

Vortrag auf dem 20. DTB/VDT-Bundeskongress, München  
am 07.01.2007 von Wolfgang Ehrlich, Vorsitzender des Tennisclubs Menden

## **Das TCM – Vereinskonzzept** **Jeder Verein hat seine Erfolge – Der Mendener Weg**

Sehr geehrte Damen, sehr geehrte Herren, liebe Tennisfreunde,

im Jahr 2001 sah sich der Tennisclub Menden, einer von 5 Tennisvereinen in der sechzigtausend Einwohner großen Stadt Menden im Sauerland, der Herausforderung gegenüber, den anhaltenden Mitgliederrückgang von 450 Mitgliedern Anfang der 90er Jahre auf unter 370 Mitglieder zu stoppen. Die Neuformierung um den derzeitigen Vorstand war der Start zu einer kompletten Umstrukturierung des Vereinsmanagements des Vereins.

### **1. Grundphilosophie – Mut zur Veränderung**

- **Führen mit unternehmerischen Strukturen**
- **Arbeit auf möglichst viele Schultern verteilen**
- **Offen und ehrlich informieren**  
Kommunikation nach innen – Bindung der eigenen Mitglieder  
Kommunikation nach außen – Gewinnung neuer Mitglieder

- **Besonderes bieten – einige Beispiele**

*Neugestaltung des Clubhauses*  
*Neugestaltung des Kinderspielplatzes*  
*Flutlichtanlage (auf 5 von 7 Plätzen)*  
*BMW-Sparkassen-Cup*  
*Sommerfest mit Themenabend (brasilianische Nacht ...)*  
*Theater und Tennis*  
*Rotary/Lions meets TCM*  
*Filmnacht*  
*Feriencamp für Jugendliche*

Die jahrelange und über die Vereinsgrenzen hinaus erfolgreiche Bewirtung der Familie Pellerei ist das Herzstück des geselligen Lebens des Vereins. Ob zum einfachen Plausch, bei Vereinsfesten oder privaten Veranstaltungen: die Bewirtung verleiht dem Verein stets eine Wohlfühlatmosphäre.

- **Rat und Hilfen annehmen**

z.B. vom WTV, DTB, von Sportverbänden, von der Kommune ...  
alle Informationsquellen nutzen, z.B. Internet, Zeitungen und Fachzeitschriften, Kontakte zu anderen Vereinen

### **2. Strategische Ausrichtung: Unser Leitbild – unsere Vision**

- **Stärken- Schwächenanalyse - Wo stehen wir?**

Vorstand erstellt eine Mängelliste. Weiter wird die Frage gestellt: Wo liegen die Stärken unseres Vereines? Ziel: Stärken verstärken.

Des weiteren Durchführung einer Mitgliederbefragung. Motto: mitbestimmen und mitgestalten. Quelle: DTB-Vereinskonzzept

- Insgesamt nahmen 65 Mitglieder (17%) an der Umfrage teil, 2/3 davon per Internet. Zielquote war 10%.
- Die höchste Beteiligung gab es bei den über 45jährigen

- 91% der Teilnehmer sind aktive, nur 3% sind passive Mitglieder
- 60% aller Befragten wären zu einem Engagement im Vorstand bereit.

Überarbeitung der Vereinstrukturen auf der Basis dieser Analysen.

**A-Z-M-K:** Analyse-Ziele-Maßnahmen-Kontrolle

### ➤ **Das Leitbild**

Zielfragen:

Wer sind wir? Was wollen wir?

Welche Ziele haben wir?

Was ist unsere Vision?

Welche Werte sind uns wichtig?

Wie wollen wir die Ziel erreichen?

Was tun wir für wen?

Das Leitbild basiert auf unserer Vorstellung, dass ein funktionierendes Vereinsleben auf fünf Säulen ruht:

- Breitensport
- Leistungssport
- Jugend
- Anlage
- Geselligkeit

Jede der fünf Säulen findet sich im Leitbild wieder.

Leitbild des TCM:

*„Wir wollen, dass sich unsere passiven wie aktiven Mitglieder in unserem Verein wohl fühlen.“*

#### **Geselligkeit; Anlage**

*Es ist unser Ziel in Menden im Tennissport eine führende Rolle zu spielen.*

#### **Leistungssport**

*Unseren sportlichen Erfolg begründen wir auf eine breite und intensive Jugendarbeit und die Talente, die daraus hervorgehen. Auf Ziele, die nur mit „teuren“ Spielerverpflichtungen zu verwirklichen sind, verzichten wir.*

#### **Jugend**

*Neben unserer klaren sportlichen Grundausrichtung muss immer genügend Raum für den reinen Freizeit - Tennisspieler vorhanden sein, denn der (Spitzen-)Sport, wie wir ihn verstehen, lebt vom Breitensport und einem harmonischen und lebendigen Miteinander im Verein.“*

#### **Breitensport**

### ➤ **Strategieentwicklung angepasst an das Leitbild**

Was soll erreicht werden? Was wollen die Mitglieder?

In welchem Umfang sollen die Ziele erreicht werden?

Berücksichtigung der Situationsanalyse

Bis wann sollen die Ziele erreicht werden?

Wichtig: Prioritäten setzen!

### 3. Operative Umsetzung – Weniger ist mehr!

#### ➤ **Regelwerk – Ordnung muss sein**

- Satzung des TCM
- Beitragsordnung
- Platz- und Spielordnung
- Regelwerk Jugendtraining (TCM-Jugendförderkonzept)
- Trainingsordnung

#### ➤ **Aufbauorganisation – unsere Vereinsstruktur**

Durch die Verteilung der Aufgaben auf Ausschüsse und Projektgruppen werden sehr viele Mitglieder in die Vereinsarbeit eingebunden.

Die Führung des Vereins liegt bei den neun durch die Mitgliederversammlung gewählten Vorstandsmitgliedern. Der 1. Vorsitzende sowie der 1. stellvertretende Vorsitzende haben über einen Geschäftsverteilungsplan die Initiativaufgaben untereinander aufgeteilt.

Ausschüsse haben eine wichtige Funktion, wenn sie funktionieren. Ausschussleiter als Beisitzer im erweiterten Vorstand.

Sinnvolle Ausschüsse:  
 Sport- und Jugendausschuss  
 Rechts- und Finanzausschuss  
 Anlagenausschuss  
 Marketingausschuss  
 Breitensport- und Festausschuss

Die Qualitätskontrolle erfolgt im Verein insbesondere durch die koordinierenden Tätigkeiten des Vorstands, denen die Ausschüsse und Projektgruppen regelmäßig Bericht erstatten. Ferner werden größere Projekte auf den Mitgliederversammlungen vorgetragen und zur Abstimmung gestellt.

#### ➤ **Projektmanagementsystem – von den Zielen zu den Maßnahmen**

Für größere Aufgaben werden je nach Größe Projektgruppen gebildet. Es macht Spaß zu sehen wie viel Potenzial in den Mitgliedern steckt.  
 Berufserfahrung und Fähigkeiten der Mitglieder nutzen.  
 Leitfaden und Hinweise zur Projektorganisation im Tennisclub Menden.  
 Projektbeispiele: Neue Mitglieder, BMW-Sparkassen-Cup, Energieversorgung und Pachtvertrag, Kinderspielplatz und Eingangsbereich, Beachtennisplatz, Schule und Tennis u.v.a.m.

#### ➤ **Informationstechnologie als Erfolgsfaktor**

Durch eine dezentrale Lösung der Vereinssoftware in Form der selbst erstellten Internetdatenbank können jegliche organisatorischen Aufgaben der Vorstandsmitglieder von jedem Internetzugang aus mit individuellem Passwortschutz genutzt werden.

Das Vereinsverwaltungsprogramm wurde komplett durch eine internetbasierte Datenbank ersetzt. Sie bietet derzeit folgende Lösungen:

Mitgliederverwaltung, Terminverwaltung, Mannschaftsaufstellungs- und –  
 ergebnisverwaltung, Trainingsplanverwaltung, Turnierplanverwaltung,  
 Zahlungsverkehr inklusive Online Banking, Artikel- und Newsverwaltung.

Die Software wurde als Grundlage für eine kommerzielle Vereinssoftware des  
 Westfälischen Tennisverbandes genutzt und steht nun jedem interessierten Verein zur  
 Verfügung. Die internetbasierte Datenbank agiert unsichtbar für den Besucher im  
 Hintergrund und ersetzt jedes Vereinsprogramm vollwertig.

➤ **Kooperationen – gemeinsam den Weg gehen!**

➤ **mit anderen Vereinen**

Einige Beispiele:

Kostensenkungspotential durch „Paketauftrag“ für Platzüberholung (25 Plätze in  
 Menden)

Keine Gastspielergebühren für Mitglieder anderer Mendener Tennisvereine

Stadt-Jugendrangliste

Jugendtraining in anderen Vereinen

Spielergemeinschaften

Stadtmeisterschaften über TCM-Datenbankfunktionalität abwickeln

Party-Service der Vereinswirtin des TCM auch für andere Vereine

➤ **im Jugendbereich**

Schule und Tennis:

Mit verschiedenen Schulen in Menden findet ein Austausch statt. So spielen die  
 Schulmannschaften auf der Vereinsanlage oder werden von Vereinstrainern betreut.  
 Grundschulen wurden mit Jugendschlägern und Bällen ausgestattet, um im  
 Sportunterricht Tennis spielen zu können. Ferner werden teilweise Tennis AGs von  
 Trainern des TCM trainiert, um den Jugendlichen den Spaß am Tennissport zu  
 vermitteln.

Für die Zukunft wird eines der größeren Projekte die Einbindung des Tennissports in  
 die Ganztagschulen sein. Gerade in dieser neu aufkommenden Schulform liegen  
 große Chancen, unseren Sport interessierten Jugendlichen näher zu bringen.  
 Derzeit Tennis AG in der Albert-Schweitzer-Schule in Menden.

WTV Street-Tennis-Tour:

Der Tennisclub Menden war Initiator zusammen mit den anderen Mendener  
 Tennisvereinen im Jahr 2006 die WTV Street Tennis Tour nach Menden zu holen. Bei  
 dieser Veranstaltungstour werden Kinder von den umliegenden Schulen zu einem  
 Kleinfeld-Street-Tennis Turnier in die Innenstadt eingeladen. 1500 Schüler haben  
 teilgenommen.

**4. Entwicklung der Marke „TCM“**

➤ **Marketing-, Sponsoringkonzept**

Das Marketingkonzept des TCM: Aufgaben des Marketing, Programmpolitik,  
 Vertriebspolitik, Preispolitik, Kommunikationspolitik (Werbung, Öffentlichkeitsarbeit,  
 Pressearbeit, Sponsoring).

Dem Sponsoring Bereich liegt ein Sponsoringkonzept zugrunde.

Sponsorenansprache und Sponsorenbetreuung.

Die Werbemöglichkeiten beim Tennisclub Menden e.V. gliedern sich in die Bereiche:  
 Planenwerbung, Banden- und Objektwerbung, Internetwerbung, Mannschafts- und  
 Jugendsponsoring, Eventsponsoring, Printmedien:

➤ **Pressearbeit – möglichst häufig in den Medien erscheinen**

Sinnvolle Medienkontakte: Lokalpresse, Fachzeitschriften, Internet, Lokalradio

➤ **Internetauftritt – [www.tc-menden.de](http://www.tc-menden.de)**

Die Website ist eine der umfangreichsten des Verbandes und bietet seit Mai 2001 umfassende und detaillierte Informationen über den Verein und den Tennissport. Die Seite wurde mit dem 3. Platz des Jahres Homepageawards der Deutschen Tenniszeitung und des Onlineportals tennisredaktion.de, dem Monatsaward Mai 2005 der selben Veranstalter, dem Homepage Monatsaward Juni 2003 des Westfälischen Tennisverbandes (WTV), dem 3. Platz beim WTV Homepage Jahresaward 2003, dem Mendener Homepage Award 2001 und einem Lüdenscheider Award 2003 ausgezeichnet.

➤ **2005 „forty love 40 Jahre Liebe zum Tennis“**

Werbespruch und Logo sind zusammen mit einer Mendener Werbeagentur entstanden. Jubiläumsaktivitäten mit dem Saisonhöhepunkt: Weihnachtsgala

**5. Wir sind immer für unsere Mitglieder da!**

➤ **Mitgliederstruktur, Mitgliedergewinnung und Mitgliederentwicklung – Mitgliederzufriedenheit**

Bei Amtsantritt des neuen Vorstands im Jahr 2001 betrug die Mitgliederzahl 368, davon 105 Jugendliche. Durch die Positionierung des Vereins anhand des neu geschaffenen Leitbildes und den damit verbundenen Aktionen und Strategien konnte die Mitgliederzahl insgesamt um 18% und die bei den Jugendlichen gar um 32 % gesteigert werden.

Diese Entwicklung resultiert aus 240 Neueintritten in den Verein gegenüber 175 Austritten zwischen 2002 und 2006. Die Austritte sind das Ergebnis einer natürlichen jährlichen Fluktuationsrate von durchschnittlich 9 %. Die überproportional hohe Zahl an Eintritten erklärt sich durch die umfassende und nachhaltige Attraktivitätssteigerung unseres Tennisclubs und die gezielten Maßnahmen zur Mitgliedergewinnung. Hier ist vor allem neben vielen Maßnahmen die Saisonkartenregelung herauszustellen.

Aktueller Mitgliederstand:  
447 Mitglieder davon 151 Jugendliche und Kinder.

*Saisonkarte – voller Erfolg!*

Um neue Mitglieder zu werben und ihnen die Möglichkeit zu geben, den Verein kennen zu lernen, wurde die Saisonkarte eingeführt. Mit einer solchen Karte haben Gäste die Möglichkeit, eine ganze Saison lang für einen günstigen Preis (44,- €/22,- €) den Verein auszutesten. Wenn nach Ablauf eines Kalenderjahres nicht gekündigt wird, geht die Mitgliedschaft in eine Vollmitgliedschaft über. Mit dieser Maßnahme konnten seit der Einführung in 2003 über 100 neue Mitglieder geworben werden. Das Saisonkarten-Modell gilt als Vorbild für die übrigen Mendener Tennisvereine, die alle ebenfalls dieses Konzept eingeführt haben.

➤ **Sportkonzept – unser Weg zum sportlichen Erfolg**

*„Die frühzeitige Integration Jugendlicher in die Erwachsenenmannschaften erfordert über eine breitensportliche Jugendarbeit hinaus die besondere Förderung junger Talente (Jugendförderkonzept). Wir sind überzeugt, dass nur auf dieser Basis dauerhafte sportliche Erfolge zu erzielen sind.*

*Der Übergang von den Jugendmannschaften in die Erwachsenenteams und der weitere nahtlose Übergang in die Altersklassenmannschaften unterstützt einen intensiven sportlichen und gesellschaftlichen Austausch nicht nur auf dem Tennisplatz. Abgestimmte Trainingspläne und flexible Trainingsgruppen können die Integration fördern und die Motivation aller Mannschaftsspieler erhöhen und somit unser Leitbild mit Leben erfüllen. Wir möchten für unser Jugend- und Mannschaftstraining interessierte und ambitionierte Vereinsmitglieder ermutigen, für den Verein als Trainer tätig zu werden. Daher unterstützen wir junge Spielerinnen und Spieler, die sich zu Tennistrainern ausbilden lassen, um so langfristig qualifiziertes Training anbieten zu können. Dazu gehören auch neue sportpraktische und –theoretische Impulse und Anregungen, die durch externe Trainer vor allem im Förder- und Mannschaftstraining eingebracht werden.“*

Erfolge 2006: Ein Herrenspieler und zwei Damenmannschaften stehen zur Wahl „Sportler des Jahres 2006“ in Menden.

**6. Soziales bzw. gesellschaftliches Engagement  
Das Charity Projekt „Kinderhospiz Balthasar“**

Im Rahmen unsere Jubiläumsaktivitäten 2005 hatten wir vor, uns auch sozial bzw. gesellschaftlich zu engagieren. Wir entschieden uns, Dinge zu versteigern, die man nicht kaufen kann. Im Zusammenhang mit dem Onlineauktionshaus ebay wurden in der eigens für gemeinnützige Projekte eingerichteten Sektion „Stars & Charity“, Dinge von Prominenten versteigert, deren Erlös zu 100% dem Kinderhospiz Balthasar in Olpe zu Gute kam.

Am Anfang des Projektes stand die Suche nach Ideen sowie Prominenten, die sich für diese Aktion begeistern lassen und bereit waren, ggf. etwas Persönliches zur Verfügung zu stellen. Hoherfreut waren wir über die hohe Resonanz. Einige Beispiele:

Kochkurs mit dem Gourmetkoch Frank Buchholz (226,00 Euro)  
VIP-Karten für das Bundesligaspiel des HTC BW Krefeld (321,00 Euro)  
VIP-Logenkarten für Boris Becker Gala (2830,00 Euro)  
Publikumskarten für die Fernsehserie „Das Familiengericht“ (314,81 Euro)  
Segelflug mit dem ehemaligen Weltmeister Bruno Gantenbrink (432,00 Euro)  
Signierte Jeans von Jeanette Biedermann (334,33 Euro)  
Komparsenrolle incl. Setführung bei „Verbotene Liebe“ (1750,00 Euro)  
Backstage als Tierpfleger im Zoo Gelsenkirchen (350,01 Euro)  
Meet&Greet-Karten für PUR incl. Merchandisingartikel (2800,00 Euro)  
u.v.a.m.

Dieses Projekt war gleichzeitig auch hervorragende PR-Arbeit. Viele Menschen und heimische Unternehmen wurden auf den Verein und insbesondere auf die Charity Auktion aufmerksam. Einige wollten die gute Sache mit einer Geldspende unterstützen. Insgesamt wurde der Erlös aus den Internetauktionen durch diese Geldspenden auf eine Gesamtsumme von 16.000 Euro aufgestockt!

Da der Betrag insgesamt höher als eine Spendensumme von 15.000 Euro war, verewigte das Kinderhospiz Balthasar dieses Charity Projekt auf der Spendentafel im Eingangsbereich des Hospizes.

## 7. Aus Fehlern lernen – Was ist noch verbesserungsbedürftig?

Einsatz der Fragebogen für eingetretene und ausgetretene Mitglieder wird nicht konsequent genug verfolgt.

Es fehlt ein ausgereiftes Trainerkonzept.

Passive Mitglieder nutzen unsere günstigen Beitrags- und Spielregelungen aus.

Nicht alle Mitglieder sind vom Einsatz der unternehmerischen Instrumente überzeugt. *„Was nach innen nicht glänzt kann nach außen nicht funkeln.“*

## 8. Zukunftsideen – Nicht auf den Lorbeeren ausruhen!

Wandel ist normal und sichert das Überleben. Die atemberaubende Geschwindigkeit erfordert unseren Mut zu kreativen Entscheidungen und permanenter Anpassung an die Rahmenbedingungen.

- Geselligkeit intensivieren (Frühstückstennis, Ausstellungen und Vorträge im Tennisheim, Kochkurs „Mendener Gerichte“
- Rotation im Vorstand, Ausschüssen und Projektgruppen „Neue Besen kehren gut!“
- Beach-Tennisplatz
- Bocciabahn
- Tennis als Familiensport (auch Kinderspielplatz; auch nicht Tennis spielende Mütter müssen sich wohlfühlen)
- Tennis für behinderte Menschen
- S-Club: Zusammenarbeit mit der örtliche Sparkasse (Vergünstigungen für S-Club-Card-Inhaber)
- Breitensport geht über Tennis spielen weit hinaus  
„Sport und Gesundheit“ (Kardio-Tennis, Erste-Hilfe-Kurs, Nordic Walking)  
Inline-Skating

## 9. Erfolg macht Spaß, Erfolg macht süchtig. Darum benennen wir unsere Erfolge.

*„Erfolg macht Spaß, Erfolg macht süchtig, darum frönen wir weiter unserer Sucht“* (Wedeking, Vorstandsvorsitzender Porsche).

Das erfolgreiche Konzept bescherte dem Tennisclub Menden bis zum heutigen Tag nicht nur eine stetig wachsende Mitgliederzahl von derzeit 447 Mitgliedern, sondern auch eine Atmosphäre im Verein, die als „Wohlfühlatmosphäre“ bezeichnet werden kann. Diese Arbeit wurde unterem anderen durch die Auszeichnung „Verein des Jahres 2004“ vom Westfälischen Tennisverband honoriert und wird seit dem im Rahmen einer Vereinsmanagement-Schulung von Vertretern unseres Vereins als Best Practice allen anderen westfälischen Vereinen zur Verfügung gestellt. Ferner ist durch dieses Konzept auch der niedersächsische Tennisverband mit seinem Schulungsprogramm auf den Tennisclub Menden aufmerksam geworden.

Der Gewinn des König-Pilsner-Awards in der Kategorie „Mitgliederbindung und Mitgliedergewinnung“ und die Wahl zum „König der Vereine“ auf der Jahreshauptversammlung des DTB in Wernigerode bestätigen aktuell unsere erfolgreiche Vereinsarbeit. Auch mein Vortrag heute vor Ihnen, meine Damen und Herren, ist ein Stück unserer Erfolgsgeschichte.

Jeder Verein hat seine Erfolge. Unser Erfolg beruht nicht auf Patentrezepten, sondern basiert auf unserer Philosophie und unseren Vereinswerten. Wir sind den „Mendener Weg“ gegangen.

**Es gibt gute Gründe Mitglied im Tennisclub Menden zu sein.**