineaffin sind. Außerdem planen wir eine digitale Anwesenheitsliste, anhand derer wir sofort erkennen, ob die Kurse ausgelastet sind und über welche Kapazitäten wir noch verfügen. Und auch im Bereich der digitalen Archivierung soll es weiter vorangehen. In der Verwaltung sind wir auf einem guten Weg zum papierlosen Büro. Sowohl die Post von den Kollegen als auch sämtliche Rechnungen werden eingescannt und zur Bearbeitung an den jeweiligen Mitarbeiter weitergeleitet.



Realisierungsphase

Wer steuert bei Euch den Digitalisierungsprozess?

Das bin vor allem ich – gemeinsam mit einem Team von zwei bis drei festangestellten Mitarbeitern, mit denen ich mich regelmäßig austausche und den Digitalisierungsprozess vorantreibe.

Mit welchen Maßnahmen führt Ihr Eure Mitglieder an die neuen Tools heran?

Wir haben alle Veränderungen über die Homepage und das Clubmagazin kommuniziert und angekündigt. Dieser Prozess ist jetzt durch Corona ein wenig ins Stocken geraten. Ich denke, wenn es soweit ist, müssen wir noch einmal kräftig kommunizieren.

Wie hoch sind die Kosten für die Digitalisierung?

Die Programmierung und Entwicklung der neuen Module haben uns etwas mehr als 30.000 Euro gekostet. Da unser Einzugsverfahren unabhängig von den neuen Modulen ist, müssen wir keine Lizenzgebühren bezahlen. Allerdings fallen noch Kosten für einen externen Host an, mit dem wir gerade zusammenarbeiten.

Plant Ihr eine Beitragserhöhung?

Wir haben vergangenes Jahr erstmals ein Budget für die Digitalisierung eingeführt. Warum? Weil es uns wichtig war, unsere Mitglieder nicht gleich mit einer Beitragserhöhung zu überraschen, sondern erst einmal einen Mehrwert zu schaffen. Vermutlich werden wir irgendwann zu dem Punkt kommen, an dem wir sagen, mehr Qualität kostet auch. Aber mit tollen Modulen, die vielen weiterhelfen, können wir das gegenüber den Mitgliedern auch gut rechtfertigen und begründen.

Wie viel Zeit habt Ihr in die Implementierung investiert?

Für die Planung und Umsetzung des Mitgliederportals waren etwas mehr als sechs Monate notwendig. Die Maßnahmen haben in dieser Zeit sicherlich mehr als ein Drittel meiner Arbeitszeit in Anspruch genommen.

Wie gut wird das neue Portal angenommen?

Die Mitglieder freuen sich über die neuen digitalen Möglichkeiten. Das gilt auch für unseren Vorstand und unsere Mitarbeiter in der Verwaltung.

Herausforderungen

Was war Euer größter Stolperstein?

Die Entwicklung der oben genannten Module war ein langer Prozess, der durchaus mit Schwierigkeiten verbunden war. Das lag vor allem daran, dass sich viele Anforderungen und Ideen erst nach und nach entwickelt haben. Das hat uns als Auftraggeber, aber auch unserem Anbieter, viel Flexibilität und Einsatzbereitschaft abverlangt. Ich kann daher anderen Sportvereinen mit ähnlichen Projekten nur dazu raten, das große Ganze nicht aus dem Blick zu verlieren. Zumal Vereine und Anbieter von einer gelungenen Zusammenarbeit und einem erfolgreichen Endprodukt nur profitieren können. Schließlich wird es nicht die letzte Zusammenarbeit gewesen sein – und die beiden Partner können das erworbene Know-how für ähnliche Projekte auch anderen Vereinen zur Verfügung stellen.



Drei Tipps von Lukas Rieper

1. Beim Thema Digitalisierung müsst Ihr dranbleiben, um neben anderen Sportvereinen attraktiv zu bleiben.
2. Seid Euch über Eure kurzfristigen und langfristigen Ziele im Klaren. Auch der übernächste Schritt muss wohl überlegt sein, wenn nicht zwei rückwärts folgen sollen.
3. Werft nicht alles, was bereits funktioniert, über den Haufen. Auf Bewährtes lässt sich gut aufbauen.



HIPHOP ACADEMY HAMBURG

STECKBRIEF

HipHop Academy Hamburg
www.hiphopacademy-hamburg.de

Gründung des Vereins: 2007,
von der Stiftung Kultur Palast Hamburg

Hintergrund: Die HipHop Academy Hamburg ist ein Non-Profit Projekt. Ein Großteil des Angebots ist für die Jugendlichen kostenlos. Ziel ist es, über das gemeinsame Interesse an der Hip-Hop-Kultur Gegensätze zu überwinden und eine nachhaltige Integration vorzuleben.

Sportangebot: 6 Sparten

Anzahl der Mitglieder: 750

Anzahl der Mitarbeiter: 9,5 fest angestellt,
etwa 30 bis 40 freie Trainer und Künstler

Altersstruktur der Mitglieder:
Kinder und Jugendliche zwischen 13 und 25 Jahre.

Beauftragter Anbieter: Kurabu

Ziel der Mitglieder-App:

- Eine verbesserte Kommunikation zu den Mitgliedern bzw. Students
- Ein Online-Terminkalender
- Digitaler Check-In über QR-Codes
- Ein Bewertungstool für die Trainer

Kosten: 7.000 Euro für die Implementierung des Mitgliederportals. Die laufenden Kosten für die Lizenzen liegen bei 750 Euro pro Jahr.

Zusätzliche Digitalisierungsmaßnahmen: Ausbau des Bewertungstools für die Trainer, ein Bewertungstool für die Students, digitale Darstellung der Veranstaltungselemente.

Leichte Nutzung per Klick

„Step by step –
wir sind noch lange
nicht fertig“



Dörte Inselmann, Vorstand
und Intendantin der Stiftung
Kultur Palast Hamburg

Interview mit Dörte Inselmann, Vorstand und Intendantin der Stiftung Kultur Palast Hamburg

Planungsphase

Was gab bei Euch den Impuls für die Digitalisierung?

Ganz ehrlich, wir wussten schon lange, dass wir so nicht weitermachen konnten. Schwierig wurde es vor allem vor den Galas und Auftritten, wenn wir per WhatsApp 120 oder 130 Mitglieder koordinieren mussten. Wer bringt die T-Shirts mit? Wann treffen wir uns? Wo treffen wir uns? Ständig kamen neue Informationen dazu, die von einer WhatsApp-Gruppe in die nächste kommuniziert werden mussten. Unsere Mitarbeiter waren nur noch am Rumtelefonieren und Schreiben. Kurzum, wir hatten uns da ein ganz schönes Kommunikationsmonster aufgebaut, das so nicht mehr tragbar war. Von daher kam die Ausschreibung der Alexander-Otto-Sportstiftung wie gerufen.

Welche Ziele verbindet Ihr mit der Mitglieder-App?

Ganz oben auf unserer Agenda stand bei uns natürlich die Notwendigkeit, unsere Mitglieder beziehungsweise Students jederzeit schnell und unkompliziert informieren zu können. Außerdem wollten wir allen den Zugriff auf einen Online-Terminkalender ermöglichen. Dieser entlastet auch unsere Administration, weil unsere Students nicht immer nachfragen müssen, wann und wo die Trainings stattfinden. Der zweite Punkt ist der digitale Check-In über QR-Codes. Die erste Testgruppe ist bereits durch, d.h. die ersten Mitglieder checken online ein. Noch in Arbeit ist ein Bewertungstool, das es unseren Trainern ermöglicht, die Students mit Sternchen zu bewerten, damit sie wissen, wo sie stehen und welche Skills sie noch verbessern müssen.

Welche Projekte stehen im Rahmen der Digitalisierung noch an?

Wir sind auf ganz vielen Ebenen unterwegs und eigentlich noch mittendrin. Das Bewertungstool würden wir gerne weiter ausbauen. Hier arbeiten wir noch an zwei Punkten. Das ist zum einen ein Fragenkatalog zu den Trainings, den die Students künftig online ausfüllen können. Außerdem würden wir gerne festhalten, wer bei den Trainings anwesend ist und wer die meisten Auftritte hatte – um beispielsweise den „Student des Jahres“ benennen zu können. Der zweite Punkt ist, dass die Students die Möglichkeit haben, auch den Trainern Feedback zu geben.

Da habt Ihr ja noch einiges vor.

Definitiv! Langfristig möchten wir versuchen, den kompletten Veranstaltungsbereich digital darzustellen. Dazu gehören Ausbildungsmessen für unsere Students, aber auch Revues oder Galas. Mit Streamings haben wir bereits viel Erfahrung, nur, warum soll ich mir das ansehen? Das Internet ist mit Shows wie diesen überflutet. Wenn man hier Kommunikationstools einbauen könnte, wäre es wieder spannend. Mit einer Firma, die Xircus heißt, überlegen wir gerade, wie wir die Streamings clever ersetzen können.

Ihr habt Euch für den Softwareanbieter Kurabu entschieden. Warum?

Für uns war entscheidend: Was kann die App? Und was muss sie in Zukunft leisten? Eine einfache Mitgliederverwaltung konnten uns alle Anbieter ermöglichen. Die Darstellung von Trainingskalendern auch, sobald es aber in die Richtung Tutorial oder Feedback ging, wurde es schon dünner. Da blieb zum Schluss nur noch Kurabu übrig. Außerdem wollten wir für die Students nicht nur ein einfaches, sondern auch ein cooles Portal schaffen.



Realisierungsphase

Wer steuert bei Euch den Digitalisierungsprozess?

Das sind vor allem Tim Dollmann, der neue Geschäftsführer der HipHop Academy, unser ehemaliger Akademieleiter und ein Auszubildender. Die drei sind super technikaffin, wissen was für so einen Prozess wichtig ist und kennen alle unsere Students. Gemeinsam haben wir für unsere beiden Bereiche, die Produktion und die Akademie, einen Projektplan entwickelt, für den wir auch die zeitliche Abfolge definiert haben.

Mit welchen Maßnahmen führt Ihr Eure Mitglieder an die neuen Tools heran?

Das war eigentlich ganz einfach, weil der Check-In und der Terminkalender nur mit der App funktionieren. Für die Teilnahme an Umfragen gibt es zudem Extra-Punkte oder eine Powerbank mit unserem HipHop-Logo. Auf diese Weise versuchen wir, eine Bindung aufzubauen, so dass die Students gerne auf unsere App gehen.

Wie habt ihr das kommunikativ begleitet?

Wir haben einmal im Monat Conferences, zu denen alle Students aus Level zwei und drei zusammen kommen. Dort haben Lennart und Jannis immer wieder vorgestellt, was wir planen. Zusätzlich haben wir von Kurabu ein- bis zweiminütige Tutorial-Videos bekommen, die alle wichtigen Informationen enthielten. Die haben wir den Students an die Hand gegeben.

Wie hoch sind die Kosten für die Digitalisierung?

Die Förderung der Alexander-Otto-Sportstiftung ist direkt in die Implementierung der App geflossen. Die laufenden Kosten für die Lizenzen liegen bei 750 Euro pro Jahr. Bei unseren Personalkosten kommen jährlich sicherlich noch mal 2.000 bis 3.000 Euro dazu. Und wir haben noch einiges vor. Was uns sehr an Kurabu gefällt, ist, dass sich trotz der Lizenzkosten mit einfachen Mitteln alles sehr schnell implementieren lässt und dann auch läuft.

Dann habt Ihr mit Kurabu einen langfristigen Vertrag?

Wir haben mit Kurabu einen Zweijahresvertrag. Was den Preis betraf, waren sie sehr gesprächsbereit. Jetzt müssen wir nach zwei Jahren einfach sehen, welche Tools wir als nächstes brauchen und worauf wir aufsetzen.

Wie viel Zeit habt Ihr in die Implementierung investiert?

Gerade zu Anfang waren es sicherlich 60 bis 70 Prozent unserer Arbeitszeit. Das neue System war zunächst noch sehr fehleranfällig. Inzwischen hat sich die Auslastung auf etwa 50 Prozent eingependelt. Allerdings schleusen wir die Students immer noch langsam und kursweise durch den Online-Check-In, um Chaos und zu viele Fragen zu vermeiden. Aktuell reden wir noch lieber einmal mehr mit den Leuten. Das spart uns langfristig Zeit und Anrufe.

Wie gut wird die neue Mitglieder-App angenommen?

Unsere Mitarbeiter haben sofort erkannt, dass uns die App in der Administration entlastet. Statt vieler Excel-Listen haben wir jetzt alle Informationen in einer Datenbank. Und auch die Students waren schnell zu überzeugen. Die Kommunikation von uns zu den Students funktioniert, untereinander werden sie allerdings nicht auf ihre WhatsApp-Gruppen verzichten wollen. Das ist für uns aber okay.

Herausforderungen

Was war Euer größter Stolperstein?

Wir wollten immer die eierlegende Wollmilchsau – also alles auf einmal. Inzwischen wissen wir, dass das nicht funktioniert.



Drei Tipps von Dörte Inselmann

1. Step by step! So hoppla die hopp funktioniert das nicht.
2. Denkt nicht kurz-, sondern mittelfristig.
3. Die App muss zu den Mitgliedern passen. Uns war klar, wenn die App cool ist, wird sie auch genutzt.



STECKBRIEF

Skateboard e.V. Hamburg
www.skateboardev.de

Gründung des Vereins: 2007

Hintergrund: Der Skateboard e.V. Hamburg sieht sich als Schnittstelle für alle Belange rund um das Thema Skateboarding. Der Verein bietet Skateboard-Kurse in Schulen und in Flüchtlingsunterkünften an, organisiert Veranstaltungen und ermöglicht die professionelle Planung neuer Skateparks. Ziel ist es, Skateboarding in der Stadt zu ermöglichen und weiterzuentwickeln.

Sportangebot: Skateboard

Anzahl der Mitglieder: etwa 150

Anzahl der Mitarbeiter: ca. 6 ehrenamtlich

Altersstruktur der Mitglieder: Kinder, Jugendliche und Erwachsene zwischen sechs und 60 Jahre.

Beauftragter Anbieter: Kurabu

Ziel der Mitglieder-App:

- Eine verbesserte Kommunikation zu den Mitgliedern
- Eine verbesserte Kommunikation der Mitglieder untereinander
- Selbstverwaltung von Daten
- Digitales Buchungssystem
- Online-Mitgliederanträge

Kosten: rund 3.000 Euro für die Implementierung des Mitgliederportals.

Name	Status	Preis (Jahr)	Mitg
Aktiv skatendes Mitglied	aktiv	430,00	133
Ehrenmitgliedschaft	aktiv	0,00	9
Elternmitgliedschaft	aktiv	40,00	7
Operative Mitgliedschaft	aktiv	430,00	11
Supporter Mitgliedschaft	aktiv	100,00	9
Umgabart (Nema)	aktiv	0,00	14

Die App als digitaler Treffpunkt

„Portal statt WhatsApp-Gruppe – so einfach ist das nicht“

Interview mit Karsten Wilms, „Special Projects“ Skateboard e.V. Hamburg



Planungsphase

Was gab bei Euch den Impuls für die Digitalisierung?

Da wir bislang weder ein Vereinsheim noch einen Sportplatz oder eine Halle haben, ist bei uns alles eher dezentral aufgestellt und organisiert – auch die Kommunikation. Meine Hoffnung ist, über ein Mitgliederportal einen Ort zu schaffen, über den sich die Mitglieder austauschen und online zusammenschließen können. Die Idee ist, ihnen damit einen Mehrwert zu bieten. Das gefiel unserem Vorstand sofort. Wir haben uns dann bei der Alexander-Otto-Sportstiftung beworben und haben die Förderung bekommen. Damit hatte niemand gerechnet, umso größer war die Freude.

Welche Ziele verbindet Ihr mit dem Mitgliederportal?

Für unsere Mitglieder wünschen wir uns zum einen ein Portal, das ihnen die Möglichkeit bietet, sich selbst zu verwalten und zum anderen die Leute zusammenbringt. Das heißt, dass sich unsere Mitglieder über das Mitgliederportal verabreden und austauschen können. Außerdem soll das Portal über ein modernes Buchungssystem und digitale Mitgliederanträge verfügen, um unseren Vorstand zu entlasten.

Wo steht Ihr aktuell?

Die Daten unserer Mitglieder sind bereits komplett auf das neue System übertragen worden. Da wir kein klassischer Sportverein sind, haben wir das Portal für unsere Zwecke ein bisschen umfunktioniert und Teams zu verschiedenen Themen gebildet. So gibt es beispielsweise ein Team, das sich um neue Skatepark-Projekte kümmert, ein anderes für die Vereinsführung und wieder ein anderes, in dem die Social Media-Aktivitäten koordiniert werden. Da wir uns Corona-bedingt nicht zu Schulungen treffen konnten, wird das neue Angebot von den Mitgliedern bislang eher zögerlich angenommen. Aber wir sind optimistisch.

Welche Projekte standen im Rahmen der Digitalisierung noch an?

Das, was wir angepackt haben, waren erst einmal die absoluten Basics. Ideen haben wir natürlich noch viele, aber unsere finanziellen Mittel sind arg begrenzt. Das ist bei uns ein großes Thema. Ich glaube auch, dass so ein Prozess nie wirklich abgeschlossen ist, von daher werden wir versuchen, uns ständig weiterzuentwickeln.

Ihr habt Euch für den Softwareanbieter Kurabu entschieden. Warum?

Da unser Verein in der Verwaltung noch recht einfach gestrickt ist, es also nicht so viel zu verwalten gibt, hat für uns die Kommunikation innerhalb des Vereins die absolute Priorität. Kurabu hat uns auf Anhieb sehr gut gefallen, weil sie einfach moderner, engagierter und innovativer daher kamen als andere Anbieter, die wir uns angesehen hatten. Sie wollen das Produkt gemeinsam mit dem Kunden weiterentwickeln, sind offen für Vorschläge – und arbeiten gerne mit Vereinen zusammen, die wie wir ein bisschen anders sind. Im Vergleich zu anderen Anbietern sind sie hinsichtlich des Unterhalts und der Folgekosten auch die günstigsten und haben uns ein faires Einstiegsangebot gemacht.

Realisierungsphase

Wer steuert bei Euch den Digitalisierungsprozess?

Nachdem der Vorstand unseres Vereins und ich an den Workshops der Alexander-Otto-Sportstiftung teilgenommen haben, die uns geholfen hat, uns überhaupt erst einmal zu orientieren, wurde beschlossen, dass ich das federführend übernehme. Eigentlich habe ich in dem Verein nur meine zwei Kinder angemeldet, um Skateboarden in Hamburg zu unterstützen. Doch dann bin ich nach und nach immer mehr in die Prozesse eingeführt worden und hatte eben auch die Idee, für unsere Mitglieder ein Online-Portal aufzubauen. Einige Entscheidungen, wie beispielsweise die für den Anbieter, treffen wir aber schon noch gemeinsam.

Wie habt ihr das kommunikativ begleitet?

Eigentlich wollten wir das Portal bei unserer Jahresversammlung den Mitgliedern vorstellen und dann einführen, aber da dies aufgrund der momentanen Versammlungsbeschränkungen nicht stattfinden konnte, hängt gerade noch alles ein bisschen in der Luft.

Wie hoch sind die Kosten für die Digitalisierung?

Die laufenden Kosten sind für uns absolut entscheidend, da wir finanziell schlank aufgestellt sind. Dank der Anschubfinanzierung durch die Alexander-Otto-Sportstiftung konnten wir eine Vereinbarung mit Kurabu treffen und die laufenden Kosten für das Portal in einem machbaren Rahmen halten.

Das heißt?

Wir haben uns mit Kurabu auf einen Fixkostenpreis für die ersten vier Jahre geeinigt. Die Idee ist, bei der nächsten Mitgliederversammlung eine kleine Beitragserhöhung von fünf bis zehn Euro pro Jahr anzuregen, um das Mitgliederportal auch langfristig weiter betreiben zu können. Gleichzeitig hoffen wir, dass wir als Verein wachsen. Sobald wir einen eigenen Skatepark oder eine eigene Halle haben, könnten wir in kurzer Zeit enorm wachsen. Davon sind wir überzeugt, denn wir haben hier in Hamburg hinsichtlich überdachter Skateboardingmöglichkeiten im wettbewerbssportlichen Sinn noch ein riesiges Vakuum.

Wie viel Zeit habt Ihr in die Implementierung investiert?

Vielleicht ein bis drei Stunden pro Woche und noch etwas mehr während der Einführungsphase des Kurabu-Portals. In dieser Zeit habe ich mich auch ein paar Mal persönlich mit einem Vertreter von Kurabu getroffen, um die Details und zukünftige Features zu besprechen. Ansonsten hatten wir regen Kontakt via E-Mail oder Telefon. Beides hat sehr gut geklappt.

Wie gut wird das neue Mitgliederportal angenommen?

Das Portal läuft leider nicht so gut an, wie ich es gehofft hatte. Von den 150 Mitgliedern haben sich bisher gefühlt zehn Prozent angemeldet. Selbst die Leute, die anfänglich total begeistert waren und sich auf das Portal gefreut haben, nutzen weiterhin WhatsApp-Gruppen, weil sie damit mehr Leute erreichen und es bequemer ist. Das stimmt ja auch, weil sich bisher kaum jemand über das Portal angemeldet hat. Natürlich kann man den Leuten sagen, schreibt eure Nachrichten über das Portal und dann noch eine WhatsApp an all diejenigen, die das interessieren könnte. Ich glaube, da müssen wir unsere Mitglieder jetzt einfach noch ein bisschen sensibilisieren und motivieren, das Portal zu nutzen. Zum anderen sind wir aber auch ein Stückweit selbst schuld, weil die Prozesse noch nicht so glatt laufen, wie sie sollten.

Was meinst Du damit?

Auf unserer Homepage befindet sich zum Beispiel kein Link zu unserem Online-Anmeldeformular, stattdessen steht da immer noch das PDF zum Ausdrucken. Das heißt, in den Köpfen derer, die den Verein lenken, müssen die neuen Prozesse auch noch verinnerlicht werden. Hier fehlt einfach noch etwas die Initiative. Da müssen wir dranbleiben, schließlich haben wir hier viele Ideen und viel Zeit reingesteckt.

Herausforderungen

Was war Euer größter Stolperstein?

Wir haben gedacht, wir stellen ein Portal zur Verfügung und die Leute nutzen das mehr oder weniger von selbst. So einfach ist das aber nicht. Wir haben verstanden, dass wir uns hier noch einmal kräftig dahinterklemmen müssen, damit die neuen Strukturen intern auch genutzt werden und die Kommunikation mit unseren Mitgliedern noch besser funktioniert.



Drei Tipps von Karsten Wilms

1. Die eierlegende Wollmilchsau gibt es nicht. Ihr solltet Euch daher überlegen, was Ihr mit einem Mitgliederportal erreichen möchtet – und was Ihr Euch davon am Ende leisten könnt.
2. Stellt Euch die Frage, welches Problem Ihr mit der Digitalisierung lösen wollt bzw. welchen Zusatznutzen ihr Euch erhofft. Hier sollten dann alle an einem Strang ziehen.
3. Wichtig ist, dass jemand den Prozess federführend begleitet, der eine gewisse Affinität zu dem Thema hat und im Zweifel die (hoffentlich richtigen) Entscheidungen trifft.



STECKBRIEF

Bramfelder SV
www.bramfelder-sv.com

Gründung des Vereins: 1945

Sportangebot: 23 Sparten

Anzahl der Mitglieder: etwa 4.000

Anzahl der Mitarbeiter:

10 fest angestellt, 286 ehrenamtlich

Altersstruktur der Mitglieder:

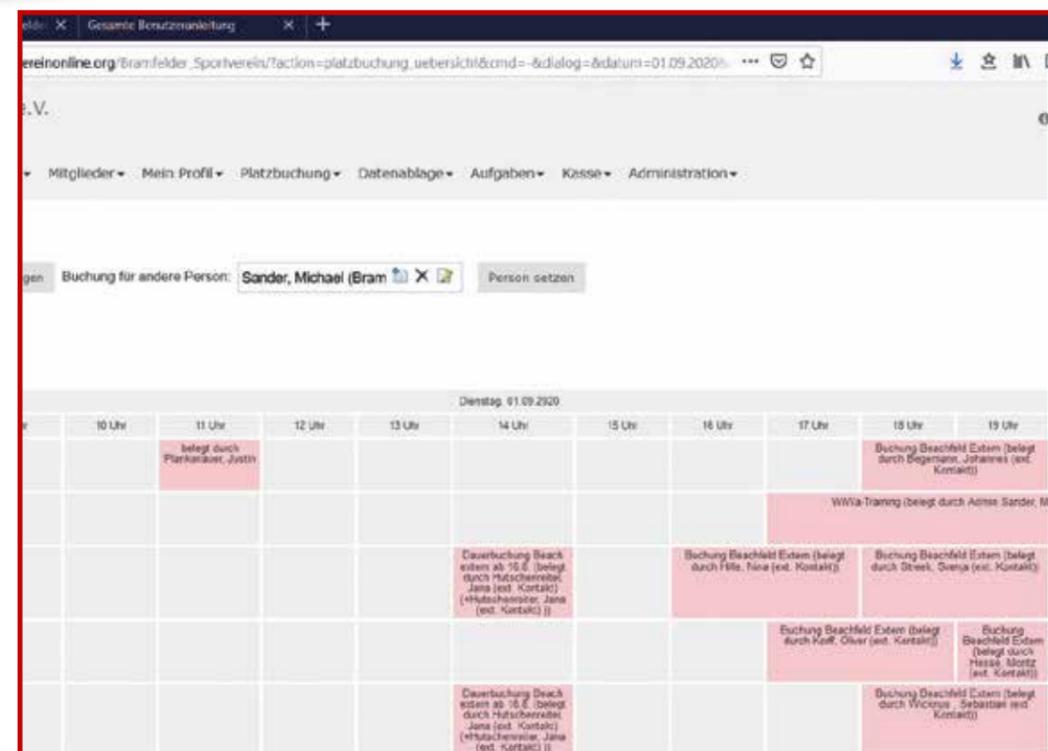
Der Anteil der 4- bis 12-Jährigen liegt bei etwa einem Drittel, 1.900 Mitglieder sind Erwachsene, darunter viele Senioren.

Beauftragter Anbieter: VereinOnline

Ziel der Mitgliederportals:

- Verbesserte Kommunikation zu den Mitgliedern
- Verbesserte Kommunikation der Mitglieder untereinander
- Digitales Buchhaltungssystem
- Digitale Übungsleiterabrechnungen
- Elektronisches Schließ- und Platzbuchungssystem für die Beachvolleyball- und Tennisanlage

Kosten: Knapp 15.000 Euro, inklusive der laufenden Kosten für das erste Jahr sowie für die Anpassungen durch den Anbieter.



Schnell gebucht,
das Beachvolleyball-Feld

„Auf das Ergebnis sind wir stolz“



Michael Sander,
Geschäftsführer Bramfelder SV

Interview mit Michael Sander, Geschäftsführer Bramfelder SV

Planungsphase

Was gab Euch den Impuls für das Mitgliederportal?

Uns war schon lange klar, dass wir mit unserem bisherigen Anbieter „Elvis“ auf Dauer nicht glücklich werden. Allerdings hätte ich mit der Erneuerung der Mitgliederverwaltung vermutlich noch ein bis zwei Jahre gewartet. Mit der Förderung der Alexander-Otto-Sportstiftung ist das Thema auf unserer Agenda dann allerdings sehr schnell nach vorne gerutscht.

Welche Ziele verbindet Ihr mit der Digitalisierung?

Uns ging es vor allem um die Modernisierung der Mitgliederverwaltung. Wichtig war uns aber auch, die Kommunikation zu unseren Mitgliedern in Gang zu bekommen, denn mit „Elvis“ war jenseits von Briefeschreiben und Telefonieren nicht viel möglich. Und auch in der Buchhaltung haben wir uns komplett von „Elvis“ verabschiedet.

Wo steht Ihr aktuell?

Die Grundprozesse laufen. Das heißt, Eintritte, Austritte, Beitragswesen und die Buchhaltung sind komplett digital. Die monatlichen Übungsleiterabrechnungen der Trainer starten demnächst über das Portal.

Worauf ich sehr stolz bin, ist die elektronische Schließanlage für unsere Beachvolleyballfelder, die mit einer Platzbuchung gekoppelt ist. Das heißt, ich kann mir als Mitglied oder als Externer digital ein Beachvolleyballfeld buchen. Die Buchung sehen wir uns hier im Verein an und bestätigen sie per E-Mail. In dieser E-Mail befindet sich die Rechnung sowie ein Zahlencode, mit dem sich 15 Minuten vor und nach der Spielzeit alle Türen auf der Anlage öffnen lassen. Das klappt hervorragend. Dieses Schließ- und Buchungssystem planen wir jetzt auch für unsere Tennisplätze.

Ihr habt Euch für den Softwareanbieter VereinOnline entschieden. Warum?

Für uns kam eigentlich nur VereinOnline in Frage. Alle anderen Anbieter waren entweder zu teuer oder erschienen uns noch nicht marktreif. Mir war wichtig, nicht mit einer unfertigen Software zu arbeiten. VereinOnline beschäftigt sich schon seit 2008 mit Portalfunktionen und das merkt man. Hinzu kam, dass sie uns ein sehr faires Angebot gemacht haben. Wir zahlen 95 Cent pro Mitglied im Jahr, bei anderen Anbietern sind es 60 Cent pro Mitglied im Monat. Bis heute konnte uns der Support jede Frage beantworten und jeden Wunsch erfüllen.

Realisierungsphase

Wer steuert bei Euch den Digitalisierungsprozess?

Wir haben das Projekt im Vorstand beschlossen und gleich im Anschluss daran ein Dreierteam gegründet. Das sind alles keine IT-Experten, aber sie sind IT-affin. Gemeinsam haben wir dann zusammen mit dem harten Kern unserer Geschäftsstelle im ersten Corona-Lockdown die Einführung der neuen Software vorbereitet.

Was heißt das?

Unser Softwareanbieter VereinOnline hat uns ein Testsystem zur Verfügung gestellt, mit dem wir im Vorfeld versucht haben, reale Aufgaben umzusetzen. Das war enorm hilfreich. Außerdem haben wir die Layout-Vorlagen und die Texte der Standardbriefe und -mails angepasst. Wir haben für die Mitgliederverwaltung unsere Strukturen angelegt und eine kleine Gruppe unserer Mitglieder mal ein wenig „rumspielen“ lassen.

Mit welchen Maßnahmen führt Ihr Eure Mitglieder an die neuen Tools heran?

Kurz vor Ende der Sommerferien hat jedes Mitglied von uns per E-Mail oder analoger Post die Zugangsdaten bekommen. Unsere Kinderturngruppen haben gleich den gesamten Betrieb auf VereinOnline umgestellt, um die Anzahl der Teilneh-

mer in den einzelnen Turngruppen zu koordinieren und zu dokumentieren. Dem Beispiel folgen jetzt nach und nach auch unsere Gesundheits- und Freizeitsportgruppen. Unseren ehrenamtlichen Trainern haben wir zu Weihnachten ein T-Shirt, eine Baseball-Kappe oder eine Trainingstasche geschenkt. Das Geschenk konnten sie sich über das Mitgliederportal aussuchen und bestellen. Damit haben sie sich gleichzeitig in unserem neuen System registriert.

Wie hoch sind die Kosten für die Digitalisierung?

Wir haben auf unserer Abrechnung jetzt knapp 15.000 Euro stehen. Das beinhaltet die Überstunden unserer Mitarbeiter, die Gebühren für das erste Jahr und die Anpassungen, die wir mit VereinOnline vereinbart haben. Das Schöne an VereinOnline ist, dass sie jede Anpassung genau dokumentieren. In den Abrechnungen ist bis auf die zweite Dezimalstelle genau aufgeschlüsselt, an welchen Projekten wie viele Minuten gearbeitet wurde.

Wie viel Zeit habt Ihr in die Implementierung investiert?

Deutlich mehr als erwartet. Wenn wir keine Corona-Pandemie gehabt hätten, wären wir mit unserem Zeitplan krachend gescheitert, denn im normalen Betrieb hätten wir den hierfür benötigten Aufwand nicht leisten können. Von der zweiten Märzhälfte bis Anfang Mai habe ich etwa 80 Prozent meiner Arbeitszeit in die Digitalisierung investiert. Insgesamt waren es bestimmt 400 Arbeitsstunden plus der Überstunden der Kollegen, die nach der Einführung aufgrund von Kleinigkeiten und Komplikationen dazu kamen.

Wie gut wird die neue Mitgliederplattform angenommen?

Von unseren etwa 4.000 Mitgliedern sind inzwischen 75 Prozent mit ihren E-Mailadressen eingetragen und damit sind sie für uns und die Trainer erreichbar, wenn z. B. ein Training ausfällt oder eine Halle gesperrt ist. Allerdings wird das Mitgliederportal noch nicht optimal genutzt. Viele Mitglieder halten noch an ihren WhatsApp-Gruppen fest oder nutzen andere sportartspezifische Trainings- und Wettkampf-Apps, die im Gegensatz zu VereinOnline nicht immer alle Datenschutzbestimmungen einhalten. Was gut funktioniert, ist die Möglichkeit, sich zu bestimmten Kursen oder Veranstaltungen anzumelden. Das ist sehr effektiv und kommt bei unseren Mitgliedern sehr gut an.

Herausforderungen

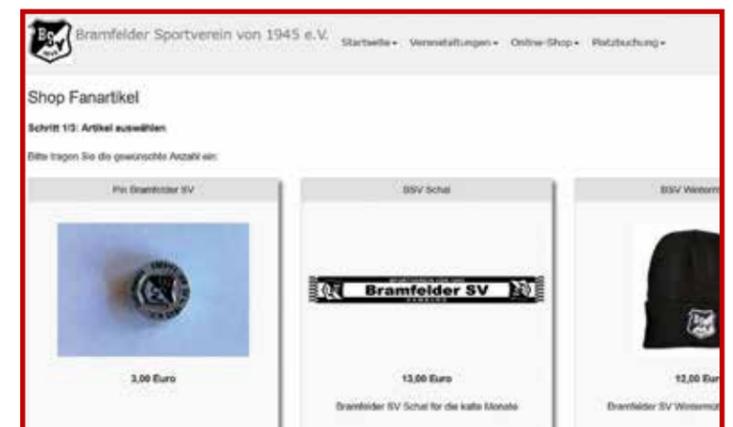
Was war Euer größter Stolperstein?

Die Umstellung der Mitgliederverwaltung auf VereinOnline fiel in die Zeit von Mitte Mai bis Anfang Juli – und damit in die Wiederaufnahme des Sportbetriebs nach dem ersten Lockdown. Plötzlich hatten wir wieder zig Baustellen auf einmal. Das hat dazu geführt, dass wir die erste Beitragsabbuchung nicht sorgfältig genug kontrolliert und bei 300 Mitgliedern versehentlich zu viel Geld abgebucht haben. Die riefen dann alle bei uns an. Abgesehen davon, dass das viel Arbeit gemacht hat, hatten viele Mitglieder und Mitarbeiter den Eindruck, dass „alles“ schiefgelaufen sei. Das fand ich persönlich sehr schade, denn bei über 90 Prozent der Mitglieder hat die Umstellung ja reibungslos geklappt.



Drei Tipps von Michael Sander

1. Seht Euch möglichst viele Anbieter an. Ein gutes Marketing lässt noch nicht zwingend auf ein gutes Produkt schließen.
2. Lasst Euch im Vorfeld bei der Strukturierung helfen. Uns haben die Workshops der Alexander-Otto-Sportstiftung sehr geholfen. Aus eigener Kraft bekommt man das nur schwer hin.
3. Jede Minute, die Ihr vorab in die Vorbereitung investiert, spart Ihr Euch hinterher an Ärger.



Der neue Fanartikel-Shop des Bramfelder SV



Mühlener Segel-Club

STECKBRIEF

Mühlener Segelclub e.V.
www.msc-elbe.de

Gründung des Vereins: 1961

Sportangebot: 6 Segelabteilungen für Kinder und Jugendliche sowie Ausbildungsprogramme und Trainingsmaßnahmen für Erwachsene (Anfänger und Regattenleistungssegler).

Anzahl der Mitglieder: etwa 1.100

Anzahl der Mitarbeiter:
6 fest angestellt, etwa 100 ehrenamtlich

Altersstruktur der Mitglieder:
ca. 260 Kinder und Jugendliche

Beauftragter Anbieter: VereinOnline

Ziel des Mitgliederportals:

- Selbstverwaltung von Daten, Arbeitserleichterung und Flexibilität für die Mitglieder, Trainer und Übungsleiter
- Arbeitserleichterung für die Verwaltung und verbesserte Kommunikation zu den Mitgliedern

Kosten: Geplant sind insgesamt 15.000 bis 18.000 Euro. Die laufenden Kosten liegen bei etwa einem Euro pro Mitglied im Jahr.

Zusätzliche Digitalisierungspläne: Eine App mit Kursbuchungssystem, Ressourcenmanagement, Boots-Buchungssystem, Reiseplanung



„Hier herrscht richtig Aufbruchstimmung“

Interview mit Martin Kröger,
Mitglied des Vorstands Mühlenberger Segelclub e.V.



Planungsphase

Was gab Euch den Impuls für das Mitgliederportal?

Wir haben in den letzten Jahren mit einer sehr alten Software gearbeitet, die unseren Mitarbeitern in der Geschäftsstelle viel unnötige Arbeit bereitet hat. Das betrifft vor allem die Abbuchungen der Mitgliederbeiträge, zu denen die Mitglieder ständig Rückfragen hatten, weil unsere Bankauszüge nicht mit „Mühlenberger Segelclub“ gekennzeichnet und die Beträge für unsere Mitglieder nicht nachvollziehbar waren. Auch die schriftlichen Einverständniserklärungen der Eltern, die wir benötigen, damit die Kinder beispielsweise mit den Booten aufs Wasser dürfen, mussten aufwändig abgelegt, gefaxt und eingescannt werden.

Ziel war es also, die Ehrenamtlichen in der Verwaltung zu entlasten?

Genau, deswegen streben wir nicht nur ein Selfservice-Portal an, mit dem die Mitglieder ihre Daten selbstständig einpflegen können. Wir möchten den Mitgliedern unsere Abrechnungen auch als PDF per Mail zukommen lassen, damit transparent ist, wofür wir ihnen was genau in Rechnung stellen. Die Ausschreibung der Alexander-Otto-Sportstiftung war für uns der perfekte Startschuss, um auch die letzten Bedenkenträger innerhalb unseres Vereins von einem Mitgliederportal zu überzeugen.

Welche Projekte stehen im Rahmen der Digitalisierung noch an?

Künftig möchten wir über eine vereinseigene App mit unseren Mitgliedern kommunizieren, um die datenschutzrechtliche Grauzone der aktuell noch bestehenden WhatsApp-Gruppen abzulösen. Zusätzlich möchten wir ein Ressourcenmanagement einführen. Das ist für uns enorm wichtig, da es immer mal passiert, dass eines unserer Boote beschädigt wird. Die Eltern oder Kinder können unseren Bootsbauer über die App dann sofort über den Schaden informieren. Und der Bootsbauer kann das Segelboot – sobald es repariert ist – über die App auch wieder freigeben.

Plant Ihr auch ein Boots-Buchungssystem?

Ja, auch das ist in Planung. Wir haben einige große Jachten in der Seesegelabteilung. Über die App sollen unsere Mitglieder künftig Zeit-Slots für Touren nach Schottland oder nach Dänemark buchen können. Darüber hinaus wollen wir – auch über die App – schon zum nächsten großen Trainingslager am Gardasee einladen. Bei dieser Reise sind wir mit 100 Booten unterwegs. Das ist sehr planungsaufwändig. Wir müssen wissen, welche Eltern als Betreuer mitkommen, welche Familie eine Anhängerkupplung am Auto hat und wer zusätzlich über einen Dachgepäckträger verfügt. Meine Hoffnung ist, dass wir all diese Daten mit der Anmeldung für die Reise bereits digitalisiert und transparent vorliegen haben. Dann könnten wir so eine Fahrt statt in einem Monat vielleicht schon in zwei Tagen organisieren.

Das klingt ehrgeizig.

Mag sein, aber es ist möglich. Wir denken auch schon über viele kleine Extras nach, die uns das Leben in den Trainingslagern erleichtern könnten. Nehmen wir nur den Fall, wenn einer von den Eltern mal 20 Flaschen Wasser für die Kinder kauft. Bisher haben wir die Belege gesammelt und zu Hause abgerechnet. Künftig soll es möglich sein, den Kassensbon über die App einzuscannen – und schon kann der Betrag gutgeschrieben werden. Das bringt viel Transparenz und spart uns eine Menge Verwaltungsaufwand. Das sind natürlich noch Visionen, aber wir sind optimistisch, sie schon bald realisieren zu können.

Für welchen Softwareanbieter habt Ihr Euch entschieden? Und warum?

Wir haben uns für VereinOnline entschieden. Dafür gab es zwei Gründe: Zum einen waren alle anderen Anbieter deutlich teurer. Viele glauben, Segeln sei nur etwas für reiche Menschen, aber das stimmt nicht. Von daher sind für uns die Kosten hinsichtlich der Attraktivität unseres Vereins ein entscheidender Punkt. Der andere Grund war, dass die Module und Funktionalitäten, die wir für unseren Verein brauchen, bei VereinOnline bereits verfügbar waren. Die App müssen wir zwar noch nach unseren Vorgaben anpassen, doch von den anderen Anbietern konnte uns niemand eine brauchbare App anbieten.

Realisierungsphase

Wer steuert bei Euch den Digitalisierungsprozess?

Wir haben ein Kernteam, das aus fünf sehr IT-affinen Mitgliedern besteht. Dazu gehört ein Softwareentwickler, ein IT-Integrator für Netzwerke und Laptops und ein Manager aus einem IT-Unternehmen. Wir hatten das Glück, viele Eltern mit IT-Erfahrung im Verein zu haben. Von daher war es für uns relativ einfach, ein kompetentes Team zusammenzustellen. Was mich sehr beeindruckt hat, war, wie wir als Team Stück für Stück zusammengewachsen sind. Alle haben mitgezogen, das war wirklich toll.

Mit welchen Maßnahmen führt Ihr Eure Mitglieder an die neuen Tools heran?

Wir haben die Empfehlungen aus den Workshops der Alexander-Otto-Sportstiftung beherzigt und haben die Veränderungen, die auf uns zukommen, auf unseren Mitgliederversammlungen rechtzeitig und positiv kommuniziert. Dabei haben wir auch die ältere Generation mitgenommen. Ich muss sagen, das ist sehr gut gelaufen.

Wie hoch sind die Kosten für die Digitalisierung?

Wir haben jetzt 15.000 bis 18.000 Euro veranschlagt. Darin enthalten sind die Schulungen der Mitarbeiter und Ehrenamtlichen, die Implementierung des Mitgliederportals sowie die Buchhaltungssoftware und die App, die wir nach unseren Wünschen gestaltet bekommen. Die laufenden Kosten liegen bei etwa einem Euro pro Mitglied im Jahr.

Wie viel Zeit habt Ihr in die Implementierung investiert?

Aktuell befinden wir uns kurz vor der Migration. Das heißt, wir sind pro Woche mindestens fünf Stunden damit beschäftigt, die Daten auf das neue Portal zu übertragen. Das wird von uns komplett intern geleistet. Anfang 2021 wollen wir damit fertig sein. Darauf freuen wir uns schon, denn das wird uns einen riesigen Schritt nach vorne bringen.

Wie gut wird das neue Portal angenommen?

Die Kinder und Jugendlichen sind natürlich ganz heiß auf die neue App und auch die älteren Mitglieder freuen sich. Ich glaube, das haben wir gut vorbereitet. Aber auch unsere Mitarbeiter in der Geschäftsstelle sind begeistert. Sie haben schon lange die Kompliziertheit des alten Verwaltungssystems bemängelt und sehen, dass für sie jetzt vieles einfacher wird. Ähnlich sehen das auch die Trainer, die sich beispielsweise in den Kinderkursen nicht mehr selbst um die Anzahlung durch die Eltern kümmern müssen. Das läuft alles digital. Ich würde sagen, hier im Verein herrscht richtig Aufbruchstimmung.

Herausforderungen

Was war Euer größter Stolperstein?

Es war eine große Herausforderung, für das Projekt neben dem normalen Tagesgeschäft die notwendige Zeit abzuknapsen, zumal dies im Pandemiejahr ohnehin schon eine Mammutaufgabe war. Ein weiterer Stolperstein war die Auswahl des richtigen Anbieters. Der Vergleich der verschiedenen Lösungen war sehr mühsam, da wir bei jedem Anbieter prüfen mussten, ob die für uns notwendigen Funktionen auch wirklich verfügbar sind. Erst nach hartnäckigem Rückfragen stellte sich bei dem ein oder anderen Anbieter heraus, dass die Lösung doch noch nicht einsatzfähig ist.



Drei Tipps von Martin Kröger

1. Stellt ein gutes Team mit IT-affinen Leuten zusammen.
2. Wir haben uns bei der Planung viel Zeit gelassen und das war rückblickend genau richtig.
3. Wichtig ist eine enge Zusammenarbeit zwischen ITlern, den Mitarbeitern und Mitgliedern, damit die Lösungen nicht nur technisch perfekt, sondern auch nahe an der Lebenswirklichkeit des Vereins bleiben. Die tollsten Features nützen nicht, wenn niemand sie anwendet!

Fazit

Digitalisierung ist komplex und für viele noch eine Blackbox. Oft mangelt es auch schlicht an den personellen und finanziellen Ressourcen zur Umsetzung. Sowohl das Pilotprojekt der **Alexander-Otto-Sportstiftung** gemeinsam mit **FUTURY** in Form der Entwicklung einer Digitalisierungsstrategie für die **TSG Bergedorf** als auch das Förderprogramm zur Einführung von digitalen Mitgliederportalen für **Hamburger Vereine** sollen daher Sportvereinen Blaupausen liefern. Unsere Handbücher sind praxisnah und anschaulich aufbereitet, um selbst tätig werden zu können.

Wichtig ist in jedem Fall, den Prozess im Vorwege gut zu strukturieren. Hier kommt dem Vorstand eine wichtige Aufgabe zu, hinter der er geschlossen stehen muss. Schließlich müssen die Mitarbeiter genauso wie die Mitglieder für die digitalen Innovationen gewonnen werden – nicht selten müssen auch erst Widerstände durch Überzeugungsarbeit überwunden werden. Changemanagement ist daher nicht zu unterschätzen, sollte Euch aber auch nicht von Eurem Vorhaben abbringen. Entscheidend für den Erfolg ist die Benennung von Verantwortlichen im Verein, die Begeisterung und etwas Zeit für das Projekt und sein Management. Der Austausch mit Vereinen, die bereits über erste Erfahrungen mit der Digitalisierung verfügen, ist ganz wichtig. Die in diesem Handbuch vorgestellten Vereine sind dabei gute Ansprechpartner.

Wir danken allen Vereinen, die an unserem Digitalisierungsprogramm teilgenommen haben. Uns ist bewusst, dass sie damit ein komplexes Projekt angestoßen haben und bereit waren, personelle und finanzielle Ressourcen einzubringen.

Nicht alle der 15 gestarteten Vereine in unserem Programm haben es ins Ziel geschafft. Dafür gab es sehr nachvollziehbare individuelle Gründe. Aufgeschoben ist aber nicht aufgehoben und das Wissen aus unseren Workshops kann ihnen keiner nehmen.

Den hier dokumentierten neun Vereinen gratulieren wir zu ihrer großartigen Leistung. Sie sind damit Piloten bei der Einführung digitaler Mitgliedsportale.

Mit dem Studium dieser Lektüre habt Ihr bereits den ersten Schritt gemacht. Bleibt dran und macht Euch im Team Gedanken über die nächsten Schritte. Dann wird ein Weg daraus und der ist bekanntlich das Ziel. Gern stehen wir Euch für Fragen zur Verfügung.

Wir wünschen Euch viel Erfolg und gutes Gelingen für Eure digitalen Mitgliederportale!

Ausblick EINES DIGITALISIERERS



Mirko Bass,
Business Development
Manager Cisco Systems und
Stiftungsratsmitglied der
Alexander-Otto-Sportstiftung

„Die digitale Zukunft wartet nicht“

Deutschland hinkt bei der Digitalisierung im internationalen Vergleich hinterher. Doch die Corona-Krise hat nun vielen Unternehmen, Verwaltungen und auch Sportvereinen mit aller Härte die Notwendigkeit aufgezeigt, die digitale Transformation schnellstens anzugehen. Doch der Wandel hin zu einer digitalen Organisationsform trifft häufig auf vielfältige Widerstände. Wie man diese überwinden kann, zeigen erfolgreiche Beispiele von „Digitalen Machern“ hier in diesem Handbuch.

In den letzten Jahren konnte ich dazu etliche Digitalisierungsprojekte hautnah mitverfolgen, ob in Unternehmen, in der Verwaltung oder in Vereinen. Eine wesentliche Erkenntnis sticht dabei ins Auge: Sportvereine sind genauso wie Unternehmen oder Kommunen in der Lage, sich auf den digitalen Weg zu machen und dabei Erfolge zu erzielen. Dafür benötigen sie einen Kompass, der sie in die Lage versetzt, das Ziel im Blick zu behalten, wenn ein Verein sich – wie hier beschrieben – für die Einführung eines Mitgliederportals entschieden hat.

Das vorliegende Handbuch zeigt deutlich, wie die Weitergabe von Wissen für die Umsetzung von Digitalprojekten auf Vereinsebene in kurzer Zeit zu großartigen Ergebnissen führen kann. Umso mutiger ist der Schritt dieser „Digitalen Macher“, sich frühzeitig mit einer Digitalisierungsstrategie auseinandergesetzt zu haben, um heute und in Zukunft davon zu profitieren. Dabei ist zu berücksichtigen, dass – oft anders als in großen Unternehmungen – in Sportvereinen mit weitaus weniger Budget und oftmals mit sehr viel ehrenamtlichem Engagement der Vereinsbetrieb aufrechterhalten werden muss. Diesen Transformationsprozess anzugehen, weitere Mitstreiter im Verein zu überzeugen, Widerstände zu überwinden und ein derartiges Vorhaben umzusetzen, verdient größten Respekt. Hut ab vor allen in diesem Handbuch genannten Beteiligten, die sich hier leidenschaftlich für einen „Aufbruch zu neuen Ufern“ in ihrem Verein einsetzen.

Eine digitale Ausrichtung der Vereine mit einem digitalen Mitgliederportal, wie in diesem Handbuch beschrieben, wird mithin die Basis sein, um Mitglieder in Sportvereinen in Zukunft effizient und passgenau in ihren jeweiligen Sportarten zu betreuen und mit ihnen zu kommunizieren. Sie werden auch die Möglichkeit bieten, bei Angeboten beispielsweise im Wellness- und Fitnessbereich konkurrenzfähig zu kommerziellen Anbietern zu sein. Denn Corona hat die Digitalisierung des Sports mit

KI-basierten Trainingsgeräten für zu Hause, Fitness-Apps, Trackern etc. um zehn Jahre beschleunigt. Die Entwicklung des Internets und digitaler Anwendungen bleibt somit nicht stehen.

Im Gegenteil: Unter dem Stichwort „Web 3.0“ sind Entwicklungen zu beobachten, die es künftig jedem Einzelnen erlauben, tatsächlich Herr oder Frau seiner eigenen Daten zu sein, die er bislang im täglichen Leben mannigfaltig im Internet verstreut und die von Unternehmen wie Facebook und Co. wiederum gewinnbringend verwendet werden. Im Zentrum dieser neuen Entwicklung steht die so genannte Blockchain-Technologie. Mit Hilfe von Kryptografie und einem dezentralen Sicherheitssystem, das von vielen voneinander unabhängigen Akteuren betreut wird, ist es in Zukunft möglich, dass die eigenen Daten sicher und verlässlich in der eigenen Hand bleiben werden. Damit werden noch viel mehr Menschen als bisher bereit sein, auch Fitness- und Gesundheitsdaten von sich preiszugeben, was wiederum viele Möglichkeiten bei der Trainingsgestaltung oder im Fitness- und Ernährungsbereich eröffnet. Mit Sicherheit ist das ein Megatrend: Sport zu den Menschen zu bringen anstatt die Menschen zum Sport!

Deutlich wird: Die Corona-Krise lässt aus der Erfahrung der vergangenen zwölf Monate „Digitalisierungsprozesse“ in allen Organisationsformen als alternativlos erscheinen. Viele Menschen – egal ob in der Verwaltung, in kommunalen oder privaten Unternehmen – ziehen eher die Sicherheit den Veränderungen vor. In dem Moment, in dem die Veränderung jedoch ein höheres Maß an künftiger Sicherheit bietet, fallen häufig die Widerstände gegenüber tiefgreifenden Veränderungen in der Organisationsform oder im Businessmodell in sich zusammen. Dieser Moment, vom Zuschauer zum Gestalter zu werden, ist gekommen. Ausreden gibt es keine mehr. Um an diesen sich schon jetzt abzeichnenden Trends als Verein partizipieren zu können, ist es unerlässlich, sich auf den digitalen Weg zu machen.



So werden Sie zum digitalen Macher in Ihrem Sportverein

- Verinnerlichen Sie die unterschiedlichen Blaupausen und Strategien der „Digitalen Macher“ in diesem Handbuch und antizipieren Sie eine Übertragbarkeit für Ihren Verein.
- Zögern Sie nicht, für einen Erfahrungsaustausch direkt mit den aufgeführten Vereinen Kontakt aufzunehmen.
- Entwickeln Sie eine Vision, die Ihnen mit Hilfe der Digitalisierung Mehrwerte für Ihren Verein schafft.
- Setzen Sie ein (erstes) Pilotprojekt auf, das schnell eine Win-Win-Situation für alle Beteiligten schafft.
- Machen Sie das Projekt zur Vorstandssache im Verein.
- Kommunizieren Sie den Erfolg im großen Stil nach innen und außen und achten Sie dabei auf den richtigen Zeitpunkt.
- Setzen Sie beim weiteren Digitalisierungsweg auf eine hierarchiefreie Kommunikation und achten Sie auf Rückkopplungskanäle mit den Mitgliedern.
- Bilden Sie Foren, damit der Wissensaustausch zwischen den „Digital Natives“ und den „Digital Immigrants“ jederzeit gewährleistet ist.

Impressum

Herausgeber:

Alexander-Otto-Sportstiftung

Redaktion:

Rando Aust

Autoren:

Mirko Bass

Andrea Peus

Jannis Röthemeier

Artdirektion/Gestaltung:

Heike Roth

Fotos:

DOSB Carstensen, futury, 123RV, Pexels, Antonia Stripp,
Paul Schick, Jonay Voelpel, Olaf Janko, Kerstin Behrendt,
Tanja Hall, Moschkowitz, Jonas Walzberg

Internet:

www.alexander-otto-sportstiftung.de

Ansprechpartner:

Alexander-Otto-Sportstiftung

Rando Aust, Vorstandsvorsitzender

Saseler Damm 39, 22395 Hamburg

Tel.: 040 / 606066526

E-Mail: info@alexander-otto-sportstiftung.de

Futury GmbH

Jannis Röthemeier, Senior Project Manager

Paul-Ehrlich-Str. 51, 60596 Frankfurt am Main

Tel.: 069 / 348750536

E-Mail: jannis@futury.eu

Hamburg, März 2021

Hinweis: In diesem Buch werden Beispiele von Anbietern aufgeführt.
Wir möchten darauf hinweisen, dass wir in keinerlei Kooperation mit diesen stehen.