



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

**PARTNERVORSTELLUNG
FK FRÜHJAHRSEMINAR DARMSTADT**



Freiburger Kreis
Arbeitsgemeinschaft größerer deutscher Sportvereine



40 JAHRE
UNSERE DNA:

S | P | O | R | T

**SPORT IST NICHT ETWAS, WO WIR HIN WOLLEN,
SONDERN WO WIR HERKOMMEN UND WIR ZUHAUSE SIND.**

TURNING DATA INTO VALUE.

LÖSUNGEN AUS DEM PROFI-UND LEISTUNGSSPORT
UND DEM AMATEUR- & BREITENSSPORT.

SERVICES FÜR AMATEUR- UND BREITENSPORTVEREINE



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



Smart-Sponsoring-Management
SSM[©]



Single-Supplier-Concept SSC[©]



Finanzmanagement im Verein



Workshops & Quick Checks



Digitalisierung & Transformation



Machbarkeits- & Bedarfsanalysen



Organisation & Prozesse



Ganzheitliche Servicequalität



Betriebsklimauntersuchungen

SMART

SPONSORING

MANAGEMENT SSM[©]

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

SMART SPONSORING MANAGEMENT SSM[©]

KENNE DEINEN WERT.
NUTZE DEINEN WERT.

Inhalt

Hilfe zur Selbsthilfe für einen nachhaltigen Strukturaufbau

Gute Sponsoring-Arbeit sichtbar und messbar machen

Sponsoring implementieren und etablieren

Profisport



SunExpress
Airlines

Vereine



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

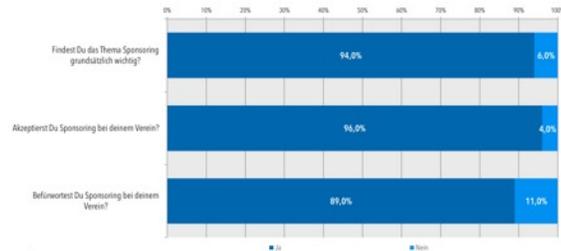
Full Service: Zielgruppenbefragung zum Sponsoring

- 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

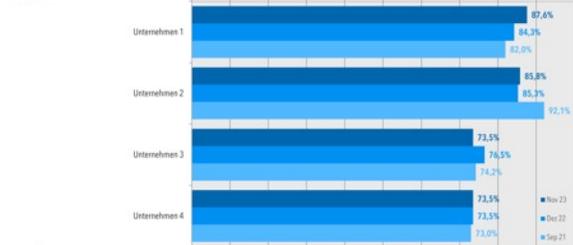
Juli 2024

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

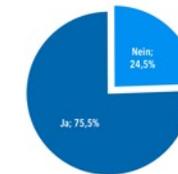
Wir sind die Nr. 1 für factbased Consulting im Sport

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

40 JAHRE GEPRÜFTE SERVICEQUALITÄT

- SPORT

VORSPRUNG DURCH QUALITÄT.

GEPRÜFTE SERVICEQUALITÄT - SPORT

VORSPRUNG DURCH QUALITÄT.

Profisport



Vereine



Inhalt

Steigerung der Mitgliederorientierung

Optimierung von Einnahmen & Ausgaben

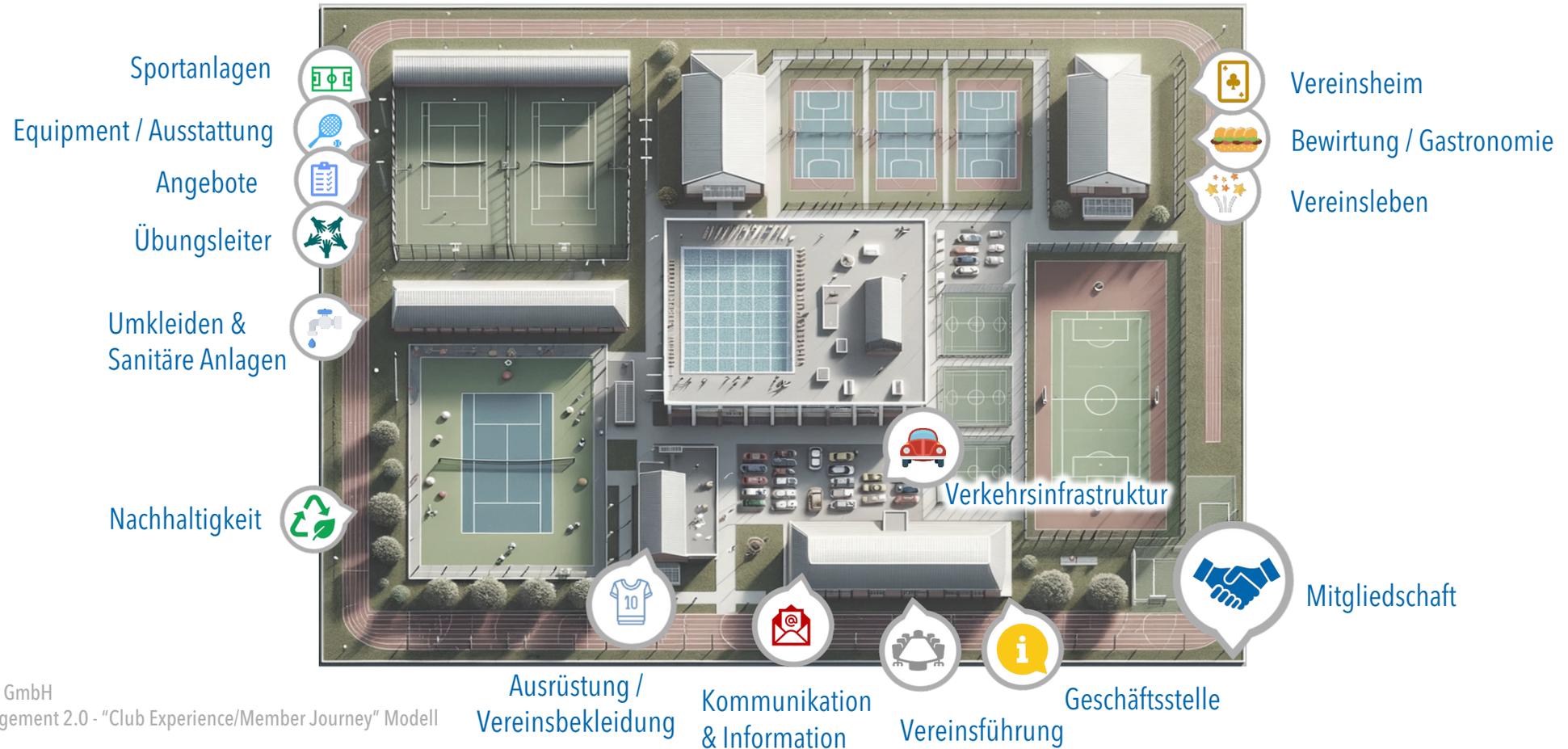
Außen: Imagewirkung & Qualitätsnachweis

Innen: Ganzheitliche Vereinsberatung

Externer Blick mit Expertise

DIE SLC „MEMBER JOURNEY“

Die Untersuchungs- & Erfolgsgrundlage der Analyse



© SLC Management GmbH
Infrastructure Management 2.0 - "Club Experience/Member Journey" Modell

UNSERE ERFOLGSFORMEL

Durchführung der drei Bestandteile entlang jedes Punktes der Member Journey

Market Research (MR)

MR Mitgliedschaft

Ergebnisse der Marktforschung

Bereich	Kategorie	Kriterium	NOTE	Zielnote	Abweichung	Kriterium erfüllt
Verein	Mitgliedschaft	Verstärkungen	1,65	2,09	+0,44	Ja
		Inspizienz Pricing	1,86	2,20	+0,34	Ja
		Preis Leistung Verhältnis	1,75	2,21	+0,46	Ja
		Mitgliederwerbung	2,10	2,02	-0,08	Nein
		Mitgliederbezug	2,21	2,32	-0,11	Nein

Note: (1) sehr gut - (3) - (5) mangelhaft

Kunden-/Mitgliederperspektive

Mystery Check (MC)

MC Mitgliedschaft

Online-Mitgliedschaft

- Untersuchung am Mittwoch, dem 06.03.2024 um 16:00 Uhr
- Informationen zur Mitgliedschaft online gut auffindbar
- Informationen online vollständig & Pricing transparent
- Freundlicher Service bei Rückfragen vor Ort in der Geschäftsstelle
- Geschäftsstelle wirkt sehr steril und zeigt keine Verbundenheit zum Verein auf → mangelndes Corporate Design
- Beim Versuch Auskunft übers die Mitglieder-Hotline zu erhalten, ging nach demaltem Anruf immer noch niemand ans Telefon, die Mailbox war nicht eingeschaltet

Expertenperspektive

Consulting (CO)

CO Mitgliedschaft

- Die Erreichbarkeit der Mitglieder-Hotline ist essentiell und muss immer gewährleistet sein. Werden einem Mitglied bei der Antragsstellung Steine in den Weg gelegt, so kann das zum Abbruch der Anmeldung führen. Bei Nicht-Erreichbarkeit ist eine Mailbox-Ansage mit Verweis auf Service-Zeiten unabdingbar.
- Gestaltung der Geschäftsstelle:
 - Ggf. ist die Geschäftsstelle für neue Mitglieder die erste Anlaufstelle, z.B. beim Abgeben des Mitgliedsantrags
 - Es ist wichtig, dass das potenzielle Mitglied gleich die DNA des Vereins sieht und spürt (siehe Beispiel rechts)
 - Das Corporate Design spielt auch hier eine große Rolle, damit sich das Mitglied auch wiederfindet.

Handlungsempfehlungen

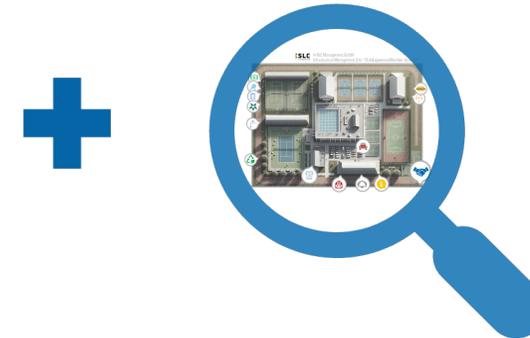


Diagnose - Monitoring - Optimierung

Externe Wirkung:
Einzigartiges Zertifikat
„DAS QUALITÄTSSIEGEL FÜR DEINEN VEREIN“



Interne Wirkung:
Ganzheitliche Vereinsberatung
„DAS QUALITÄTSHANDBUCH FÜR DEINEN VEREIN“







DEIN BEFRAGUNGSTOOL: CLUB-INFORMATION-SYSTEM

FACT-BASED STATT BAUCHGEFÜHL.

DEIN BEFRAGUNGSTOOL

DAS CLUB-INFORMATION-SYSTEM

FACT-BASED STATT BAUCHGEFÜHL.

Profisport



Vereine



FAZIT

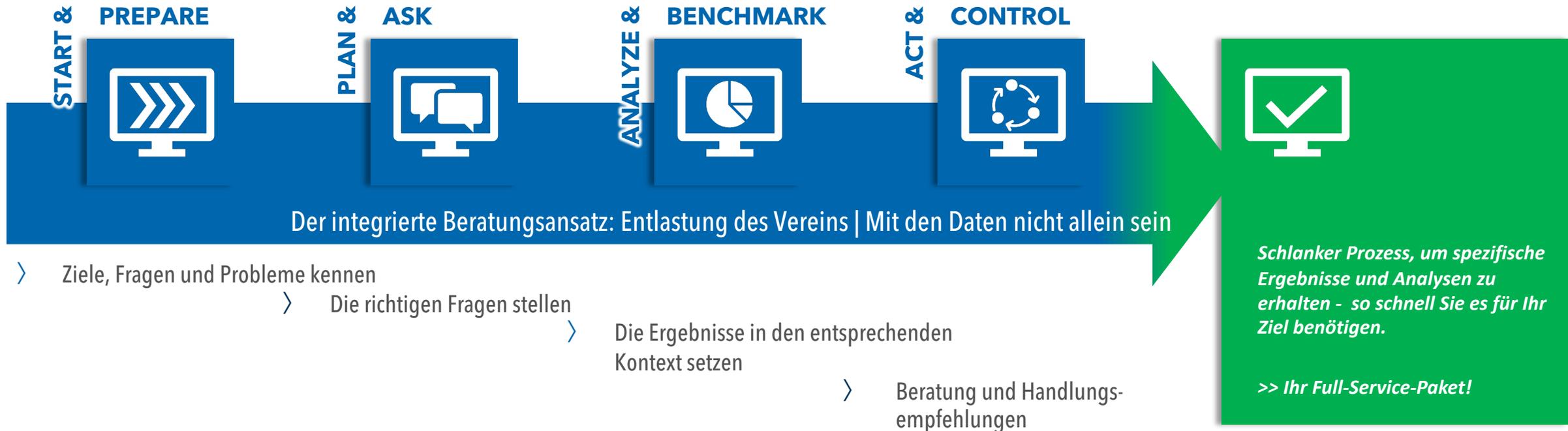
Entscheidungsgrundlage für
Strategie und Operative

Das Ohr am Puls der Zielgruppe

Full-Service für den Verein

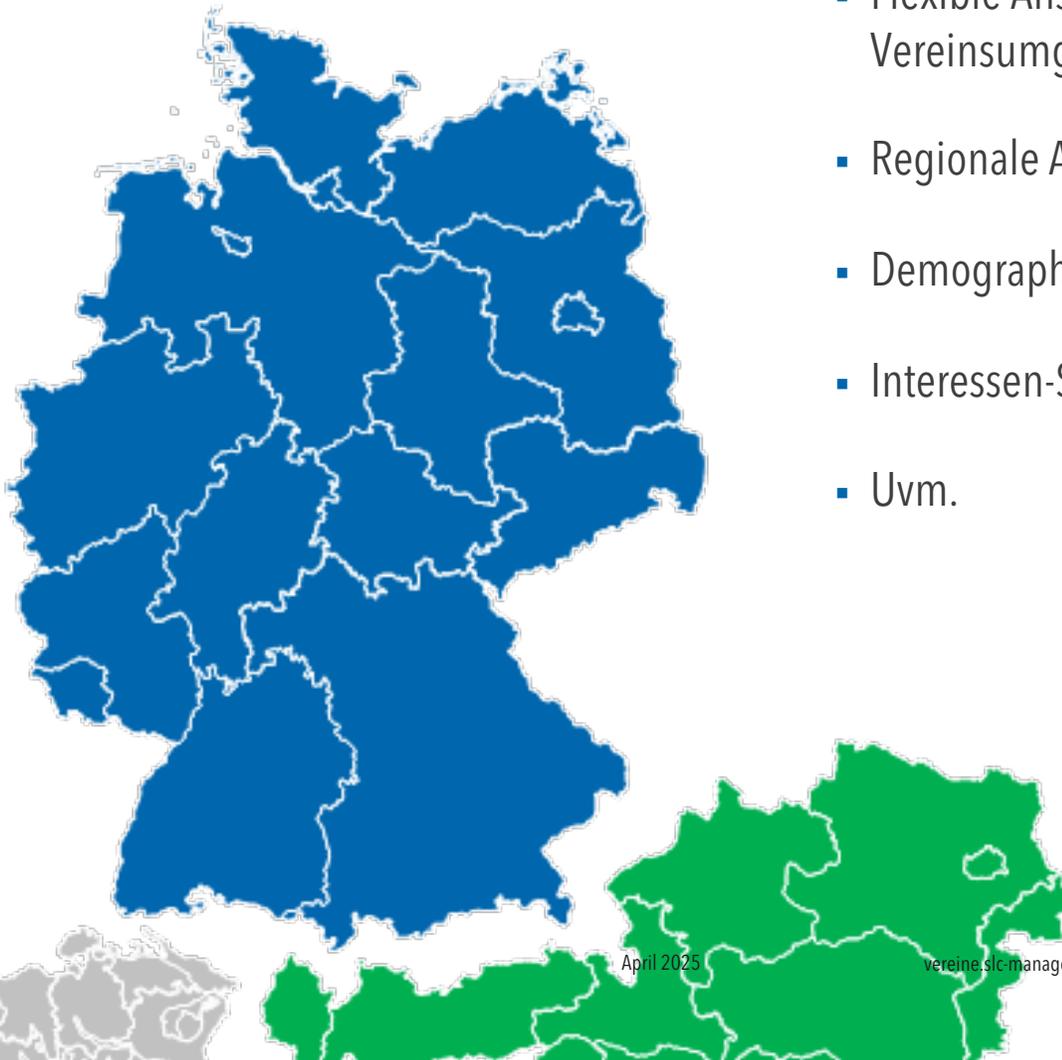
THEMEN- UND ANALYSE-MANAGEMENT // FULL-SERVICE-ANSATZ

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





ENTWICKLUNG UND WACHSTUM: EURE POTENZIALE



- Flexible Ansprache jeglicher, gewünschter Zielgruppen in der Vereinsumgebung, z.B. potentielle Mitglieder
- Regionale Auswahl
- Demographische Auswahl
- Interessen-Screening
- Uvm.

40 JAHRE DATENBASIERTE MACHBARKEIT

DESIGN IST SCHÖN, ZAHLEN SIND BESSER.

DATENBASIERTE MACHBARKEIT

DESIGN IST SCHÖN, ZAHLEN SIND BESSER.

Profisport

brose ARENA

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

40 JAHRE WORKSHOPS & QUICK CHECKS

QUICK WINS: KLEINER INPUT, GROßER OUTPUT

WORKSHOPS & QUICK CHECKS

QUICK WINS: KLEINER INPUT, GROßER OUTPUT

Profisport



FK-Cases



FAZIT

Workshop & Readiness Check:
Digitalisierung

Workshop & Quick Check:
Sponsoring

Readiness Check: Online Media

QUICK WINS: KLEINER INPUT, GROßER OUTPUT



Digitalisierung



Online Media



Sponsoring

So läuft der Quick Check by SLC

- INFORMATIONEN DES VEREINS ZUM AKTUELLEN STAND
- INDIVIDUELLES ANALYSEGESPRÄCH MIT DEM VEREIN
- CHECKLISTE MIT PRAXISRELEVANTEN KRITERIEN
- ABGLEICH MIT AKTUELLEN, MARKTÜBLICHEN STANDARDS
- ABGLEICH MIT MARKTBENCHMARKS

DEINE QUICK WINS

**KENNE DEN STATUS QUO DEINES VEREINS!
KENNE DEINE NÄCHSTEN SCHRITTE!**

AUF LOS GEHT'S LOS!

40 JAHRE SLC

slc-management.com/kontakt/termine/



Kostenloses Erstgespräch vereinbaren
(online) oder...



...am SLC-Stand den
„40[%]JahresRabatt“ auf Quick-Checks
direkt sichern!



Los geht's!





Freiburger Kreis
Arbeitsgemeinschaft größerer deutscher Sportvereine

VIELEN DANK FÜR EURE AUFMERKSAMKEIT!

WIR FREUEN UNS AUF EUREN BESUCH AM SLC-MESSESTAND!

