



BUSINESS COMPETENCE IN SPORTS | LEISURE | CULTURE
STRATEGIES & SERVICES >> **TWO STEPS AHEAD**

**PARTNERVORSTELLUNG
FK HERBSTSEMINAR FREIBURG**



A chessboard with black pawns and one gold pawn standing out. The background is dark with a subtle pattern of chess pieces.

TRADITION HEISST NICHT,
DIE ASCHE AUFZUBEWAHREN,
SONDERN EINE **FLAMME** AM
LEBEN ZU ERHALTEN.

JEAN JAURÈS

SERVICES FÜR AMATEUR- UND BREITENSPORTVEREINE



Umfragen mit dem Club-
Informations-System CIS[©]



Smart-Sponsoring-Management
SSM[©]



Single-Supplier-Concept SSC[©]



Finanzmanagement im Verein



Regionalökonomische Effekte



Digitalisierung & Transformation



Machbarkeits- & Bedarfsanalysen



Organisation & Prozesse



Ganzheitliche Servicequalität



Betriebsklimauntersuchungen



DATENBASIERTE MACHBARKEIT

DESIGN IST SCHÖN, ZAHLEN SIND BESSER.

DATENBASIERTE MACHBARKEIT

DESIGN IST SCHÖN, ZAHLEN SIND BESSER.

FK-Case



Inhalt

Überzeugung interner & externer Stakeholder

Grundlagen für etwaige Kapitalsuche

Planung der wirtschaftlichen Machbarkeit

Absicherung der (Re-)Finanzierung

Zielgruppenorientierte Funktionsplanung

FINANZIERUNG...

...ist nicht das Problem.



STANDORTANALYSE



MARKT- UND WETTBEWERBSANALYSE



NUTZUNGS- UND VERMARKTUNGSKONZEPT



MARKETING-STRATEGIE



DIGITALISIERUNGSSTRATGIE



BETREIBERKONZEPT



BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHE ANALYSE



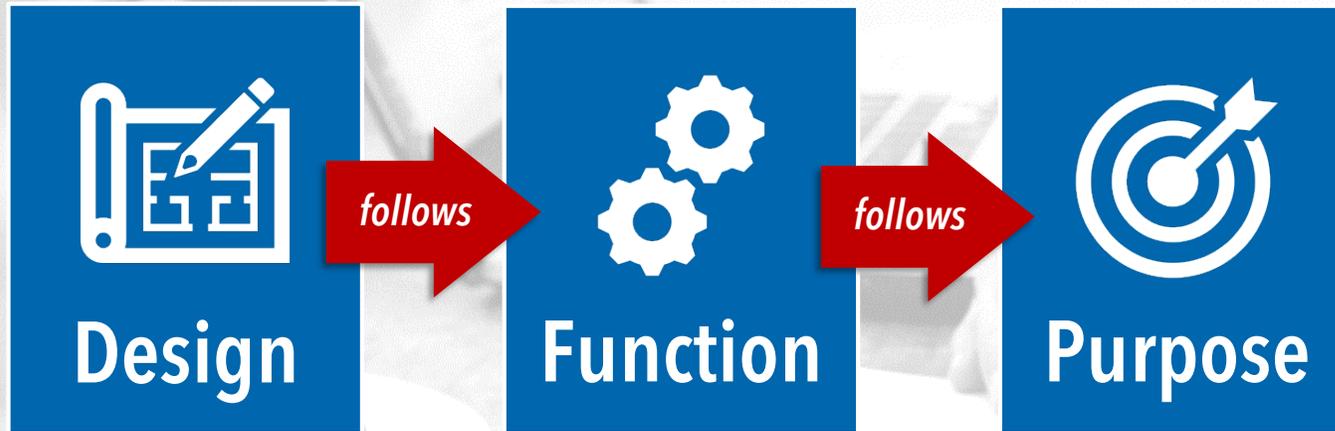
ÜBERSTRAHLEFFEKTE

Finanzierung

Architektur / Design

Umsetzung / Bau / Betrieb

INVESTITIONSORIENTIERTE ANFORDERUNGSANALYSE



Design

follows

Function

follows

Purpose

investitionsorientiert

PRE-ROI | DYNAMIC ROI



DATENBASIERTE ENTSCHEIDUNGSGRUNDLAGEN SCHAFFEN:

- WER IST DER KUNDE?
- WAS WILL DER KUNDE?
- WAS NUTZT DER KUNDE?
- WORAUF LEGT DER KUNDE WERT?
- WOFÜR IST DER KUNDE BEREIT ZU ZAHLEN?
- WIE VIEL IST DER KUNDE BEREIT ZU ZAHLEN?
- ...



BETRIEBSKLIMA- UNTERSUCHUNG

MITARBEITER-ZUFRIEDENHEIT: OHNE GEHT NICHT.

BETRIEBSKLIMA- UNTERSUCHUNG

MITARBEITER-ZUFRIEDENHEIT: OHNE GEHT NICHT.

Inhalt

Bild des Status-Quo

Entscheidungsgrundlagen für die
künftige Personalstrategie

Stärken-/Schwächen-Analyse

FK-Case



**UNSICHER ÜBER
DIE RICHTIGEN FRAGEN**

**KEINE ZEIT
FÜR LANGE
MITARBEITERGESPRÄCHE MIT
JEDEM EINZELNEN**

**NUR BAUCHGEFÜHL &
EINZELNE LAUTE STIMMEN**

**KEINE EHRLICHEN
ANTWORTEN DER
MITARBEITER**

**DU HAST FOLGENDE
PROBLEME?**

**KEINE ERFAHRUNG
IN DER DATENAUSWERTUNG**

**NICHT DAS
RICHTIGE
UMFRAGETOOL**

**KEINE QUANTIFIZIERBAREN
AUSSAGEN**

**SCHWIERIGKEITEN
HANDLUNGEN ABZULEITEN**

BETRIEBSKLIMAUNTERSUCHUNG

mit folgenden möglichen Befragungsschwerpunkten...



Aufgabenfeld



Vorgesetzte



Information über Zielsetzung



Kolleginnen & Kollegen



Identifikation mit dem Verein



Digitalisierung



Information & Mitsprache



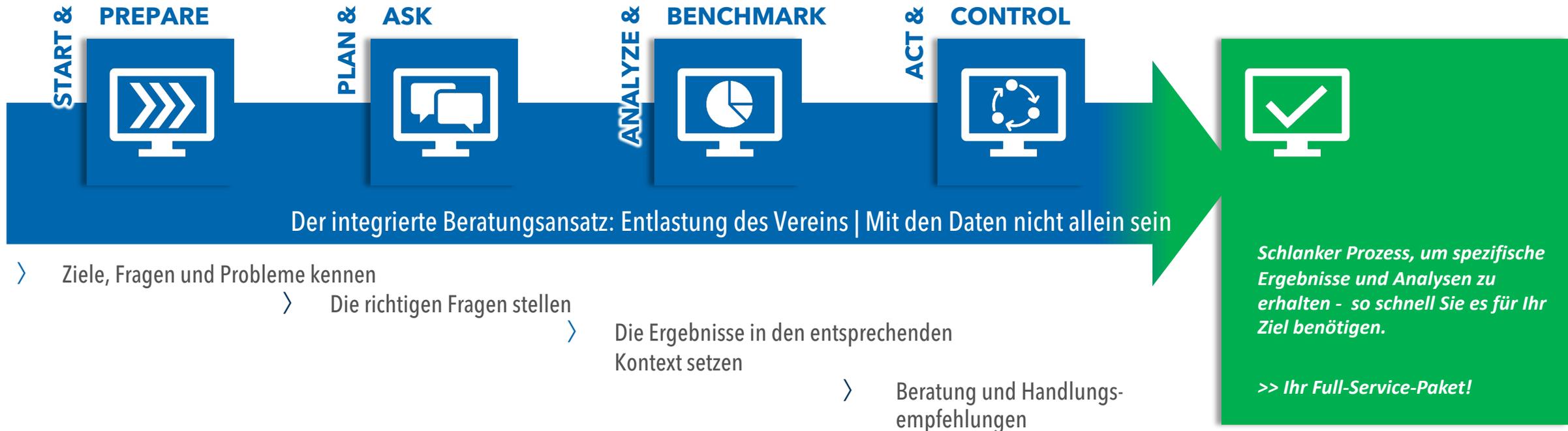
Motivationsfaktoren



Organisation des Vereins

FRAGEN- UND ANALYSE-MANAGEMENT // FULL-SERVICE-ANSATZ

Lückenlose Organisation: Von Ihrer Problem- und Fragenstellungen sowie Ihren Zielen bis hin zur Handlungsempfehlung und Kontrolle.





SMART SPONSORING MANAGEMENT SSM[©]

**KENNE DEINEN WERT.
NUTZE DEINEN WERT.**

SMART SPONSORING MANAGEMENT SSM[©]

**KENNE DEINEN WERT.
NUTZE DEINEN WERT.**

FK-Cases



Inhalt

Hilfe zur Selbsthilfe für einen nachhaltigen Strukturaufbau

Gute Sponsoring-Arbeit sichtbar machen

Sponsoring implementieren und etablieren

Sponsoring-Docs „Ready to go“

- Wie müssen Vermarktungsdokumente aufgebaut sein?
- Welche Informationen benötigt der Sponsor?
- Welche Informationen kann ich dem Sponsor liefern?
- Gemeinschaftliche Ausarbeitung Vereins-individueller Basis-Sponsoringunterlagen**

„Dokumente bereit -
und los geht's
mit der Vermarktung!“



SPONSORING-CONTROLLING

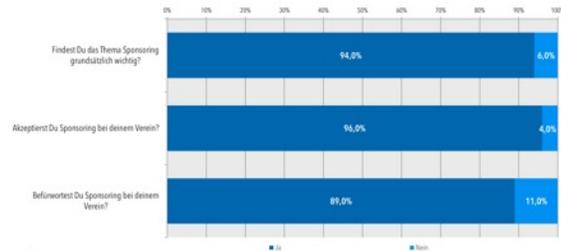
Full Service: Zielgruppenbefragung zum Sponsoring

- zu Controlling-Zwecken
- zur Bindung bestehender Sponsoren
- zur Akquise neuer Sponsoren

Einstellung Sponsoring

Sponsoring spielt eine wichtige Rolle im Breitensport, damit der Verein finanziell langfristig gut aufgestellt ist und seinen Mitgliedern die bestmöglichen Angebote und Services bieten kann.

Wie stehst Du grundsätzlich zum Thema Sponsoring bei deinem Verein?



SLC

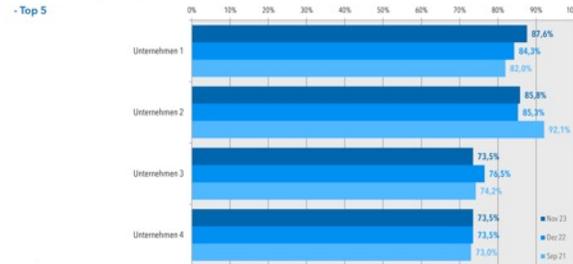
Juli 2024

Wir sind die Nr. 1 für factbased Consulting im Sport

Bekanntheit Sponsoren

Von welchen Unternehmen ist Ihnen bekannt, dass sie Sponsoren oder Partner Ihres Vereins sind? (Mehrfachnennungen möglich)

- Top 5



SLC

November 2023

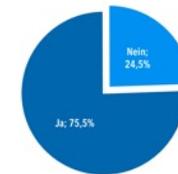
Wir sind die Nr. 1 für factbased Consulting im Sport

Kauf Produkte/Leistungen der Sponsoren

Haben Sie schon einmal Produkte von Sponsoren/Partnern Ihres Vereins gekauft, bzw. deren Leistungen in Anspruch genommen?

- Zeitverlauf

Kauf Produkte/Leistungen der Sponsoren			
Antwort	09/2021 (Werte in %)	12/2022 (Werte in %)	11/2023 (Werte in %)
Ja	54,1	69,8	75,5
Nein	45,9	30,2	24,5



SLC

November 2023

Wir sind die Nr. 1 für factbased Consulting im Sport



ORGANISATION & STRUKTUR

ROBUSTE FÜHRUNG FÜR DIE ZUKUNFT.

ORGANISATION & STRUKTUR

**ROBUSTE FÜHRUNG
FÜR DIE ZUKUNFT.**

FK-Case



Inhalt

Mitnahme aller Beteiligten

Klare Kommunikation und Transparenz zur Zukunft mit allen Vor- und Nachteilen

„Soft-Landing“ der Gespräche auf dem Weg sowie des eigentlichen Tages der Entscheidung

Antizipation von Hürden

TERMIN MACHEN & GEWINNEN

50 Freiburger Kreis
Jahre starke Arbeitsgemeinschaft



1x

Fallschirmsprung mit
Turn-Legende Eberhard
Gienger

2x

2-stündiger
Sponsoring-Workshop

1x

Mitgliederbefragung
zu einem Vereins-
individuellen Thema

3x

Buch „Erfolgreiches
Finanzmanagement im
Verein“

AUF LOS GEHT'S LOS!

50 Freiburger Kreis
Jahre starke Arbeitsgemeinschaft

slc-management.com/kontakt/termine/



Kostenloses Erstgespräch vereinbaren (online)!



Am SLC-Stand ein Vereinslos holen!



Gewinnen!





Freiburger Kreis
Arbeitsgemeinschaft größerer deutscher Sportvereine

VIELEN DANK FÜR EURE AUFMERKSAMKEIT!

AUF LOS GEHT'S LOS!
SICHERT EUCH JETZT EUER
VEREINSLOS!

WIR FREUEN UNS AUF EUREN BESUCH AM SLC-MESSESTAND!