

Und auch für die Gruppe der bis 40-Jährigen sind die sozialen Netzwerke, allen voran Facebook ein Treffpunkt zur spontanen Verabredung zu gemeinsamen sportlichen Aktivitäten. Die Zukunftsforscherin Kirig betont, dass diese existierende digitale Parallelwelt zur Vereinswelt unterwandert werden kann und muss. Auch für seltenere Nischensportarten, die sich durch Gemeinsamkeiten, wie den Ort oder die Sportart definieren (beispielsweise die *Vegane Sportgruppe Frankfurt*), ist in den spezifischen Gruppen Platz (Huber et al., 2014). Gerade durch die Flexibilität und die community-gestützte Basis der sozialen Netzwerke entstehen Möglichkeiten für Vereine, mit Qualitätsanspruch und -standards einzugreifen, beispielsweise durch den Beitritt in Facebook-Gruppen mit lokalem Sportbezug (Kirig, 2015).

Analytic-Tools können Daten sowohl für den Website-Auftritt als auch für Social-Media-Kanäle des Sportvereins sammeln. Diese sagen beispielsweise aus, wie häufig und wie lange eine Seite aufgerufen wurde und geben auch oft die zuvor aufgerufenen Seiten und die Verweildauer einer Person auf der Seite an. Die Analyse dieser Daten ermöglicht dem Verein dann Schlüsse zur Verbesserung des Onlineauftritts zu ziehen (Barmscheidt et al., 2018). Vor allem Social-Media-Analytics liefern detaillierte Informationen zur Zielgruppe, wie Alter, Geschlecht und Interessen, die dann für weitere Maßnahmen (wie zur Angebotsenerweiterung oder Mitgliedergewinnung) außerhalb der sozialen Medien genutzt werden können.

4.2 Vereinsorganisation

Zur Vereinsorganisation gehören sowohl die Verwaltungsprozesse im Sportverein, als auch das Serviceangebot für Mitglieder und Mitarbeitende. In erster Linie muss der Zugang zu Sportangeboten des Vereins vereinfacht und die Verwaltung für den Verein erleichtert werden. Im Zuge der Digitalisierung eines Vereins soll ein *Digitales Büro* angestrebt werden, das nahezu papierlos arbeitet. In Tabelle 4 ist zu sehen, welche Geschäftsprozesse im Sportverein vorhanden sind und digitalisiert werden können. Dabei stehen grün markierte Felder für eingehende Geschäftsprozesse, die auf den Sportverein beispiels-

Möglichkeiten der Digitalisierung im Sportverein

weise durch Mitgliedschaftsanträge von Neumitgliedern oder Stundenabrechnungen von Übungsleitern regelmäßig zukommen. Rot gekennzeichnete Felder stehen für Prozesse, die vom Sportverein ausgehen und durch diesen getätigt werden müssen, beispielsweise Überweisungen an Übungsleiter oder Mitgliedsmeldungen an Verbände (vgl. Tabelle 4).

Tabelle 4: Die Digitalisierung der Geschäftsprozesse im Sportverein (modifiziert nach Thieme, 2018, S. 9).

Von Mitgliedern	<ul style="list-style-type: none"> • Buchung von Angeboten • Datenpflege • Abmeldung • Trackingdaten
Von Interessenten	<ul style="list-style-type: none"> • Anmeldung • Buchung von Angeboten
Von Einlass- und Check-in-Systemen	<ul style="list-style-type: none"> • Nutzungen
Von Wettkampf-Teilnehmern	<ul style="list-style-type: none"> • Anmeldung • Organisatorisches (Daten etc.)
Von Übungsleitern/ Trainern	<ul style="list-style-type: none"> • Abrechnungen
An Mitglieder	<ul style="list-style-type: none"> • Beitragsrechnung • Personalisierte Informationen • Buchungsbestätigungen
An Übungsleiter/ Trainer	<ul style="list-style-type: none"> • Überweisungen
An Wettkampfteilnehmer	<ul style="list-style-type: none"> • Ergebnislisten, Urkunden • Personalisierte Informationen
An Geschäftsführung	<ul style="list-style-type: none"> • Mitgliederentwicklung • Auslastungsmanagement • Preismanagement • Ehrenamtsmanagement
An Verbände	<ul style="list-style-type: none"> • Mitgliedsmeldung • Bezuschussungsanträge • Anmeldung/ Buchung von Angeboten

Wie in Tabelle 4 zu erkennen, ist die Buchung von Angeboten ein zentrales Element der Verwaltung eines Sportvereins. Über eine Auswahl an attraktiven Angeboten können neue Interessenten gewonnen und Mitglieder erhalten werden. Doch im Zeitalter der Dienstleistungsgesellschaft suchen Menschen nicht mehr nach Vereinen, wo sie die gewünschte Sportart vielleicht finden würden, sondern direkt nach speziellen Angeboten vor Ort. Das von Tübinger Wirtschaftsstudenten gegründete Start-Up *Yolawo* hat als Buchungsplattform für lokalen Sport begonnen und bietet Vereinen an, ihre andauernden oder auch einmaligen Sportangebote gut sichtbar zu platzieren. Nach einer Konzeptumstellung existieren nun Buchungselemente, die Sportanbieter direkt in die Vereinshomepage integrieren können. Der Verwaltungsaufwand für Buchungen soll so vereinfacht werden (Yolawo, 2019).

Prozesse wie die An- und Abmeldung einer Vereinsmitgliedschaft, die Abrechnung der Beiträge sowie die Datenpflege sind mittlerweile in zahlreichen Verwaltungssoftwares enthalten. Auch die Übersicht über die Mitglieder und die Meldung an die zuständigen Landessportverbände sind häufig integriert und gehen ebenfalls papierlos vonstatten. So haben die Mitarbeit des Vereins zu jeder Zeit einen Gesamtüberblick über die Mitgliederentwicklung, das Auslastungs- und das Preismanagement. Im besten Fall ist die An- und Abmeldung für Vereinsmitglieder transparent gestaltet und auch mobil möglich, zum Beispiel in Form von Apps.

Neben einem nachhaltigen und ressourcenschonenden Office-Management verändert sich auch das Ehrenamtsmanagement. Da sich in Sportvereinen, wie in allen anderen Non-Profit-Organisationen immer weniger Menschen ehrenamtlich vor Ort einsetzen wollen, schlägt der an der Ostfalia Hochschule dozierende Wadsack vor, Aufgaben im Rahmen der Vereinsarbeit auf sogenannte *Online-* oder *Virtual Volunteers* zu übertragen. Der Experte für organisierten Sport und die Zukunftsfähigkeit dessen setzt damit auf die Megatrends *Konnektivität* und *Globalisierung*, um in interessierten Menschen, die sich unabhängig ihres aktuellen Aufenthaltsortes über das Internet im Verein engagieren möchten, Ehrenamtliche zu gewinnen (Wadsack, 2018b).

Eine vollumfassende Verwaltungssoftware bietet beispielsweise das Berliner Start Up *campai* an. Die Software bietet zum einen eine digitale Plattform mit benutzerfreundlicher Stammdaten- und Mitgliederverwaltung mit automatischer Abrechnungs- und Verbuchungsfunktion der Vereinsbeiträge inklusive Mahnwesen, automatisierter Abrechnung von Übungsleiterhonoraren und großer Big-Data-Funktion zum Verarbeiten großer vereinsinterner Datenmengen. Zum anderen wird als weiteres Element eine zugehörige App angeboten, die per SMS-Code die Mitglieder untereinander sowie mit der Geschäftsstelle des Vereins über *Channels* verbindet. Die Administratoren steuern, ob eine Kommunikation einseitig oder beidseitig stattfinden darf und ermöglichen so auch das Erstellen von interaktivem Inhalt, wie Umfragen, Aufgaben oder Termine. Auch die Aktualisierung der eigenen Stammdaten ist für die Mitglieder über die App möglich. Der dritte Teil des angebotenen Service nennt sich *campai connect*. Hier werden Räumlichkeiten und Mitglieder durch Kommunikation verbunden, um leichter zu erfassen, welche Mitglieder wann und wo die Angebote des Vereins nutzen.

Zur Erfassung der Teilnehmer an einem bestimmten Angebot an einem bestimmten Ort gibt es zwei Möglichkeiten: Die Ausstattung aller Räumlichkeiten des Sportvereins mit Terminals (*campai Pads*), die Mitgliedern nur nach vorheriger Anmeldung zu den spezifischen Angeboten den Zutritt zu den jeweiligen Räumlichkeiten gewähren. Eine andere Möglichkeit ist die Ausstattung der Mitglieder mit sogenannten *campai-Cards* (Chipkarten), die es ihnen ermöglichen, auch die Verpflegung während einer Veranstaltung bargeldlos zu bezahlen. Sämtliche Einkäufe werden an die Plattform kommuniziert und per Lastschriftverfahren abgebucht. Die Veranstaltungsleitung kennt somit die Nachfrage und das Vereinsmitglied erhält per App eine Übersicht, was wann gekauft wurde. Mithilfe der automatisch generierten Teilnehmerlisten kann eine direkte Auswertung folgen. Außerdem bietet *campai* auch eine Ehrenamtsbörse an, die eine bundesweite Vermittlung von ehrenamtlichen Unterstützern und Sponsoren für Vereine jederzeit und unkompliziert ermöglichen und vor allem auf die Sichtbarkeit des Ehrenamts aufmerksam machen will (campai, 2019).