

u^b

b

**UNIVERSITÄT
BERN**

u^b

Mentoring und Coaching im Breitensport

Vereinsberatung durch Verbände

Prof. Dr. Siegfried Nagel & Marisa Moser
Institut für Sportwissenschaft, Universität Bern

Programm

1. Was verstehen wir unter Vereinsberatung?
2. Was gibt es für Beratungsformate?
 - Vor- und Nachteile verschiedener Formate
3. Wie gelingt Beratung?
 - Von Seiten Beratenden und von Seite Verein/Club
4. Diskussion/interaktiver Teil

Was versteht ihr unter Vereinsberatung?



u^b

Überblick Angebotsformate und Massnahmen in der Sportvereinsberatung



- Schriftliches **Informationsmaterial** (Broschüren, Leitfäden, Handbücher, Best Practice Beispiele, Checklisten)



- Online-**Tools** für die Vereinsarbeit



- **Ausbildungsangebote** für Einzelpersonen („Bildung als Hilfe zur Selbsthilfe“ durch Kompetenzerwerb)



- *Fachberatung* durch entsprechende **Experten** per Mail, telefonisch oder in einem Gespräch vor Ort



- *Prozess-Begleitung* und **Netzwerk** im Rahmen von Workshops, Klausurtagungen, Retraiten und Zukunfts-Werkstätten für komplexe Themen und strategische Fragen

u^b

Was verstehen wir unter Vereinsberatung?



Beratung von Individuen

Ausbildung von Einzelpersonen
(z.B. Lehrgang «Cub Management» für
Vorstandsmitglieder)

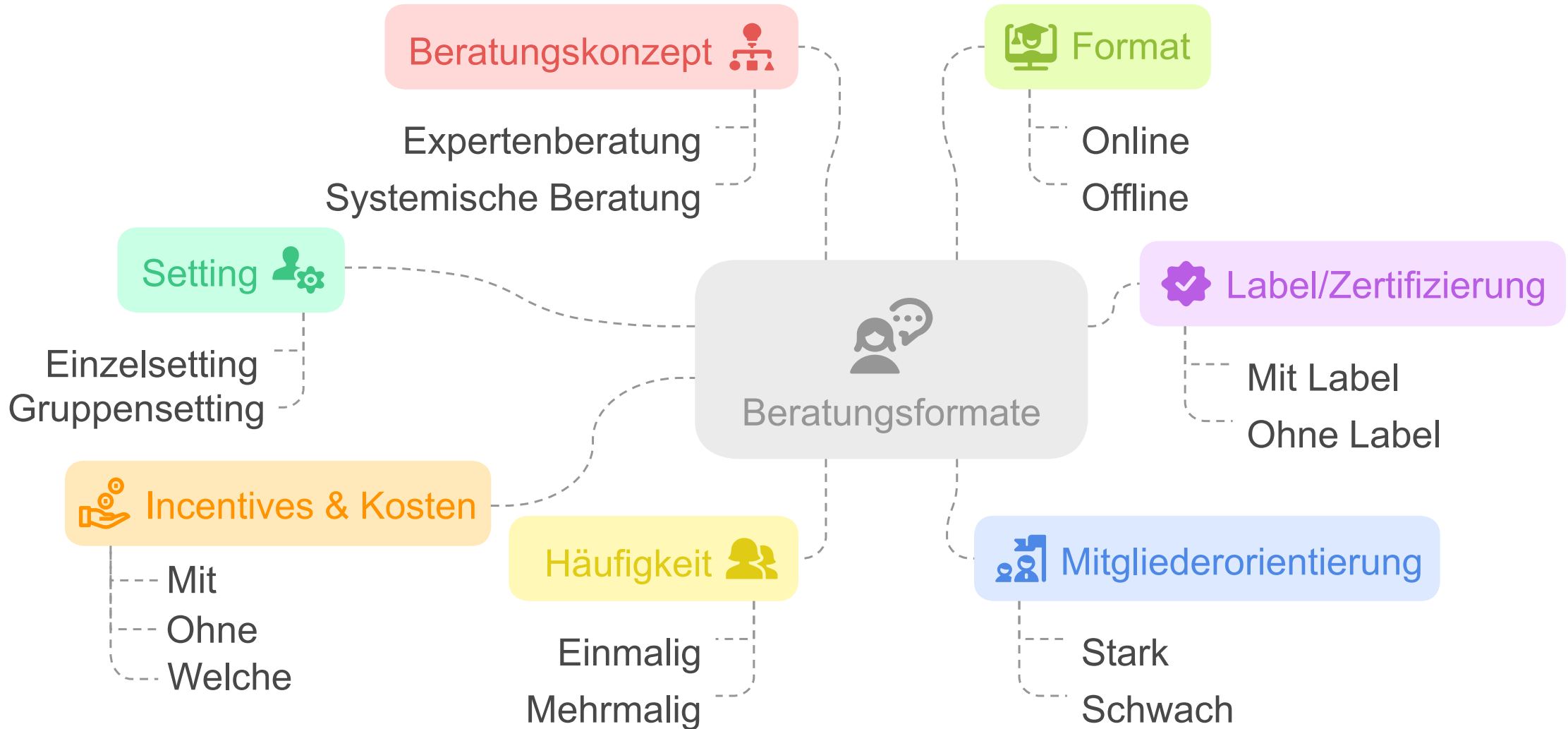


Beratung von Organisationen

Personenunabhängige, langfristige
strukturelle Veränderungen in einer
Organisation

Mögliche Formate

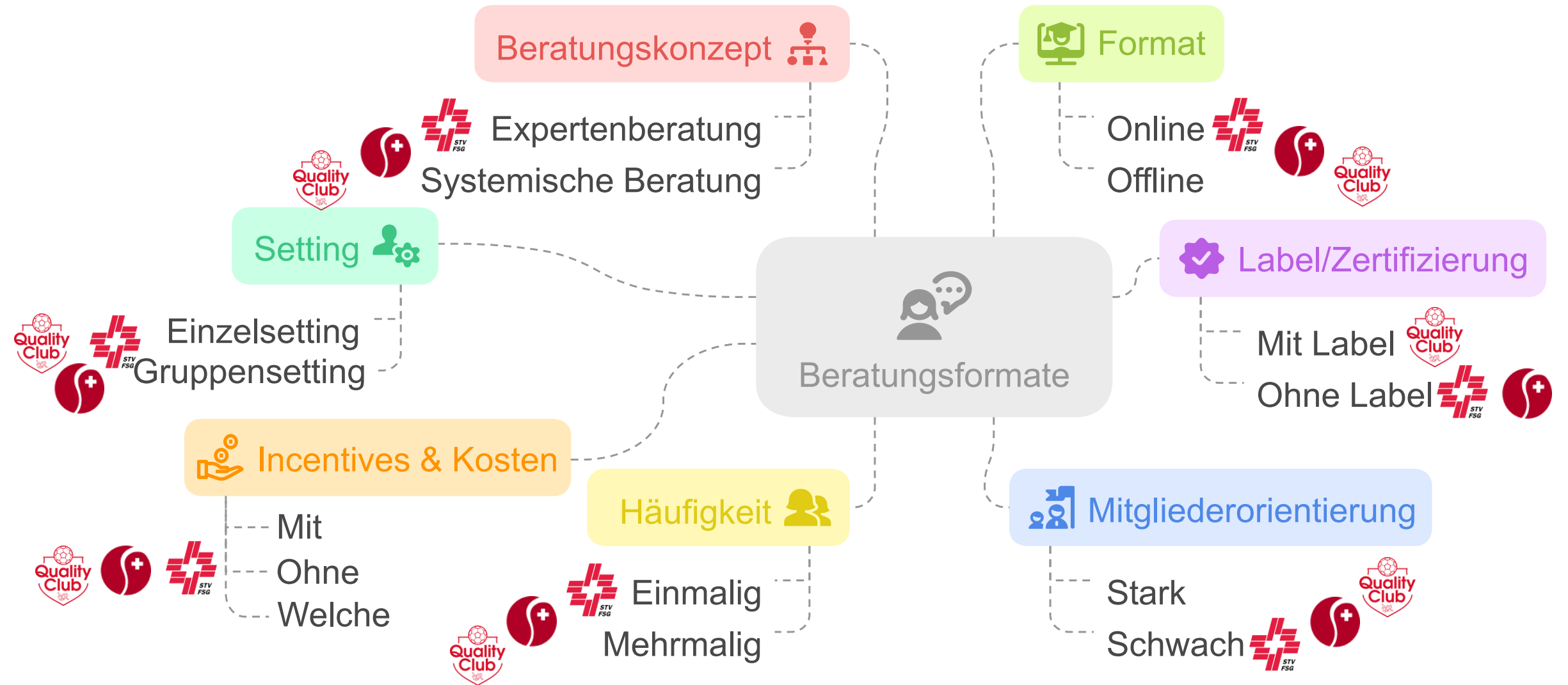
Entscheidungen bei der Gestaltung von Beratungsformaten



u^b

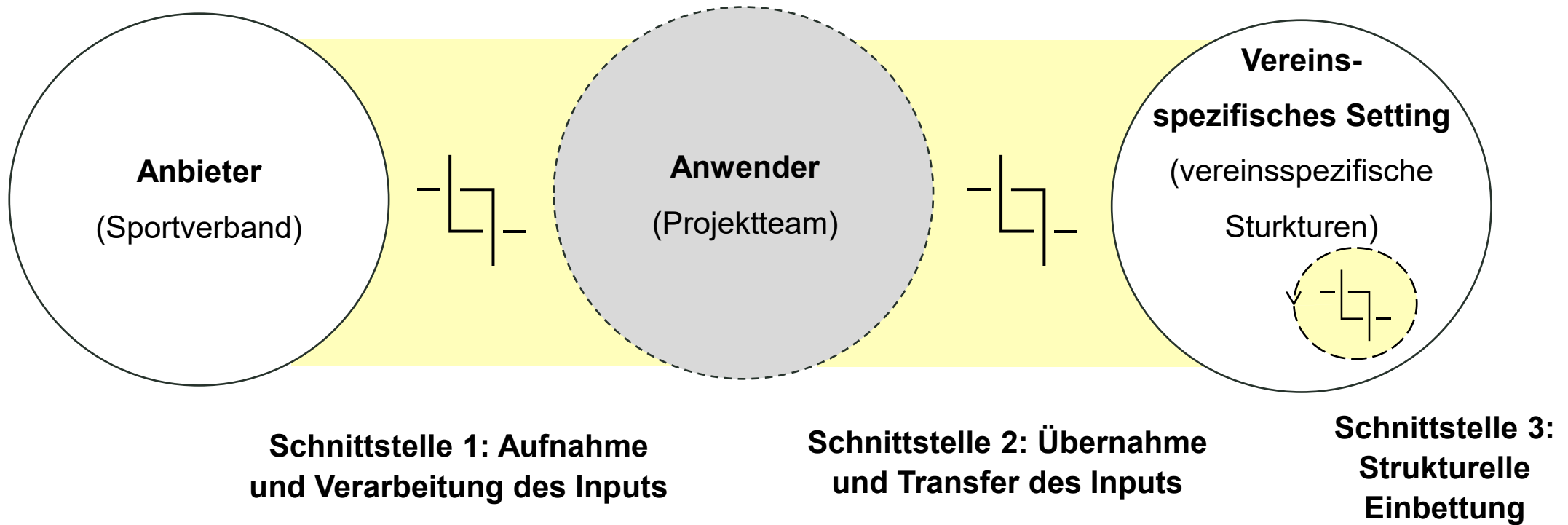
Mögliche Formate

Entscheidungen bei der Gestaltung von Beratungsformaten



u^b Wie gelingt Beratung?

Organisationales Lernen



u^b Wie gelingt Beratung?

Vereinsebene

Handlungsfähigkeit (Projektteam):

- Gruppengrösse
- Kompetenzen und Wissen
- Soziale Integration im Verein
 - **Zeitressourcen**

Unterstützung & Akzeptanz (Verein):

- Vereinsvorstand
- Vereinsmitglieder
- **Priorität des Projekts im Verein**

u^b Wie gelingt Beratung? Programmgestaltung

- Platz für Austausch!
- Klare Ansatzpunkte und Stossrichtungen ("handlungsnah")
 - Beispiel: Kriterienkatalog SFV Quality Club, implizite Zeitpläne durch Workshoptermine, u.s.w.
- Genügend Spielraum für die teilnehmenden Clubs, Inhalte auf ihre spezifischen Kontexte und Bedürfnisse anzupassen
 - Beispiel: Swiss Tennis Workshops mit Zeit für Erarbeitung und Diskussion Club-spezifischer Konzepte

u^b Wie gelingt Beratung?

Verbandsebene



- Einbindung Vereinsinteressen/-bedürfnissen bei der Entwicklung von Beratungsprogrammen



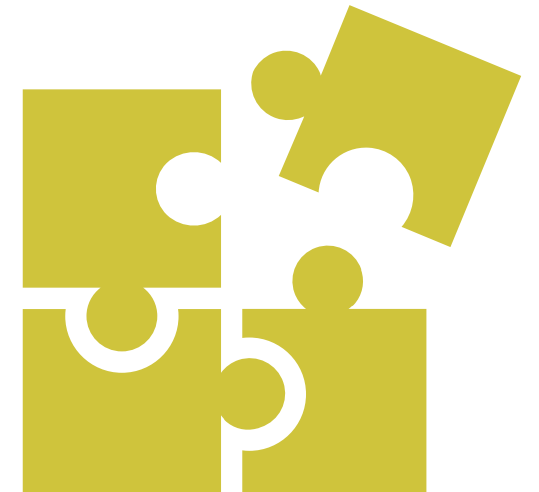
- Hinreichende (personale) Ressourcen:
 - Gestaltung und Implementierung von Programmen
 - Klumpenrisiko
 - Sammlung und Pflege von gewonnenem Wissen und Kontakten ('direkter Draht zur Basis')



- Geeignete Kommunikationsformen:
 - Rekrutierung von Vereinen/Werbung für Programme
 - Management von Wissen und Ressourcen gegenüber Vereinen
 - Gegenüber Öffentlichkeit (Politik, Sponsoren, etc.)

Gruppenpuzzle

- Gruppe 1: **Anreize / Incentives**: Welche konkreten Anreizsysteme oder Motivationsfaktoren braucht es, damit Vereine sich anmelden und teilnehmen?
- Gruppe 2: **Kommunikationsstrategien**: Wie kann ein Programm nach innen (Mitglieder, Trainer:innen etc.) und aussen (Öffentlichkeit, Politik, Sponsoren) wirksam kommuniziert werden?
- Gruppe 3: **Synergien** zwischen Organisationen (Regionalverbände, Bund, Kantone, etc.): Wo ergeben sich Synergien innerhalb oder übergreifend von Regionen, Sportarten, etc.?
- Gruppe 4: **Zielgruppe**: Welche Vereine sollen abgeholt und unterstützt werden mit solchen Angeboten? Was sind Konsequenzen für die Programmgestaltung?
- Gruppe 5: **Bedürfnisse, Erwartungen** und **Ziele** einer Vereinsberatung auf Seiten Verband vs. Vereine? Wo liegt der Nutzen einer kollaborativen Programmentwicklung?
- Gruppe 6: **Ressourcen**: Was für Möglichkeiten gibt es bei der Bereitstellung und Management von Seiten Verband (insbesondere personale Ressourcen → z.B. Club-Mentoren im SFV Quality Club Programm)

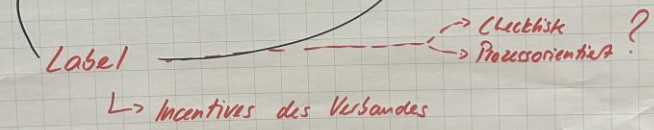


ANREIZE / INCENTIVES

Grundsätzlich: MALUS vs. BONUS

- Steichung Subvention
- Weniger Zugang (z.B. Liga)
- Plus an Subvention
- Benefit für Mitglieder (z.B. Bonus von Sponsoren)

Imagegewinn als Anreiz



"der Club wird besser"

☞ Müssen sich alle Clubs entwickeln?

② Kommunikation

Innen

- ⊕ Touchpoints nutzen
- ⊕ Best Practice issp.
- ⊕ Stories von realisierten Projekten
- ⊕ Zielgruppenspezifisch

Aussen

- ⊕ Storytelling

Synergien

- Projektbasiert Partner suchen (z.B. Club Management)
- Augen offen halten! Wen kann ich fragen
- offen sein & Neues ausprobieren

④

ZIELGRUPPE

Wir unterstützen die, die

- wollen
- Ressourcen haben

→ START mit den "Besten" / "Motivierten"

zur Verbands- & Programmentwicklung

hohe Expertise, Motivation, Ressourc.

→ AUSROLLUNG

Bedürfnisse, Erwartungen + Ziele

- sehr individuelle Bedürfnisse
 - Tools
 - Informationen
 - 1:1 Beratung
- Erwartung: Bewusstsein schärfer für Wichtigkeit Vereinsentwicklung / Strukturentwicklung
- Kollaborativ: Interesse Verband mit Vereinsbedürfnissen verbinden
- Es braucht Bereitschaft, personelle Ressourcen (Funktion, Arbeitsgruppe o.ä.)

⑥ RESSOURCEN

- kompetentes Personal Personal!
- geschult & begleitet, akzeptiert werden
- bezahltes Ehrenamt
- flexibel & verfügbar
- Divers (Alter, Geschlecht, Herkunft)
- Verbandsübergreifend?

- Beratungstools Sonstige Ressourcen!
- Werbung / Kanäle
- evtl. Anstufungsfinanzierung

u^b

Ausblick

SNF- Projekt: ProSClub

Verbandsberatungsprogramme zur Förderung der Sportvereinsentwicklung

Forschungsperspektiven:

- Programmentwicklung
- Programmimplementierung
- Mittel- und langfristige Effekte

Laufzeit: Herbst 2026 – Sommer 2030



Fragen?



References

- Bette, K.-H. (2009). Beratung von Sportorganisationen: Konzepte und Voraussetzungen. In C. Breuer & A. Thiel (Eds.), *Handbuch Sportmanagement* (2., erw. Aufl, pp. 139–155). Hofmann.
- Egli, B. T., Schlesinger, T., Splinter, M., & Nagel, S. (2016). Decision-making processes in football clubs associated with an external advisory programme. *Sport, Business and Management: An International Journal*, 6(4), 386–406.
<https://doi.org/10.1108/SBM-02-2015-0005>
- Klenk, C., Egli, B., & Schlesinger, T. (2017). Exploring how voluntary sports clubs implement external advisory inputs. *Managing Sport and Leisure*, 22(1), 70–90. <https://doi.org/10.1080/23750472.2017.1386587>
- Nagel, S., & Schlesinger, T. (2012). *Sportvereinsentwicklung: Ein Leitfaden zur Planung von Veränderungsprozessen* (1. Aufl). Haupt Verl.

Prof. Dr. Siegfried Nagel

siegfried.nagel@unibe.ch

Marisa Moser

marisa.moser@unibe.ch