

Wege in die Zukunft

STB 

Nr. 1

Der Verband
Laufener · Dynamisch · Sport

**Gemeinsam
Dynamisch
Aktiv**

Der moderne Verein

Der Verband

Weitere Informationen:

- Imagebroschüre
- Leitbild
- Satzung

Der STB - sein Selbstverständnis

ist der **Verband für Turnen·Gymnastik·Sport**,

ist der **Turnverband** im Württembergischen Landessportbund. Er betreut 664.300 Mitglieder in 1.746 Vereinen (Stand 2004) und gliedert sich auf regionaler Ebene in 15 Turngaue.

ist zuständig für alle zeitgemäßen Formen des Vielseitigen Turnens, die sich daraus als Freizeit- und Gesundheitssport, als Wettkampf- und Spitzensport entwickelt haben.

Seine **Aufgaben** sind:

Interessenvertretung seiner Mitgliedsvereine und Abteilungen, Beratung und Service in allen Fragen rund um „Turnen und Gymnastik“ (siehe Imagebroschüre, Leitbild, Satzung).

Aktive Freizeitgestaltung in einem Turn- und Sportverein bedeutet vielfältiges kulturelles und geselliges Erleben, das ganz besonders bei Turnfesten sichtbar wird. Ziel ist ein lebenslanges Turn-, Gymnastik- und Sportangebot, das sich an alle Altersgruppen und Bevölkerungsschichten richtet. Es reicht vom Vorschulturnen bis zu den Älteren, vom Fitnessangebot bis zum Olympischen Spitzensport.

Die **Nr. 1 im STB Logo** sagt: Der STB ist der älteste und größte Sportfachverband mit dem umfassendsten Sportangebot in Baden Württemberg. Die Basis dafür sind Erfolg und Attraktivität seiner Mitgliedsvereine. Deshalb bleibt der Vereinssport weiterhin Sportanbieter Nr.1.

Es ist deshalb **Aufgabe** und **Herausforderung**, den Erwartungen der Mitglieder durch vielfältige Angebote und umfassenden Service gerecht zu werden.

Vorwort

Der STB-Wettkampf- und Freizeitsportplan ist in der Verbandsgeschichte des STB von herausragender Bedeutung. In ihm artikulierte der Verband seine sportpolitischen Ziele, machte die Arbeit des STB für seine Mitglieder in den Turn- und Sportvereinen durchschaubar und stellte so die Partnerschaft mit den Turn- und Sportvereinen auf eine gute, konstruktive Basis. Dieser Rahmenplan, beginnend mit dem Breitensportplan im Jahre 1976 und dessen Fortschreibungen, versuchte immer, die sich ändernden gesellschaftlichen Rahmenbedingungen in die Arbeit von Turnen und Sport umzusetzen. Er gab damit den Turn- und Sportvereinen Hilfen und Anregungen, wie sie die jeweiligen Herausforderungen erfolgreich bewältigen konnten. Überarbeitet wurde der Wettkampf- und Freizeitsportplan in den Jahren 1980 und 1990. Nun ist es an der Zeit, ihn neu zu formulieren, seinen Namen der Zeit anzupassen und sein äußeres Erscheinungsbild aufzufrischen. Die wichtigsten Änderungen betreffen jedoch Inhalt und Methodik. Der nun vorliegende Plan ist ein Handlungsrahmen. Dessen konkrete Inhalte kann der STB dank der modernen Kommunikationsmöglichkeiten auf seiner Homepage im Internet immer fortschreiben und stets aktuell halten. Durch diese Vernetzung wird ein dynamischer Plan geschaffen.

Das heißt konkret: Zu jedem im Stichwort Praxis aufgeführten Einzelthema können konkrete Konzepte, Angebote sowie passende Beispiele aus den Vereinen („best practice“) von der STB-Homepage abgerufen werden.

Auf diese Weise lässt sich das Wissen aller Partner unserer Turn- und Sportvereine - ob Wissenschaft, Politik oder Verbände - wie auch der Turn- und Sportvereine untereinander, bündeln und für jeden nutzbar machen. So entsteht eine stets erreichbare Plattform, die innovativen Turn- und Sportvereinen hilft, sich dynamisch weiter zu entwickeln. Möge die Lektüre den Leserinnen und Lesern viele Anregungen für ihre Arbeit in den Vereinen geben und so **Wege in die Zukunft** aufzeigen.

Präambel

Warum dieser Plan?

Turnen und Sport als wichtige Bestandteile des öffentlichen und privaten Lebens werden in Vereinen, bei gewerblichen Anbietern oder als Freizeitbeschäftigung aktiv betrieben. Sie werden aber auch als Wettkämpfe und „Events“ von Zuschauern konsumiert. Turnen und Sport verbinden Menschen unterschiedlichen Alters und Geschlechtes, können Grenzen überwinden und Freundschaften stiften. Der Sport ist jedoch auch ein wichtiger Wirtschaftsfaktor. Er schafft Arbeitsplätze und erschließt neue Märkte. Nicht zuletzt deshalb wirkt er weit in die Politik hinein. Angesichts dieser herausragenden Bedeutung von Turnen und Sport sieht es der STB als satzungsgemäße Aufgabe an, seinen Vereinen Anregungen und Hilfestellungen zu geben, damit sie ihre aktuellen Aufgaben bewältigen und erfolgreiche **Wege in die Zukunft** finden können.

Wie gehen wir vor?

Dieser Rahmenplan will - ohne lange theoretische Ausführungen - einen Handlungsspielraum aufzeigen, der sich an der Praxis orientiert. Zunächst wird das Vorgehen exemplarisch am Beispiel des STB dargestellt. Dieser will sich mit Hilfe einer Ist-Analyse im Interesse seiner Mitglieder fit machen für die Zukunft. Zugleich wird den Vereinen vorgeschlagen, ebenfalls eine Ist-Analyse ihrer Tätigkeit bzw. ihrer Situation zu erstellen.

Wettstreit der Ideen

Wer erkannt hat, wohin er will, darf sich nicht mit dem Erreichten zufrieden geben. Nur wer sich ständig prüft, kann sich weiterentwickeln. Entscheidend dabei ist der Wille (bzw. die im jeweiligen System „eingebaute“ Notwendigkeit), sich mit Anderen, den Besten zu messen. Dieser konstruktive Wettstreit erfordert eine gemeinsame Plattform. Auf ihr werden Ideen weiter gegeben, neue Ideen geboren und neue Wege beschriftet.

Der STB - seine Ziele

Turnen·Gymnastik·Sport für alle

Der Sport ist für die Menschen in Baden Württemberg ein ständiger Lebensbegleiter. Indem er zum aktiven Mitmachen, aber auch zum Zuschauen einlädt oder auch zum Besserwerden, zur Fortbildung animiert, weckt der Sport Bedürfnisse. Diese befriedigt er, indem er zum Beispiel den Bewegungsdrang abbaut, das Verlangen nach Leistung im Wettkampf stillt und den Wunsch nach Gemeinschaft und Heimat erfüllt.

Die Mitgliedsvereine und Abteilungen des STB wollen dazu beitragen, dass Baden Württemberg seine Stellung als **Sportland Nr. 1** in Deutschland ausbauen kann. Dieses Ziel wurde bereits im Prozess um die Olympiabewerbung Stuttgarts gemeinsam von Regierung, Kommunen und Sport formuliert. Es besagt, dass **75%** der Bürgerinnen und Bürger unseres Bundeslandes **sportlich aktiv** sein sollen und sich der **Anteil der im organisierten Sport befindenden Menschen** in Baden Württemberg von derzeit **ca. 34% auf 50%** erhöht.

„Turnen·Gymnastik·Sport für alle“ – mit diesem Motto bekennt sich der STB zu seiner gesellschaftlichen Aufgabe, für alle Bevölkerungsschichten und Altersgruppen, über alle Leistungsklassen hinweg ein an Zielgruppen orientiertes, flexibles, stimmiges Bewegungs- und Sportangebot zu machen. „Turnen·Gymnastik·Sport für alle“ weist zugleich auf den hohen Anspruch hin, den der STB an sich selbst hat.

Es ist nicht einfach, den unterschiedlichen im STB organisierten Zielgruppen ein jeweils maßgeschneidertes Programm zu bieten. **Vielfältige und erfolgreiche Angebote** vom Vorschulturnen bis hin zum Älterensport, vom Freizeit- bis zum olympischen Spitzensport, beweisen, dass der STB auf dem richtigen Weg ist. Gut ausgebildete und ständig fortgebildete Lehrkräfte sind ein unverzichtbarer Baustein in diesem auf **Qualität** und **Marktführerschaft** angelegten Gesamtbauwerk. Doch dieses Haus, will, bildlich gesprochen, auch bewohnt sein. Das heißt: Der STB kann zwar Strukturen entwickeln und Konzeptionen entwerfen. Aber diese müssen in den Turn- und Sportvereinen, an der Basis, auch umgesetzt werden (können). Erst dort beweist sich, ob eine Maßnahme aktuell, eine Konzeption wirksam ist. Der STB versteht sich deshalb vor allem auch als **Dienstleister, Interessenvetreter, Servicepartner und Berater seiner Mitglieder**. Er ist auf eine vertrauensvolle Zusammenarbeit angewiesen. Das Motto „Turnen·Gymnastik·Sport für alle“ muss folgerichtig erweitert werden um „Turnen·Gymnastik·Sport im Verein“.

Auf der Grundlage dieses Ansatzes und seines Selbstverständnisses hat der STB für sich vier Bereiche definiert, in denen konkrete Maßnahmen und Handlungsanweisungen für eine erfolgreiche Umsetzung notwendig werden.

Vorangestellt ist die Hauptausrichtung des STB in den nächsten Jahren.

Der STB - seine Ziele

1. Freude an der Bewegung vermitteln – Gesundheit erhalten

Der Turn- und Sportverein muss der erste Ansprechpartner für Menschen in Baden Württemberg sein, wenn es um qualifizierte Bewegungsangebote geht. Diese Dienstleistung setzt gut ausgebildete und ständig fortgebildete Übungsleiter/innen und Trainer/innen voraus. Neben dem zweckfreien, freudvollen Bewegen wird in der heutigen Zeit die gesundheitliche Vorsorge und Wiederherstellung durch Spiel, Sport und Bewegung allgemein anerkannt, gefordert und auch gefördert. In diesem Bereich müssen der STB und die Vereine die Meinungsführerschaft erhalten und durch gezielte Partnerschaften und eine inhaltliche Weiterentwicklung noch ausbauen. Dabei gilt: Gesundheit kann es nicht zum Nulltarif geben.

2. Sportliche Leistung erbringen – Wettbewerbe ermöglichen

Im traditionellen Verständnis ist Sport eng mit Leistung und Leistungsvergleichen in Wettbewerben bzw. Wettkämpfen verbunden. Diese Ausrichtung der Turn- und Sportvereine wird beibehalten und durch gruppenspezifische Angebote, vor allem für Ältere, noch erweitert.

3. Zusammenarbeit fördern – Vereinsstrukturen neu denken

Sport ist mehr als körperliche Aktivität. Der Verein bietet auch vielfältige Möglichkeiten der Mit- und Zusammenarbeit.

Der Verein muss Strukturen schaffen, die ehrenamtliches Engagement ermöglichen, ja sogar einfordern. Ein Weg kann es sein, Aufgaben in zeitlich begrenzten Projekten anzubieten. Darüber hinaus muss sich der Verein aber auch neuen Ideen und Konzepten öffnen. Die Erwartungen an den Verein und damit auch dessen Aufgaben haben sich in jüngerer Vergangenheit nachhaltig verändert. Das heißt: Aus ehemals schwerfälligen Dampfern sind wendige Schnellboote geworden oder müssen dazu noch umgewandelt werden. Dann sind innovative Vereinskonzptionen nicht mehr die Ausnahme sondern die Regel.

4. (Emotionale) Bindung schaffen – Personal gewinnen

In einer Zeit, die mehr als je zuvor von Schnelllebigkeit, Mobilität, wechselnden beruflichen und persönlichen Bindungen geprägt ist, hat der Verein die große Chance, durch seine Ausstrahlung und seine Angebote, Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen eine Heimat zu bieten. Den Verein zu gestalten bedeutet nicht nur, der Bevölkerung ein möglichst umfassendes Sportangebot zu unterbreiten. Es heißt auch, dem Lebensgefühl der Menschen Beachtung zu schenken, ihre Bedürfnisse nach Gemeinschaft und sinnvoller Freizeitgestaltung zu erkennen, aufzugreifen und zu befriedigen. Diese Emotionen sind für die Arbeit der Vereine wichtig. Aus ihnen entstehen Bindungen und oft auch die Energie zur ehrenamtlichen Mitarbeit.

Weitere Informationen:

- Imagebroschüre
- Leitbild
- Satzung

Exemplarische Darstellung der Nutzung des vorliegenden Rahmenplans

Im Folgenden soll der Rahmenplan, „Wege in die Zukunft“, konkretisiert und so für die Leserinnen und Leser seine praktische Umsetzung durchschaubar und nachvollziehbar werden. **Am Beispiel des STB** ist dargestellt, welche Möglichkeiten in diesem überarbeiteten Wettkampf- und Freizeitsportplan stecken.

Die zentrale Frage des Verbandes lautet: Wo und Wie will sich der Verband positionieren. Dazu ist es notwendig, über eine **Bestandsaufnahme** und **Zielfestlegungen** u. a. zu einem Leitbild zu kommen, das die Ansichten und Meinungen möglichst aller im Verband tätigen Personen wie auch der Mitglieder widerspiegelt. Im Leitbild sind die Aussagen zum Zweck und zu den allgemeinen Grundsätzen einer Organisation schriftlich fixiert. Sie sollen das gesamte Denken und Handeln prägen. Das Leitbild enthält die gemeinsamen Ziele, Werte und Normen, an denen sich der Verband orientiert.

Der **erste Schritt** in diesem Prozess muss eine schonungslose **Ist-Analyse** sein. Durch entsprechende Abfrage von Zahlen und Daten sowie von qualitativen Kriterien, von Fakten wie von (subjektiven) Empfindungen und Einschätzungen entsteht ein Profil des Verbands mit seinen Stärken und Schwächen. Diese Ergebnisse müssen zunächst ausgewertet, dann die Ziele festgelegt werden. Es folgt ein entscheidender Schritt: Eine verbandsinterne Übereinstimmung darüber muss erreicht werden, wie die Ziele umzusetzen sind.

Erst wenn man weiß, wohin man will, kann man sich auf den Weg machen. Die Chancen, dann auch richtig anzukommen, erhöhen sich durch dieses Vorgehen entscheidend.

Auf dieser Basis hat der STB folgende **Ziele bzw. Zielvorgaben** entwickelt – er schlägt sie auch seinen Vereinen vor:

1. Bis zum WM-Jahr 2007 führen die Turn- und Sportvereine eine Bestandsaufnahme durch und legen ihre Ziele fest.
2. Bis zum Jahr 2012 werden pro Jahrgang 10% mehr Kinder als Mitglieder im Verein gehalten. *Dabei gilt zu berücksichtigen, dass Kinder immer früher in den Verein eintreten, aber auch immer früher wieder austreten.*
3. Bis zum Jahr 2012 werden 20% der über 60-Jährigen durch ein attraktives Angebot an den Turn- und Sportverein gebunden. *Betrachtet man die demographischen Entwicklungen, so steigt der Anteil der über 60-Jährigen bis zum Jahre 2030 von 1/5 auf 1/3.*
4. Bis zum Jahr 2016 werden solche Rahmenbedingungen geschaffen, dass die Zahl der Frauen und Männer im organisierten Sport gleich hoch ist. *In einem modernen Turn- und Sportverein gilt dieses Ziel als schon erfüllt. Im organisierten Sport allgemein beträgt das Verhältnis der Frauen und Männer derzeit 40/60. Es ist deshalb notwendig, spezifische Frauenangebote anzubieten, wie sie gerade in Turnen und Gymnastik zu finden sind. Beim STB ist allerdings das Verhältnis Frauen zu Männern gerade umgekehrt, weshalb auch die Männerangebote ausgebaut werden müssen.*
5. Bis zum Jahr 2016 betreiben 20% der Mitglieder Wettkampfsport. *Die WLSB-Vereinsstudie von 2003 verdeutlicht, dass Wettkampfsportler stärker mit dem Verein verbunden sind als Nicht-Wettkampfsportler.*

Ausgehend von diesen Zielvorgaben können nun die unter dem Stichwort Praxis aufgeführten Einzelthemen aufgerufen werden. Dort finden sich bereits existierende und bewährte Konzepte sowie Verweise auf Ansprechpartner, Organisationen und weiterführende Literatur. Die Umsetzung wird so in jedem Schritt betreut und geleitet. Eigene Konzeptionen sind dadurch selbstverständlich nicht ausgeschlossen. Sie sind sogar ausdrücklich erwünscht und können dann über den STB auch anderen Vereinen zugänglich gemacht werden.

Wir schlagen Ihnen daher vor, im Verein eine Bestandsaufnahme durchzuführen und dabei folgende Punkte zu erarbeiten:

1. Eine Stärken-Schwächen-Analyse
2. Strategische Zielsetzung überprüfen
3. Neuausrichtung bzw. Festlegung realistischer Ziele
4. Hilfestellung durch den Plan mit Informationen, die im Internet hinterlegt sind

Seien Sie bereit ...

- das Vereinsangebot so auszubauen, dass es allen Altersstufen und mehreren Sportarten entspricht;
- sich in der Öffentlichkeit zu präsentieren;
- die Wirksamkeit und Wirtschaftlichkeit des Vereins zu überprüfen;

... Wege in die Zukunft zu gehen.

Wir unterstützen Sie in Ihren Zielen und wünschen Ihnen viel Freude und Erfolg im Umgang mit diesem Rahmenplan. Der STB hofft im Sinne aller seiner Mitgliedsvereine auf eine gute und produktive Auseinandersetzung um die besten Konzepte.

Konzepte / Angebote / Beispiele:

- WLSB - Zuschüsse
- „ehrenamt-im-sport.de“
(DSB)

Finanzen

Die finanzielle Situation der öffentlichen Hand, der Verbände und Vereine, wird sich in den kommenden Jahren nicht wesentlich verbessern. Da mit weiteren Kürzungen der Zuschüsse und Fördermittel zu rechnen ist, müssen die Vereine neue Möglichkeiten schaffen, um ihre Arbeit finanzieren zu können. Dabei ist zunächst ein Umdenken in den Führungsgremien angesagt, um sich von den bisherigen Finanzierungsstrukturen zu lösen und unabhängiger zu machen. Ein entscheidender Punkt ist dabei die **Eigenfinanzierung der Vereine** über ihre Mitgliedsbeiträge. Zu den Voraussetzungen des künftigen Finanzmanagements gehört es, die Vereinsmitarbeiter/innen weiter zu qualifizieren (Mittelakquise, Verwaltung), um sie vor Überforderung zu bewahren.

- Damit Vereine auch in Zukunft attraktive Angebote mit qualifizierten Übungsleitern/innen und Trainern/innen in allen Bereichen anbieten können, sind **solide Finanzkonzepte** notwendig. Das wirtschaftliche Handeln der Vereine steht in Zeiten knapper Kassen im Mittelpunkt.
- Dass ein Verein flüssig ist, hängt stark von seiner **Mitgliederzahl** ab. An ihr orientieren sich die Zuschüsse und Einnahmen. Steigende Mitgliederzahlen beeinflussen das öffentliche Interesse günstig. Oft sind öffentliche Mittel dann auch leichter zu erhalten.

- **Einflussfaktoren** wie öffentliche Zuschüsse, Mitgliedsbeiträge, Organisations- und Personalkosten für Haupt- und Ehrenamt, Vereinssteuern, Sponsoreneinnahmen, Einnahmen durch Kooperationspartner, Ausgaben für die einzelnen Sportbereiche (auch Infrastruktur) müssen berücksichtigt werden.
- Eine gute finanzielle Lage des Vereins ermöglicht kostengünstige Angebote, die wiederum positiv auf die Verbraucher wirken und so die beste Werbung in eigener Sache sind. Die Finanzen sind bei Vereinen ein kompliziertes Arbeitsgebiet. Es wird vom Steuerrecht und dem Status der Gemeinnützigkeit erheblich direkt beeinflusst und erschwert. Bei Bedarf kann der STB den Vereinen eine Hilfestellung bei der Finanzorganisation und – Verwaltung geben.

Konzepte / Angebote / Beispiele:

- Aus- und Fortbildung
- „fit und gesund“ –
Gesundheitssport im
Verein
- „fit und gesund“ –
Kids: Kinderturnen im
Verein
- „Pluspunkt
Gesundheit.DTB“
- „Sport pro Gesundheit“
- „G.U.T.“

Gesundheitssport

Turnen und Sport sind Gesundheitsförderung par excellence. Bewegung ist Vorsorge. Das wurde inzwischen oft untersucht und stets aufs Neue bewiesen. Abgesehen von dieser allgemein gesundheitsfördernden Wirkung des Sports gibt es im Freizeitsport unter dem Begriff Gesundheitssport zahlreiche spezielle Angebote. Der Gesundheitssport gewinnt immer mehr an Bedeutung.

Turn- und Sportvereine sind in der Lage, im Gesundheitssport ein **hochwertiges Angebot** zu leisten. Sie haben dafür **gut ausgebildete Übungsleiter/innen**. Der STB garantiert diese Qualifikation durch Aus- und Fortbildungen sowie andere Maßnahmen, die durch den „Pluspunkt Gesundheit.DTB“ und „Sport pro Gesundheit“ bundesweit anerkannt werden.

Die gesellschaftlichen Partner des Sports in der Gesundheitsförderung schätzen dieses Angebot der Vereine. Sie kooperieren deshalb gerne mit ihnen und den leistungsstarken Dachorganisationen. Das wiederum erweitert und verbessert ständig das gesamte Gesundheitsangebot.

Die Vereine müssen sich im Gesundheitssport deutlich engagieren, damit ihnen kommerzielle Anbieter dieses Feld nicht streitig machen können. Für interessierte Bürger/innen, die noch nicht Vereinsmitglieder sind, zählt zunächst die **Qualität und Vielseitigkeit des Angebots**, insbesondere auch das fachliche Können der Übungsleiter/innen.

Die Vereine müssen auch an **attraktive Räumlichkeiten** für Angebote des Gesundheitssports denken, die zu **günstigen Zeiten** zur Verfügung stehen. Kurzum: Die Vereine müssen hier zu konkurrenzfähigen Preisen ebenso **Gesundheits- und Sportkompetenz** wie organisatorisches Geschick vermitteln.



Konzepte / Angebote / Beispiele:

- Stuttgarter Sportkongress
- Innovationspreis
- Bewegungslandschaften

Innovationen

Seit Erscheinen des ersten Breitensportplanes im Jahre 1976 sind die Turn- und Sportvereine außerordentlich engagiert und aktiv gewesen. Dabei sind viele Neuerungen entstanden, die maßgeblich dafür waren, dass sich die Mitgliederzahlen in den vergangenen 30 Jahren positiv entwickelt haben. Es gilt, diese Entwicklung fortzusetzen. Dabei gilt das alte Wort: **Zukunft beginnt jetzt!**

Die Vereine kreieren immer wieder neue Modelle und Projekte, die auf dem umkämpften Sport- und Freizeitmarkt zu **Wettbewerbsvorteilen** führen und schon deshalb zur Nachahmung anreizen. Neue Ideen führen zu neuen Angeboten, Strukturen und Strategien. Durch Kooperationen mit Partnern aus anderen gesellschaftlichen Bereichen streuen Vereine ihre Konzepte breiter, neuartige Angebote entstehen. So entsteht ein **Dienstleistungsnetzwerk**, das den Bürgerinnen und Bürgern mehr Lebensqualität bringt. Der STB unterstützt zusammen mit Partnern durch den „Innovationspreis“ beim Stuttgarter Sportkongress beispielhafte Vorhaben und Konzepte.

Neues macht neugierig: Innovative, passende Sportangebote wirken wie Magneten auf die Konsumenten.

Konzepte / Angebote / Beispiele:

- Kooperation Schule-Verein
- Kooperation Kindergarten-Schule-Verein
- AOK und andere Krankenkassen
- Ärzte(kammern) („Sport pro Gesundheit“)

Kooperationen/Netzwerke

Aufgrund der breit gestreuten Angebote in allen Teilbereichen des Sports wird es immer wichtiger, durch Netzwerke und Kooperationen **strategische Partnerschaften** zu bilden. Der klassische Turn und Sportverein benötigt bereits heute Partner, um seine Organisation und seine Angebote anbieten zu können. Eine Vielzahl möglicher Kooperationspartner steht dafür bereit - auch vermeintliche Konkurrenten. Vor ihnen braucht der Verein nicht zurückzuschrecken, denn oft ergänzen sich die Angebote beider Seiten sinnvoll. Um die Kernaufgabe von Kooperationen bearbeiten zu können, müssen Führungskräfte der Vereine für diese Aufgabe sensibilisiert werden. Der STB bietet hierzu Workshops und Fortbildungen an.

„Turnen·Gymnastik·Sport für alle“ vollzieht sich in einer vielfältigen Angebotsstruktur. Angesichts der gesellschaftlichen Entwicklungen und der Veränderungen in der Bevölkerungsstruktur wächst dem Sport aus seiner Tradition und mit seiner Kompetenz zusätzliche Verantwortung zu, vor allem für die Gesundheit und das Wohlbefinden der Bürgerinnen und Bürger. Um auf die entsprechenden neuen Bedürfnisse eingehen zu können, sind **klare Strategien, Unterstützung und Qualifizierungsoffensiven** erforderlich.

- „Turnen·Gymnastik·Sport für alle“ bedeutet auch in Zukunft, allen Bürger/innen Baden-Württembergs vielfältige, qualifizierte und differenzierte Bewegungs- und Sportmöglichkeiten anzubieten. Um dafür die personellen und materiellen Voraussetzungen zu schaffen und die Übungsleiter/innen und Trainer/innen entsprechend zu qualifizie-

ren, müssen in den nächsten Jahren **verschiedene Institutionen vernetzt** werden. Die Zusammenarbeit von Vereinen, Sportfachverbänden, Kommunen, Schulen und weiteren Partnern (beispielsweise Gesundheits- oder Krankenkassen) sorgt dafür, dass „Turnen·Gymnastik·Sport für alle“ zeitgerecht, qualitätsbezogen und attraktiv bleibt.

- Die Sportlandschaft ist durch die qualifizierten Angebote der Vereine geprägt. Die sportlichen Aktivitäten der Bevölkerung gehen über den Vereinssport hinaus. Etwa 30 bis 50 % der sportlich Aktiven in Baden-Württemberg (ca. 2,3 bis 3,6 Millionen Menschen) betreiben ihren Sport und aktiven Ausgleich aus unterschiedlichsten Motiven auch außerhalb der Vereinsstrukturen. Verschiedene Anbieter decken diese Sportbereiche auch in **Kooperation mit den Vereinen und Verbänden** ab. Diese Angebote können nicht generell als Konkurrenz zum vereinsgebundenen Sport angesehen werden. Sie sind eine Ergänzung. Durch ein **Netzwerk**, zu dem die Wirtschaft (Industrie und Tourismus), Vereine/Verbände, Gesundheits-/Krankenkassen und weitere Sportanbieter gehören, wird die gesamte Sportinfrastruktur in Baden-Württemberg verbessert und attraktiver gestaltet. Kooperationen verschiedener Institutionen und Anbieter spielen also in Zukunft eine bedeutende Rolle. Der STB entwickelt Konzepte, die es den Vereinen erleichtern, Kooperationen auf lokaler Ebene umzusetzen.

Lobbyarbeit

Lobbyarbeit bedeutet, auf politische Entscheidungsträger so einzuwirken, dass die gesteckten Ziele schneller erreicht werden können. Ganz klar ist aber: Vereine sind angesichts ihrer Leistungen keine Bittsteller!

Ein Netzwerk aus Förderern, Spendern, Partnern, Sponsoren, Medien und Persönlichkeiten des örtlichen Lebens ist Voraussetzung für wirksames Handeln der Turn- und Sportvereine. Durch Fachkompetenz, überlegtes Handeln und Überzeugungsarbeit wirken Turn- und Sportvereine aktiv an der Gestaltung ihres Umfeldes mit.

Voraussetzung für gute Lobbyarbeit vor Ort ist die regelmäßige Außendarstellung des Vereins. Dazu gehören: die Repräsentation durch den/die Vereinsvorsitzende/n, ein ansprechend gestaltetes, informatives Vereinsinfo, regelmäßige Kontakte zu kommunalen Vertretern, bei denen der Stellenwert des Sport(verein)s heraus gearbeitet wird sowie die (selbstverständliche) Einladung von Entscheidungsträgern zu größeren Veranstaltungen.

Konzepte / Angebote / Beispiele:

- Seminare
- STBmagazin
- GymCard
- Stuttgarter Sportkongress
- „ehrenamt-im-sport.de“ (DSB)

Marketing

Der moderne Turn- und Sportverein nimmt immer mehr die Strukturen eines **wirtschaftlichen Unternehmens** an. Er muss deshalb in Zukunft auch so geführt werden. Das gilt für den kleinen Turn- und Sportverein auf dem Land ebenso wie für den Großverein im Ballungsraum.

Das bedeutet: Zur Führung eines Turn- und Sportvereins ist es heute unabdingbar, auf den Instrumenten des Marketings - Öffentlichkeitsarbeit, Werbung, Sponsoring - spielen zu können.

Marketing richtet strategisch und systematisch die Aktivitäten eines Verbands bzw. Vereins auf seine Zielgruppen aus. Vereine bewegen sich als Anbieter auf einem Markt, den auch die unterschiedlichsten Wettbewerber beackern. Deshalb sind eine **selbstbewusste Außendarstellung** und eine **gute Öffentlichkeitsarbeit** entscheidend wichtig. Mit ihrer Hilfe stellt der Verein seine Angebote so interessant dar, dass sie öffentlich auch wahrgenommen werden und er für Partner attraktiv wird.

Kommunikation mit und für momentane und künftige Partner ist ein wesentliches Kennzeichen des Marketings. Für den Verein bedeutet das: Verbindungen zu möglichen Partnern müssen weiter intensiviert werden.

Strukturiertes und langfristig angelegtes Marketing ist ein Grundstein für die erfolgreiche Arbeit von Turn- und Sportvereinen.

Konzepte / Angebote / Beispiele:

- Aus- und Fortbildung
- Seminare
- STB-proVerein
Vereinsberatung

Mitgliederbindung und -gewinnung

- Unbestritten ist: Die Vereine schaffen Gemeinschaft, fördern über ihre Angebote die Persönlichkeitsentwicklung, tragen zur Gesundheitsprävention und der demokratischen Kultur bei. Dabei haben die ehrenamtlichen und hauptamtlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Vereine eine große gesellschaftliche und soziale Aufgabe. Denn sie pflegen die positiven Beziehungen zu den Mitgliedern.
- Eine der größten Zukunftsaufgaben ist es, **gemeinsam** attraktive Angebote für alle Ziel- und Altersgruppen vom Kind bis zum Senior und von der Freizeitsportgruppe bis zum Leistungssport zu schaffen. Damit werden die **Mitglieder im Verein und an den Verein gebunden**. Diese Bindung trägt zur Identifikation, Zugehörigkeit und Zufriedenheit bei.
- Der Einstieg in den Verein erfolgt in der Regel über Bekannte oder über das Interesse an einem attraktiven Angebot. Dabei ist die Stärke des Vereins gegenüber gewerblichen Anbietern hauptsächlich das Gemeinschaftserlebnis. Unter diesen Gegebenheiten entsteht im Verein ein soziales Umfeld. **Bindung im Verein** bedeutet also, ein soziales Umfeld u. a. über solche Angebote zu schaffen, die vielseitig und attraktiv sind, und alle Mitglieder einbinden.
- Die **soziale Bindung an den Verein** ist angesichts der Konkurrenzsituation im Sport für die Vereine existenziell. Durch die Bindung der Mitglieder kann der Verein sein Image und die Anerkennung regional stärken. Zusätzliche Möglichkeiten eröffnen sich durch die Anbindung spezieller Zielgruppen. So kann es zum Beispiel möglich werden, durch vielfältige Kooperation mit Kindergärten und Schulen Komplementärfinanzierungen mit Kommunen zu erreichen und so die Kinder- und Jugendbetreuung auszubauen.
- Der STB unterstützt die Vereine bei diesen zentralen Aufgaben: durch Aus- und Fortbildungsangebote, Seminare, Beratungen, Meisterschaften und Großveranstaltungen wie Landesturnfest, Landeskinderturnfest, Gym-Festivals, Turn-Gala, DTB-Pokal, aber auch beispielsweise die Turn - WM 2007 in Stuttgart.

Konzepte / Angebote / Beispiele:

- Aus- und Fortbildung
- Seminare
- „ehrenamt-im-sport.de“ (DSB)
- STB-proVerein
Vereinsberatung

Personal bzw. alle im Vereinsleben aktiven Mitarbeiter/innen

Ohne aktive Mitarbeit im Ehren- und Hauptamt („Personal“) läuft im Vereinsleben nichts. Das „Personal“ ist der Grundpfeiler. Je besser die Teamarbeit funktioniert, desto fruchtbarer und erfolgreicher ist die Arbeit eines Vereins. Einer fruchtbaren Zusammenarbeit liegt deshalb eine durchsichtige ehren- und hauptamtliche Struktur zugrunde.

Klare Stellenbeschreibungen bzw. die Abgrenzung der Aufgabenbereiche helfen, die richtigen Mitarbeiter/innen zur jeweils passenden Position zu finden und an diese zu binden. Eine wirksame Personalführung organisiert die Personalentwicklung über Stellenbeschreibung, Anforderungsprofile, Potentialanalyse, Bedarfsanalyse, Personalauswahl und Qualifizierung. Sie erleichtert die Führungsarbeit beträchtlich.

Personalentwicklung bedeutet auch einen stetigen Ausbau in der Zahl der Mitarbeiter/innen sowie deren fachliche Weiterentwicklung durch Aus- und Fortbildungen. Auch die Themen „Personal-Pensionierung“ und Ämterhäufung müssen unvoreingenommen betrachtet und diskutiert werden. Hier einige Anregungen zur Personalentwicklung:

- Die **Qualifikation** der Übungsleiter/innen und Trainer/innen (Lehrkräfte) ist eine wichtige Grundlage für die Attraktivität des Vereinsangebotes. Voraussetzung dafür ist die Teilnahme an Aus- und Fortbildungen. Dazu sollten die Lehrkräfte immer wieder motiviert werden. Qualifikation ist die Zielvorgabe für alle Führungskräfte im Ehren- und Hauptamt.

- Wettkämpfer/innen brauchen eine Förderung durch den Verein, denn die Familien sind mit ihren talentierten Töchtern oder Söhnen oft überfordert. Werden sie allein gelassen, können Ausstiege aus dem Sport die Folge sein. Wer kümmert sich im Verein um diese Problematik? Auch das ist eine Frage der Personalentwicklung.
- Das Erfordernis der Qualifizierung gilt auch für Kampfrichter/innen und Schiedsrichter/innen. Deren regelmäßige Fortbildung gehört zum Personalentwicklungsplan des Vereins.
- Neue Lehrkräfte können vor allem im **Vereinsnachwuchs** (z.B. bei den Schülermentoren) gewonnen werden.
- Die im Ehrenamt Tätigen werden mit allen zur Verfügung stehenden Mitteln gefördert und unterstützt. Sie erhalten eine angemessenen Entlohnung. Preise und Auszeichnungen sind weitere Anreize und motivieren zur aktiven Mitarbeit im Verein. Unterstützung dafür gibt es bei Medien, der Wirtschaft und der Politik.
- Der berufstätige „Profi“ hat die Aufgabe, die im Ehrenamt Tätigen bei ihrer Arbeit zu unterstützen. Er ist in allen seinen Tätigkeiten um Transparenz bemüht. Die Ziele des Vereins werden im **Dialog zwischen Ehren- und Hauptamt** entwickelt – auch ihre Umsetzung ist eine gemeinsame Aufgabe für Ehren- und Hauptamt.

Konzepte / Angebote / Beispiele:

- „geprüftes Fitness-Studio im Verein“
- „Pluspunkt Gedundheit.DTB“
- Sport pro Gesundheit“
- „fit und gesund“
- Kindersportschule
- STB-Talentschule

- STB-Talentschule
- STB-Nachwuchsförderkonzept
- VR-Talentiade
- Kitu-Cup
- STB-Fitness-Cup
- STB-Talent-Cup

Qualität

Qualität hat heute in allen Bereichen angesichts härtesten Konkurrenzdruckes höchste Priorität. Ihre Voraussetzung ist das ständige Bedürfnis, auf dem neuesten und aktuellsten Wissensstand zu sein. Das gilt uneingeschränkt auch für den organisierten Sport und dessen Anbieter, die Verbände, Turn- und Sportvereine. Im Verein zeigt sich Qualität zum einen beim **Fach- und Führungskönnen** als Lehrkräfte oder Leitungskräfte, zum anderen aber auch in hochwertigen Sportanlagen und deren Ausstattung, sowie bei der Organisation und Präsentation von Veranstaltungen.

Gütesiegel, die nur verliehen werden, wenn entsprechende Anforderungen an das Angebot erfüllt sind, machen Qualität jedem Außenstehenden schon im Angebotsstadium erkennbar. Sie dienen aber auch als interne Richtlinien und sind deshalb geeignete Instrumente einer stetigen Qualitätskontrolle. Es gibt verschiedene Gütesiegel, die ein Verein verliehen bekommen kann (siehe Beispiele links).



STB-Talentschule
für Turnen · Gymnastik · Sport

Talentförderung

Die Leistungsanforderungen in Schule und Beruf steigen von Jahr zu Jahr. Die Bereitschaft und Motivation, darüber hinaus in der Freizeit Leistung zu bringen, nimmt tendenziell ab. Wenn aber die **Leistungsbereitschaft** im Sport nicht vorhanden ist, krankt der Wettkampf- und Spitzensport - die Vereinsstruktur „wackelt“.

Um dies zu verhindern, muss schon bei den Kleinsten der **Anreiz zur Leistung** geschaffen werden. Örtlich geeignete Konzepte zur Nachwuchs- und Talentförderung müssen entwickelt werden. Ihr Ziel ist es, Talente zu finden und ihnen

dann Spaß und Freude am Sport, der Bewegung und der Leistung zu vermitteln.

Höchstes Ziel der Nachwuchs- und Talentförderung ist die Teilnahme junger Sportlerinnen und Sportler an nationalen und internationalen Meisterschaften bis hin zu Olympischen Spielen. Das Turnen mit seinen vielfältigen Bewegungs- und Belastungsformen ist die natürlichste und wichtigste Bewegungserziehung. Es vermittelt die breite, sportmotorische Grundlagenausbildung.

Konzepte / Angebote / Beispiele:

- Landesturnfest
- Landeskinderturnfest
- GymFestival
- TurnGala
- Wettkampf-
veranstaltungen
- Turn- und
Trainingscamp
- Gym-Camp

Veranstaltungen

Veranstaltungen sind für das Vereinsleben in mehrfacher Hinsicht von großer Bedeutung:

- Sie fördern über den Sport hinaus das Erleben von Gemeinschaft und Geselligkeit.
- Sie bieten einen Treffpunkt zum Erfahrungs- und Ideenaustausch.
- Sie fördern die soziale Integration und Bindung an den Verein.

Ob im kleinen Rahmen einer Feier oder beim großen Turnfest: Veranstaltungen sind ein Muss für das Vereinsleben. Die Organisation einer Veranstaltung oder die Teilnahme an einer Veranstaltung sind in jedem Fall ein unvergessliches Erlebnis, das Emotionen erzeugt und somit die Gemeinschaft fördert.

Durch Veranstaltungen können sich Vereine mit ihrer Arbeit einer breiten **Öffentlichkeit präsentieren**. Mitglieder, Partner, Sponsoren sowie die Bürger/innen einer Kommune kommen dem Verein näher - eine besondere Bindung entsteht. Als Zielvorgabe gilt: Veranstaltungen der Vereine müssen mit gewerblichen Veranstaltungen konkurrieren können.

Vereine können folgende Veranstaltungen durchführen: Jubiläumsveranstaltung, Sommerfest, Kinder(turn)fest, Spielfest, Tag der offenen Tür, Sportlerball, Jahresfeier, Faschingsfeier, (Kinder)Weihnachtsfeier, Wettkämpfe aller Art, u.v.m.

Freizeitsport:

- Kinder
- Jugend
- Frauen
- Männer
- Ältere

Wettkampfsport:

- Gerätturnen
- Gymnastik +
Rhythmische
Sportgymnastik
- Trampolinturnen
- Aerobic
- Gardetanz
- Gruppenwettbewerbe
- Mehrkämpfe
- Orientierungslauf
- Rhönradturnen
- Turnspiele

Zielgruppen/Fachgebiete

Grundsätzlich gilt: Das Angebot des Vereins muss sich an alle Alters- und Leistungsbereiche wenden. Das gilt auch für alle Fachgebiete.

Damit der **Freizeitsport** weiterhin attraktiv bleibt, müssen die Angebote der Vereine auf diesem Sektor zeitgemäß sein. Eine Differenzierung von gesundheitsorientierten bis hin zu leistungsorientierten Angeboten in Freizeitsportgruppen ist notwendig, um die Bedürfnisse der Mitglieder erfüllen zu können. Dabei bedarf es für die unterschiedlichen Alters- und Zielgruppen (Kinder, Jugend, Frauen, Männer und Ältere) differenzierter Angebote. Aktuelle Entwicklungen sind ständig mit zu berücksichtigen.

So ergeben sich beispielsweise im Bereich **Kinder** durch das Thema der Ganztageschule/Ganztagesbetreuung für die Turn- und Sportvereine neue Chancen und Möglichkeiten durch die Übernahme von Betreuungsangeboten. Es ist deshalb wichtig, dass die Vereine aktiv auf Schulen und Kindergärten zugehen.

Im Bereich der **Älteren** zeigt die demografische Entwicklung, dass es deren immer mehr geben wird. Dabei ist das Lebensgefühl der Älteren offensichtlich: Sie wollen aktiv leben und qualifizierte Angebote im Verein nutzen. Darauf müssen die Angebote zugeschnitten und ausgeweitet werden.

Der **Wettkampfsport** ist nach wie vor wichtiger Bestandteil im Gesamtangebot des Vereins. Die WLSB-Vereinsstudie von 2003 verdeutlicht, dass Wettkampfsportler stärker mit dem Verein verbunden sind als Nicht-Wettkämpfer. Mit dem Wettkampfsport sollen gleichzeitig die Grundsportarten gestärkt werden. Er kann in Gruppen- oder Mannschaftswettbewerben sowie in Einzelwettkämpfen ausgetragen werden.

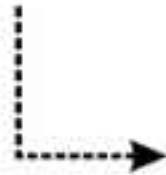
Für den **Spitzensport** ist es sinnvoll, ehemalige Spitzensportler/innen vor Ort für den Verein zu gewinnen. Ihnen nachzustreben, hat meist eine motivierende Wirkung auf die Ausübenden der jeweiligen Sportart bzw. auf potenzielle Mitglieder.

Impressum

STB 

Der Verband
Laufener · Gymnastik · Sport

Nr. 1



HERAUSGEBER:
Schwäbischer Turnerbund
Postfach 50 10 29
70340 Stuttgart
Tel.: 0711 / 5 75 56-0
Fax: 0711 / 5 75 56-76
E-Mail: info@stb.de
www.stb.de

1. Fassung 1976
Auflage 10.000 - 15.000

Robert Baur und Rainer Horn
Unter Mitarbeit von:
Prof. Dr. Jürgen Dieckert

2. Fassung 1980/81
Auflage 15.000 - 20.000

Robert Baur, Ralph Joachim Reim
Unter Mitarbeit von:
Dr. Franz Begov

3. Fassung 1990/91
Auflage 10.000

Hans-Jürgen Beutel
Unter Mitarbeit von:
Robert Baur, Walter Betsch, Prof. Dr. Digel,
Norbert Fessler, Volkmar Framenau,
Dr. Walter Freyer, Heiner Frölich,
Matthias Krause, Pia Pauly, Frank
Schwaibold, Götz Stumpf.

4. Fassung 2004
Auflage 10.000
Martin Bizer, Robert Baur, Hans-Jürgen
Künneht, Markus Rieger, Daniel Sautter,
Corinna Schmiedle, Christine Vollmer,
Ilse Zeyer

GRAFISCHE GESTALTUNG:
Add_MeDia Werbung
Danziger Str. 66 _ 88471 Laupheim
Fon: 07392 / 9641-40 _ Fax: -42

DRUCK:
Druck- und Medienzentrum Gerlingen GmbH
Benzstr. 8
70839 Gerlingen
Tel.: 07156 / 9443-0 _ Fax: -44

REDAKTION:
Klaus Grundgeiger

Der Verband

