

Sportmarketing des SHVV

power meets passion

Der SHVV – Das sind wir!



- Dachverband für organisierten Beach-Volleyball- und Volleyballsport in Schleswig-Holstein
 - ca. 100 Vereinen mit ca. 11.000 Mitgliedern**
- Aufgaben des SHVV:
 - regelt den Spielbetrieb,
 - führt Turniere durch und
 - fördert die olympischen Sportarten
- Jugendarbeit und Nachwuchsförderung genießen hohe Priorität
- Eingebunden in die Organisationsstruktur des Deutschen Volleyballverbandes (DVV) ist er Mitglied des LSV SH.



Der SHVV – Das sind wir!



- Geführt durch: Einen Präsidenten und vier Vizepräsidenten (Ehrenämter). Zusammen mit der hauptamtlichen Geschäftsführerin bilden sie den Vorstand.
- Maßgeblich in die sportliche Arbeit des Olympiastützpunktes Hamburg/ S-H eingebunden (kooperierend mit dem Hamburger Landesverband)
- Soziales Engagement gehört zu den Grundsätzen des Präsidiums



Fokussierung der Verbandsarbeit

- Durchführung einer eigenen Beachserie sowie von Beach-DMs/ Beach- Pokalturnieren im Jugendbereich.
- Leistungssportförderung Beachvolleyball
- Ausbildung von Schiedsrichtern und Trainern.
- Zusammenarbeit mit DVV, LSV und DVL (seit 2002 ist Beach-VB eine von drei Schwerpunktsportarten des LSV S-H)
- Jugend/ Nachwuchsförderung
- Öffentlichkeitsarbeit
- Budgetierung



Vision: SHVV steht für...

- **Athletik, Ästhetik, Begeisterung, Erlebnis, Strandfaszination**

= Beach-Volleyball

- **Teamgeist, Technik, Kampfgeist, Spannung, Fankultur**

= Volleyball

- **Kompetenz, faire Partnerschaften, Service, Entwicklung, soziales Engagement**

= SHVV

power meets passion



Kommunikation des SHVV

- über den Spielbetrieb
- durch seine Basis-Verbandsarbeit
- durch Turniere Beach/ Halle
- durch die spezielle „Unser Norden“ Beachserie
- über das Schulprojekt „Kleine Riesen“
- per Website
- per Facebook
- durch Präsenz der Repräsentanten
- in Kooperation mit dem Vertriebspartner SEMSH



Was uns stark macht:

- Wettkampf-Kompetenz in Beach-Volleyball und Volleyball
- Nachwuchsförderungskonzepte
- Beachturniere am „**echten**“ Strand mit großer Attraktivität für Athleten, Ausrichter, Zuschauer und Medien



Die Ziele des SHVV

- **Förderung** des Beach-Volleyball- sowie des Volleyballsports in Schleswig-Holstein, insbesondere in den Vereinen.
- **Akzente setzen** in der Entwicklung des Beach-Volleyballs innerhalb des DVV.
- **Perspektiven** bieten für „Integration durch Sport“
- **Popularität** der beiden olympischen Sportarten sowie den Bekanntheitsgrad des Verbandes in der Öffentlichkeit steigern

Die operativ/ organisatorischen Ziele sind Bestandteil eines jeweils über 4 Jahre angelegten Strukturentwicklungsplanes.



Unsere Zielgruppen

A:

Vereine, Trainer, Athleten, Schiedsrichter, Funktionäre und Repräsentanten

B:

Potenzielle Partner: Institutionen (LSV, IM, Stiftungen), Wirtschaftsunternehmen, Finanz- und Versicherungsdienstleister, Tourismus- und Standortvermarkter, Medien

C:

Volleyballfans, Schul-/ Unisport, allgem. Sportinteressierte, Freizeitsportler, SH-Touristen



SHVV - Was wir zu bieten haben



Stärken:

- Hoher Kompetenzgrad in Sport und Organisation (z.B. SAMS)
- Klarer Focus auf Beachvolleyball, Schwerpunktsportart des LSV
- Attraktive »Unser Norden« Beach-Tour, DVJ BuPo begeistern Athleten u. Zuschauer
- Vielversprechendes Schulprojekt „Kleine Riesen“, anerkannt und ausbaufähig
- Qualifizierte Landestrainer und Co-Partnerschaft Olympiastützpunkt HH/ SH
- Attraktive Community, ca. 11.000 Mitglieder in ca. 100 Vereinen
- Dynamischer Internetauftritt als zentrale Kommunikationsplattform
- Effektive Kommunikation auf gesellschaftlicher und politischer Ebene
- Bewährte Vertriebspartnerschaft mit SEMSH



SHVV „Baustellen“

Relative Schwächen:

- Außer Internet u. Facebook wenig Außendarstellung des Verbandes
- geringer Bekanntheitsgrad
- PR eingeschränkt
- begrenzte Mittel



Unsere Möglichkeiten...

Chancen:

- Internetreichweite erhöhen durch Bewerbung, Aktualität zeigen
- Intensivierung der Vertriebspartnerschaft mit SEMSH
- Logoverbreitung durch Einsatz bewährter Werbemittel
- Steigendes Medieninteresse unserer Sportarten ausnutzen
- Events (eigene, aber auch „Trittbrettfahren“) als Plattform für Kommunikationsmaßnahmen nutzen
- Absatzmarkt für Fanartikel entwickeln (Merchandising)
- Kieler Beachhalle als zentrale physische Kommunikationsplattform nutzen
- Netzwerke von Freunden des Volleyballsports aufbauen



Achtung

Risiken:

- Mittelverfügbarkeit
- Personelle Möglichkeiten eingeschränkt
- Fußball, Handball, Reiten, Tennis konkurrieren um Sponsorengelder
- fehlende allgemein aufmerksamkeitsstarke sportliche Erfolge
- Popularität der Sportart eingeschränkt.



SHVV Sportmarketing-Strategie



power meets passion

A

Leistungen und Image des SHVV zur **Marke** bündeln, entsprechend kommunizieren

Ziel: Markenpersönlichkeit im Bewusstsein der Zielgruppen verankern, Bekanntheitsgrad erhöhen

B

Strategisches **Netzwerk** aufbauen: Volleyball begeistert und verbindet

Ziel: Gewinnung von Partnern, Förderern, Kunden und Experten; SHVV-Position im Ranking der Teamsportarten verbessern



SHVV

Sportmarketing-Strategie



„Reason why“

A

Eine vertraute Marke dient dem potenziellen Partner/ Kunden durch erfahrene Kompetenz als Indikator für zu erwartende Qualität, schafft Sicherheit und macht begehrenswert.

(Bruhn, Markenführung)

B

Die Arbeit des SHVV in seiner Vielfalt und in wiederkehrenden Treffen zu einer Struktur bündeln und auf eine breite Vermarktungsstellung bringen. Die Präsenz des SHVV über das Aktivenumfeld hinaus auf eine Interessentenebene anheben und damit eine Medien- und Sponsorenlandschaft zur Stärkung von Image und Finanzierung aufzubauen.

(F. Wedemeyer, ACO Corporate Marketing)



Aufgaben:

A

- Herstellung der visuellen Erkennbarkeit durch signifikantes Logo und Verstärkung durch Slogan
- Vermittlung aller Inhalte über die SHVV Homepage
- Klassischer Kommunikationsmix ist zu entwerfen Bsp.: Broschüren, btl-Maßnahmen, Vorträge, Interviews etc.
- „Markierung“ der physikalischen Wirkungsstätten Bsp.: Beachhalle, HdS, Turniere, Projekte etc.
- Verbreitung der Botschaft durch die Repräsentanten des SHVV (Pins, Visitenkarten, Namensschilder etc.)



SHVV Sportmarketing

Aufgaben:

B

- Netzwerkpflege und -erweiterung durch Aktivitäten des Ehrenamtes
- Erfahrungs- und Informationsaustausch intern sicherstellen
- Partner aus Vereinen und Schulen einbinden
- Credo entwerfen und festschreiben (Mission)
- Maßnahmen zur Partnerbindung definieren und umsetzen



SHVV Sportmarketing

Umsetzung:

A und B: Etablierung regelmäßiger, moderierter Teammeetings zu festen Themen (Brainstorming)

- A** Logomanual erstellen und Grundsätze zur Nutzung festlegen, Logo schützen
 - Claim/ Slogan durch Agentur finden. Festlegung durch Vorstand
 - Homepage nach CI-Richtlinie überarbeiten, Maßnahmen zur Pflege und Aktualität vereinbaren
 - Schilder gestalten und platzieren, Banner und Banden anpassen
(Das Schild ist eines der wichtigsten Instrumente der Markenkommunikation..., Alexander Hiam, Director „Insights for Marketing“ USA)
 - Mehrstufigen Kommunikations-/ Werbemix festlegen. Start mit „Give Aways“, folgend Broschüren, Merchandising, Incentives
 - PR Arbeit definieren + Checkliste erstellen
 - Perspektivisch: Kommunikationsbudget etablieren



Umsetzung

B

- Etablierung von regelmäßigen, moderierten Kommunikationsmeetings intern (Hauptamt/ Ehrenamt)
- Maßnahmen zur Gewinnung einer externen Expertengruppe vereinbaren
- PR Konzept entwerfen
- Proaktive Marketingkonzept-Promotion durch Ehrenamt
- Netzwerk SEMSH nutzen durch intensiven Infoaustausch



Follow up

- Konzeptvorstellung im Vorstand
- Ergänzungen, Änderungen, Fokussierung, Überarbeitungsauftrag
- Auszugsweiser Vortrag vor Verbandstag
- Statusinformation an externe „Mitgestalter“ , SEMSH
- Plan für Einzelmaßnahmen, Was/Wer, gestalten und delegieren:
Festlegung der Werbemittel u. deren Einsatz; Überarbeitung Plakate u. Broschüren für UnoTour, BuPo, U-Meisterschaften Beach;
Gestaltungsregeln festlegen für Banner, Broschüren, Plakate zu SHVV Events.
- „Kick off“ Meeting ,Vorstand und Team



Kontakt



Dieter Bauer
Vizepräsident
Schleswig-Holsteinischer Volleyball-Verband e.V.
Haus des Sports, Raum 301
Winterbeker Weg 49
24114 Kiel

Telefon 0431 907 6151
Telefax 0431 907 6152
E-Mail dieter.bauer@shvv-online.de
Homepage www.shvv-online.de



Vielen Dank...

...für Ihre Aufmerksamkeit!

