



TSV NRW



HOCHSCHULE
KOBLENZ

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

MITGLIEDERSTRUKTUR UND –ENTWICKLUNG BEIM TAUCHSPORTVERBAND NRW

Von Jana Großkurth, Helen Otlinghaus, Paul Raudasch, Pia Reusch, Marcel Schuh,
Carolin Sebastian, Lukas Simon, Clemens Thul

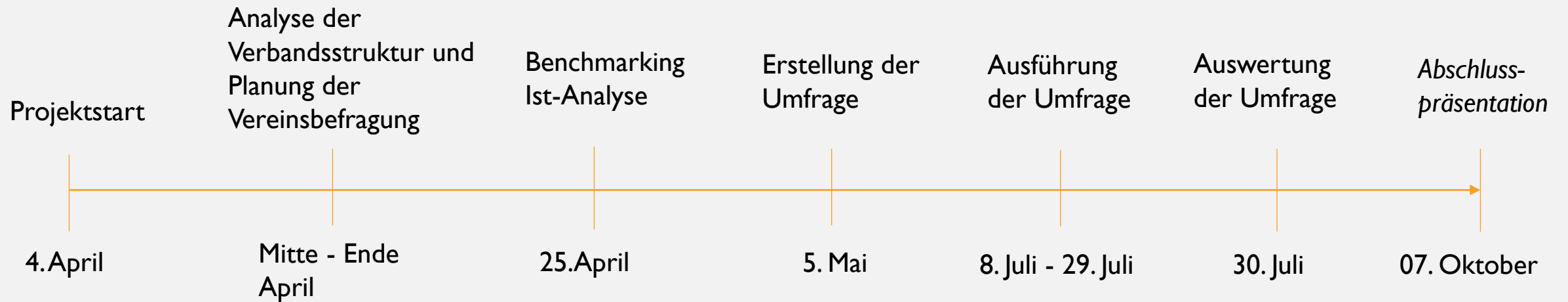
INHALT

1. Projektphasen
2. Problemstellungen
3. Ist – Analyse: Mitglieder- und Bevölkerungsstrukturen im Umfeld
4. Ist – Analyse: Tauchsportverband NRW
5. Benchmarking
6. Auswertung der Umfrage
7. Fazit
8. Handlungsempfehlung
9. Anhang

INHALT

1. **Projektphasen**
2. Problemstellungen
3. Ist – Analyse: Mitglieder- und Bevölkerungsstrukturen im Umfeld
4. Ist – Analyse: Tauchsportverband NRW
5. Benchmarking
6. Auswertung der Umfrage
7. Fazit
8. Handlungsempfehlung
9. Anhang

PROJEKTPHASEN



INHALT

1. Projektphasen
2. **Problemstellungen**
3. Ist – Analyse: Mitglieder- und Bevölkerungsstrukturen im Umfeld
4. Ist – Analyse: Tauchsportverband NRW
5. Benchmarking
6. Auswertung der Umfrage
7. Fazit
8. Handlungsempfehlung
9. Anhang

PROBLEMSTELLUNGEN

1. Wie ist der aktuelle Stand in den Vereinen (Bedarfsanalyse)?
 - Was passiert in den Vereinen? Was ist möglich?
2. Wie steht es um den Kontakt bzw. Austausch zwischen dem Verband und den Vereinen?
 - Was erwarten/ wünschen sich die Vereine?
3. Wie kann man ältere Mitglieder halten und (junge) Mitglieder gewinnen?

INHALT

1. Projektphasen
2. Problemstellungen
3. **Ist – Analyse: Mitglieder- und Bevölkerungsstrukturen im Umfeld**
4. Ist – Analyse: Tauchsportverband NRW
5. Benchmarking
6. Auswertung der Umfrage
7. Fazit
8. Handlungsempfehlung
9. Anhang

LANDESSPORTBÜNDE DOSB BESTANDSERHEBUNG

- 27,45% der Bevölkerung von NRW sind Mitglied im Landessportbund NRW
- Mitgliederschwund der Landessportbünde (Veränderung von 2020 zu 2021)
 - 0 – 6 jährige → ca. -18%
 - 7 – 14 jährige → ca. -5,5%
 - Frauen zwischen 27 und 60 Jahren → ca. -4,5%
 - LSB NRW → ca. -3,36% (Ø)
- Grund dafür ist unter anderem der **demographische Wandel** (siehe Folie 10)

SPITZENVERBÄNDE

DOSB BESTANDSERHEBUNG

Olympisch	Nichtolympisch
<ul style="list-style-type: none"> • Extrem hoher Rückgang 0-6 Jährige • Erhöht bei 7-14 Jährige und Frauen zwischen 27-60 Jährige 	<ul style="list-style-type: none"> • 0-6 jährige, ca. 26,5% • Höhere Rückgänge bis 18 Jahre • Rückgänge bei Frauen ab 27 bis Ü60
Zuwachs bei Ü60 Männern von 0,98%	Sehr hohe Unterschiede von Sportart zu Sportart
Viele Sportarten mit Zuwachs zum Vorjahr	Sporttauchen ist mittelgroß im Vergleich
Schwimmen, relativ hoher Rückgang von -10%	Sporttauchen mit Rückgang von -4,9% → Besser als der Durchschnitt

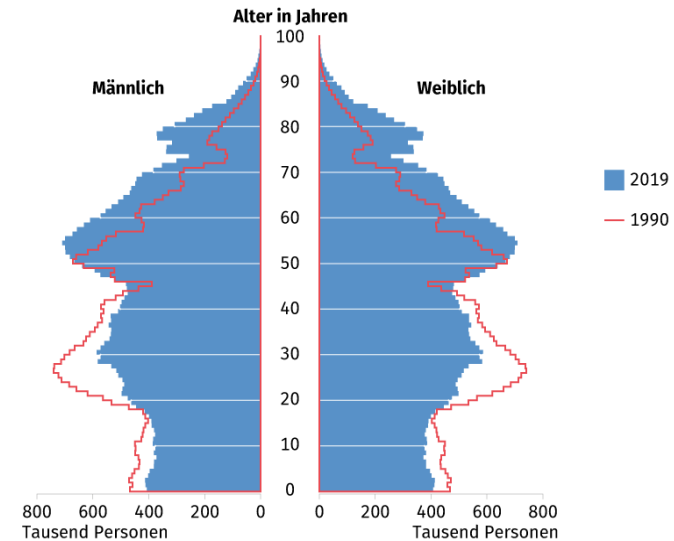
EXKURS: DEMOGRAFISCHER WANDEL DEUTSCHLAND

= Veränderung der Bevölkerungsstruktur
einer Gesellschaft

- steigende Anzahl an älteren Menschen
- sinkende Anzahl an Menschen im jüngeren Alter
 - Sinkende Geburtenrate
 - Seit 2012 wieder steigend (Heute: 1,5 Kinder)
 - Erhöhte Lebenserwartung

Altersaufbau der Bevölkerung 2019

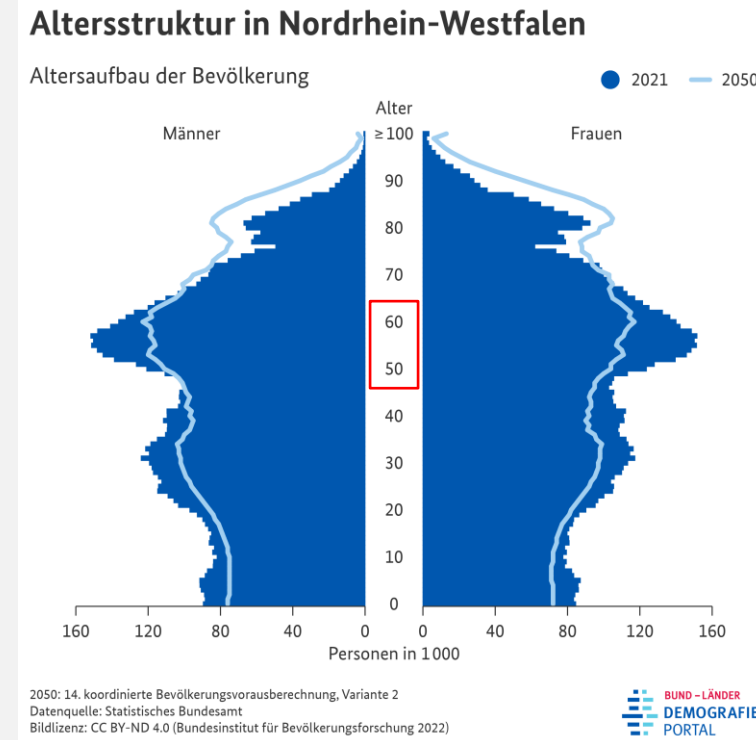
im Vergleich zu 1990



© Statistisches Bundesamt (Destatis), 2020

BEVÖLKERUNGSSTRUKTUR NRW STAND 2021

- Durchschnittsalter: 44,3 Jahre
 - Bundesweites Durchschnittsalter: 44,9 Jahre (2020)
- 17.932.651 Menschen
 - ~ 9,1 Mio. Frauen (50,7%)
 - ~ 8,8 Mio. Männer (49,1%)
- Überproportionale Besetzung der 50- bis 65-Jährigen



INHALT

1. Projektphasen
2. Problemstellungen
3. Ist – Analyse: Mitglieder- und Bevölkerungsstrukturen im Umfeld
4. **Ist – Analyse: Tauchsportverband NRW**
5. Benchmarking
6. Auswertung der Umfrage
7. Fazit
8. Handlungsempfehlung
9. Anhang

TAUCHSPORTVERBAND NRW

STAND APRIL 2022

- 218 Tauchvereine
- 17.482 Mitglieder
 - 31,6% Weiblich und 68,4% Männlich
- Über 1.000 geprüfte, tätige Tauchlehrer*Innen
- TSV NRW vs. Bevölkerung NRW
 - Etwa Jede/r 1.026ste ist im TSV in NRW
 - Frauenanteil im TSV NRW deutlich geringer als Anteil in NRW (31,6% ↔ 50,7%)
 - Altersstruktur ähnlich

TAUCHSPORTVERBAND NRW

LEISTUNGSANGEBOT

- (Sport-)Angebot
 - Schnorcheln, Apnoe, Apnoe – Leistungssport, FinSwimming, UW-Rugby, UW-Foto/Video, UW-Hockey, UW-Jenga, UW-Orientierung
- Projekte
 - Gemeinsam gegen Doping, Bewegt Älter Werden
- Jugend
 - Jugendversammlungen oder –treffen
 - Fort– und Ausbildung
 - Jugendabteilung

TAUCHSPORTVERBAND NRW KOMMUNIKATIONSKANÄLE

- Telefon
- E-Mail
- Webseite
 - Navigation zu: Wir für euch, Tauchen, Junges Tauchen, Sport, Ausbildung, Vereine, Angebot + Termine, Anmeldung
- Facebook
 - 366 Follower, 312 Personen gefällt das
 - Altersgruppe (Schätzung): Ü45
- Newsletter „TSV NRW Info“

TAUCHSPORTVERBAND NRW KOMMUNIKATIONSKANÄLE

- YouTube
 - 23 Abonnenten
 - 8 Videos (das erste Video vor 6 Jahren, das Letzte vor 6 Monaten)
 - App „Tauchsportverband NRW e.V.“
- Kein Instagram/ Snapchat/ Twitter/ WhatsApp

ZWISCHENERGEBNIS IST-ANALYSEN

- Altersstruktur des Verbandes ähnelt der allgemeinen Altersstruktur in NRW
 - Grund: demografischer Wandel → Mehr ältere Menschen, wenig Jugendliche
 - Wie kann man ältere Mitglieder im Verein halten?
- Viele (ausbaubare) Kommunikationskanäle
 - Webseite: unübersichtlich, viel Information, Ver- & Zuteilung der Themen/Angebote/ Information unerklärlich bzw. willkürlich
 - Facebook: wenig Interaktion → Welchen Input interessieren die Follower bzw. Taucher? Können vor allem noch mehr Jugendliche erreicht werden?
 - YouTube: kaum Aktivität
 - Wie kann die Kommunikation zwischen Verband und Vereinen/ Tauchern verbessert werden?

INHALT

1. Projektphasen
2. Problemstellungen
3. Ist – Analyse: Mitglieder- und Bevölkerungsstrukturen im Umfeld
4. Ist – Analyse: Tauchsportverband NRW
5. **Benchmarking**
6. Auswertung der Umfrage
7. Fazit
8. Handlungsempfehlung
9. Anhang

WELCHES BENCHMARKING?

- Kompetitives Benchmarking
 - Benchmarking mit Unternehmen derselben Branche → Tauchsportverbände
 - **Bayerischer Landestauchsportverband** und **Landestauchsportverband Thüringen**
- Funktionales Benchmarking
 - Benchmarking mit Unternehmen derselben Branche in getrennten Märkten
 - **Schwimmverband Nordrhein-Westfalen**
- Generisches Benchmarking
 - Benchmarking mit unverwandten Unternehmen außerhalb der eigenen Branche
 - **Leichtathletik-Verband Nordrhein**

VORGEHEN

- Umfassende Internetrecherche zu allen Verbänden
 - Aufbau und Design der Webseite
 - Angebote, Leistungsprogramm und Projekte (Jugend/ Ältere Menschen)
 - Präsenz in sozialen Netzwerken (Facebook, Instagram, YouTube, usw.)
 - Anzahl Follower, Likes und Kommentaren
 - Wirkung und Themen der Beiträge/ Posts

BENCHMARKING ANGEBOT (SIEHE ANHANG)

		Kompetitives BM		Funktionales BM	Generisches BM
	Tauchsportverband NRW	BLTV	Tauchsport Thüringen	Schwimmverband NRW	Leichtathletik-Verband NR
Angebot	Schnorcheln Apnoe Apnoe – Leistungssport Finswimming UW-Rugby/-Hockey/-Jenga UW-Foto/Video UW-Orientierung	Apnoe Finswimming UW-Rugby/Hockey Orientierungs-tauchen Technical Diving Tauchen für Menschen mit Behinderung	Apnoe Finswimmung Gerätetauchen Unterwasserrugby	Schwimmen Wasserball Wasserspringen Synchronschwimmen Aqua-Fitness/Jogging/Power Wassergymnastik ...	Wettkämpfe Aus/Fortbildungen Leistungssport Laufen Gesundheitssport

BENCHMARKING PROJEKTE (SIEHE ANHANG)

	Tauchsportverband NRW	Kompetitives BM		Funktionales BM	Generisches BM
		BLTV	Tauchsport Thüringen	Schwimmverband NRW	Leichtathletik-Verband NR
Projekte	<p>„Gemeinsam gegen Doping“</p> <p>„Bewegt Älter Werden“</p>	<p>„Taucher helfen Taucher“ (Ukraine)</p>	<p>unbekannt</p>	<p>SchwimmAktiv</p> <ul style="list-style-type: none"> Initiative für Qualität und Sicherheit im Schwimmverein <p>SchwimmGut</p> <ul style="list-style-type: none"> Zertifikat für qualitative Schwimmausbildung 	<p>„Jung, sportlich, FAIR“</p> <ul style="list-style-type: none"> Jugendliche über Fairplay schule <p>„Extra-Zeit für Bewegung“</p> <ul style="list-style-type: none"> Jugendliche in Bewegung bringen <p>„Ausdauer auf Dauer“ und „Laufend unterwegs“</p>

BENCHMARKING JUGEND (SIEHE ANHANG)

		Kompetitives BM		Funktionales BM	Generisches BM
	Tauchsportverband NRW	BLTV	Tauchsport Thüringen	Schwimmverband NRW	Leichtathletik-Verband NR
Jugend	Jugendversammlungen oder –treffen Fort- und Ausbildung Jugendabteilung	Jugend-wochenende	Jugend-Apnoe-Camp Jugend-Tauch-Bio-Camp Wettkämpfe	Ferienfreizeit J-Teams ZeigDeinProfil • Vereinsentwicklung 2020	Camps Wettkämpfe Prävention-Angebote Anti Doping Schulsport • Fortbildungen, Sportunterricht, Sportabzeichen...

BENCHMARKING

KOMMUNIKATION (SIEHE ANHANG)

		Kompetitives BM		Funktionales BM	Generisches BM
	Tauchsport- verband NRW	BLTV	Tauchsport Thüringen	Schwimmverband NRW	Leichtathletik-Verband NR
Webseite	Veraltet, unübersichtlich	Veraltet, unübersichtlich	Übersichtlich, einfach	Neu, modern	Übersichtlich, modern
Facebook	366 Follower Ø 13 Likes pro Beitrag	241 Follower Ø 20 Likes	530 Follower Ø 19 Likes	2.343 Follower Ø 8,83 Likes	1.174 Follower
Instagram	-	-	-	2.666 Follower Ø 136 Likes (Reels) →Hohe Interaktion mit Jugendlichen	1.754 Follower #lvrn , #lvrnordrhein

ZWISCHENERGEBNIS BENCHMARKING

	Handlungsbedarf besteht an folgenden Stellen
Kommunikation → soziale Netzwerke	<ul style="list-style-type: none">• Webseite → Struktur, Aufbau, Modernisierung, usw...• Mediale Präsenz → Instagram
Angebot	<ul style="list-style-type: none">• Verband gut aufgestellt
Jugend	<ul style="list-style-type: none">• Kinder- und Jugendprojekte und –angebote ausbauen• Jugendabteilung stärker unterstützen mit Projekten
Projekte	<ul style="list-style-type: none">• Auf bestehende Projekte stärker aufmerksam machen

INHALT

1. Projektphasen
2. Problemstellungen
3. Ist – Analyse: Mitglieder- und Bevölkerungsstrukturen im Umfeld
4. Ist – Analyse: Tauchsportverband NRW
5. Benchmarking
6. **Auswertung der Umfrage**
7. Fazit
8. Handlungsempfehlung
9. Anhang

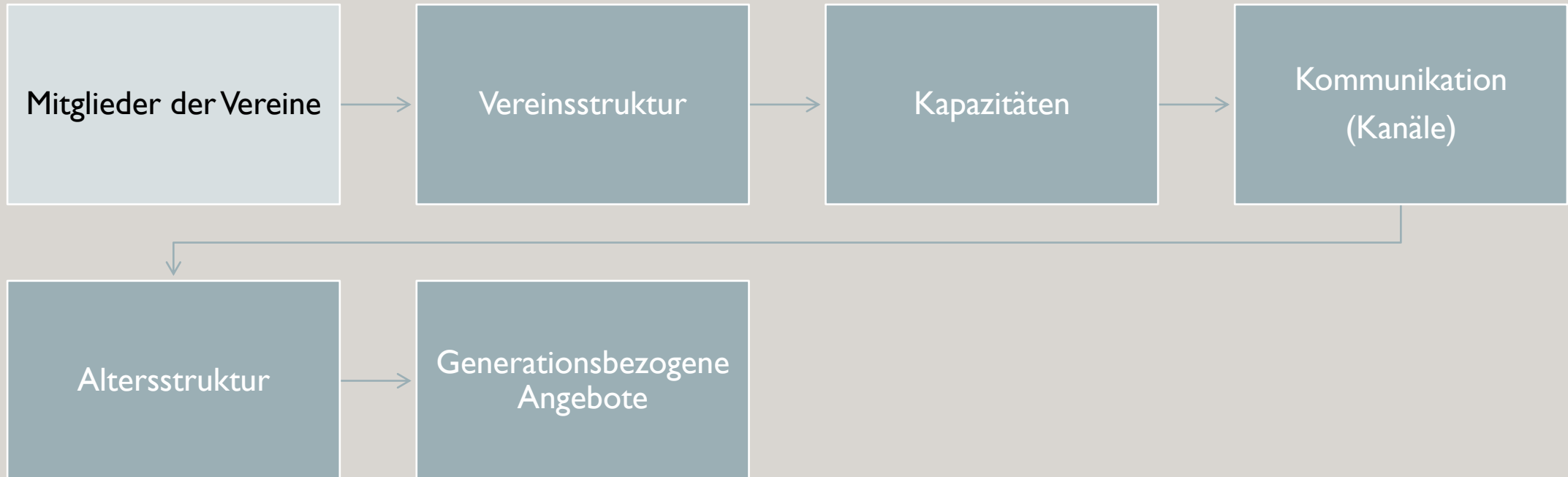
AUSWERTUNG DER UMFRAGE *GRUNDDATEN*

- Versendet An: 218 Vereine im Tauchsportverband NRW
- Umfragedauer: 3 Wochen (08.07.2022 – 29.07.2022)
- Teilnehmerzahl: 81 Tauchsportvereine ($> \frac{1}{3}$ aller Vereine)
- Aufbau: richtet sich nach den 3 Problemstellung

WIE IST DER AKTUELLE STAND IN DEN VEREINEN?

I. Problemstellung

WIE IST DER AKTUELLE STAND IN DEN VEREINEN?



MITGLIEDER DER VEREINE

1. Funktion der Teilnehmer*innen (N=81)

- Vorstand: 68,5%
- Ausbilder*in: 30,5%
 - 26,85% sind im Vorstand **und** als Ausbilder*in tätig

2. Mitgliederanzahl in den Vereinen (N=79)

- Spannweite: 15 bis 616 Mitglieder
- Mittelwert: 104,7 Mitglieder

MITGLIEDER DER VEREINE

3. Sportliche Aktivität (N=80)

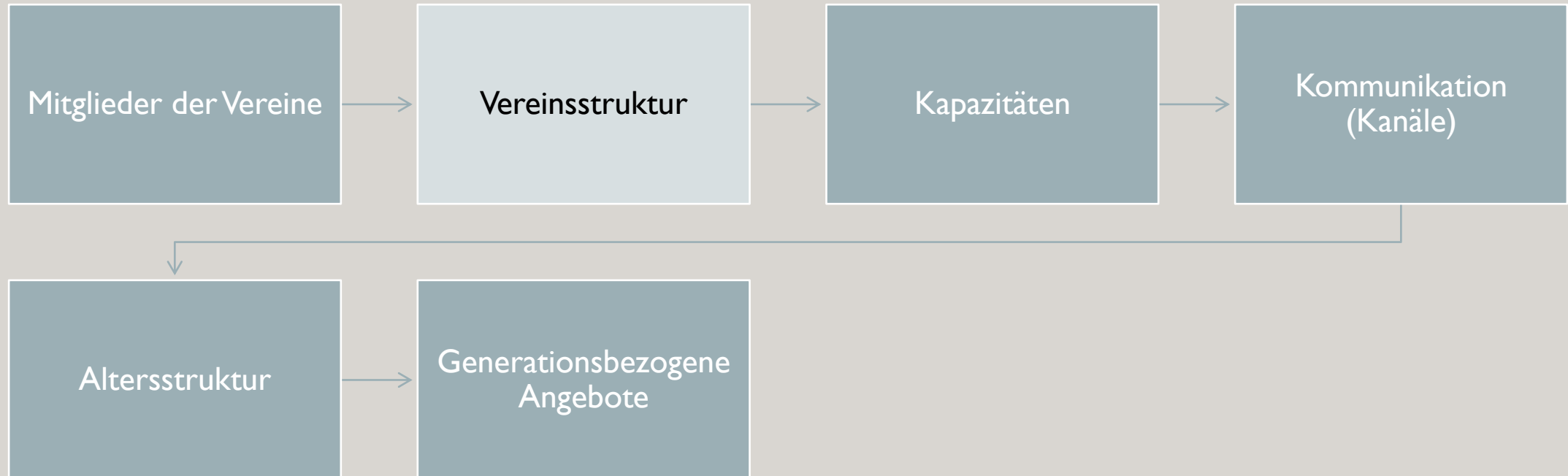
- Mittelwert: 44,9% der Mitglieder sind im Verein sportlich aktiv

4. Ehrenamtliches Engagement der Vereinsmitglieder (N=79)

- Spannweite: 2 bis 50 Mitglieder
- Modus: 10 Mitglieder (15%)
- Mittelwert: 12,22 Mitglieder sind Ehrenamtler*innen

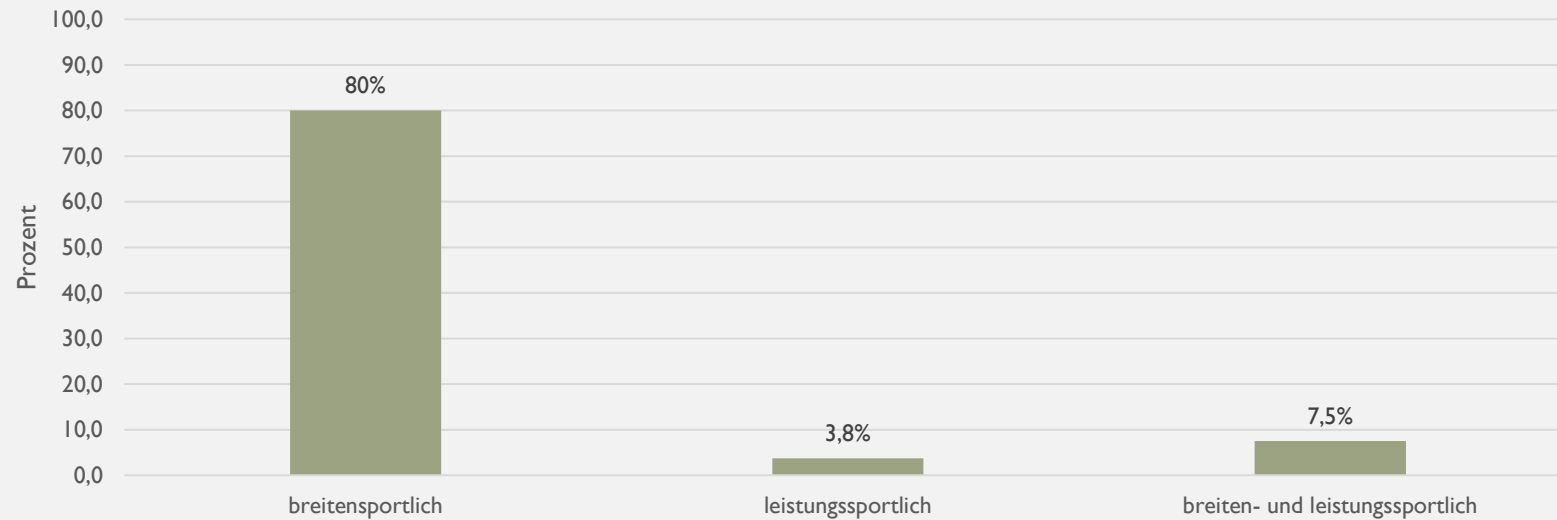
- Weniger als die Hälfte der Mitglieder sind im Verein sportlich aktiv
- Im Durchschnitt arbeiten 12 Mitglieder ehrenamtlich in den Vereinen

WIE IST DER AKTUELLE STAND IN DEN VEREINEN?



VEREINSSTRUKTUR

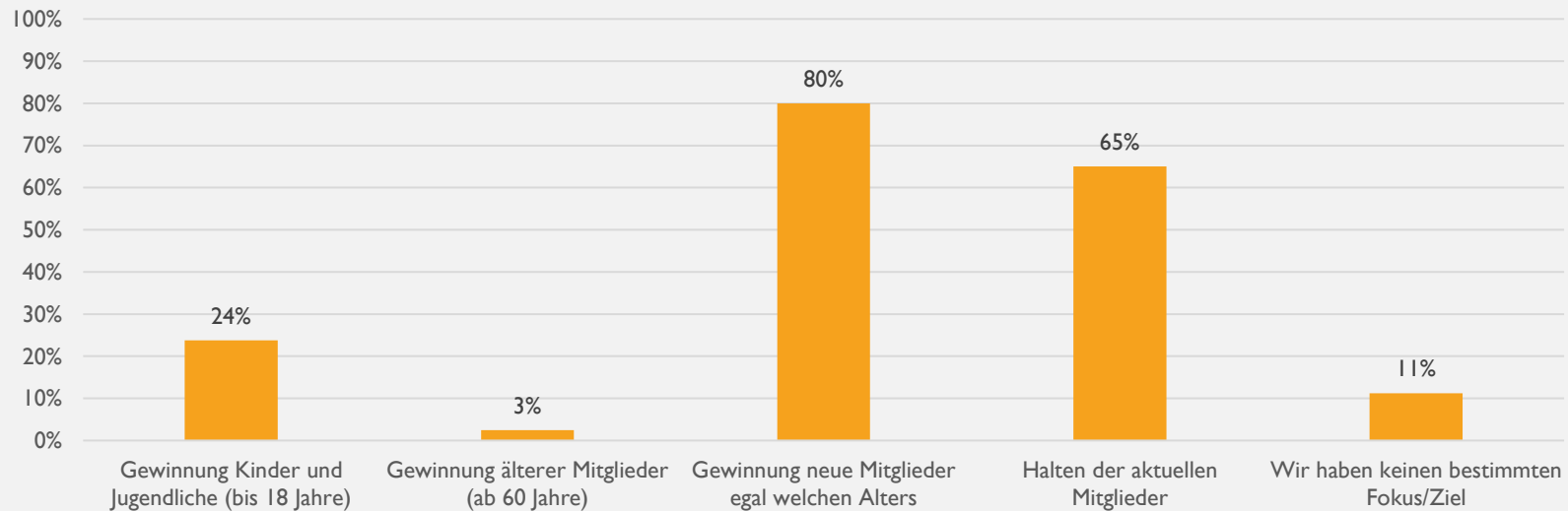
TENDENZIELLE ORIENTIERUNG DER VEREINE (N=80)



- Die Vereine bieten vor allem breitensportliche Aktivitäten an

VEREINSSTRUKTUR

ZIELSETZUNG DER VEREINE MEHRFACHAUSWAHL (N=80)



- Keine spezielle Altersklasse im Fokus
- Es ist für die Vereine ebenso ihre Mitglieder zu halten

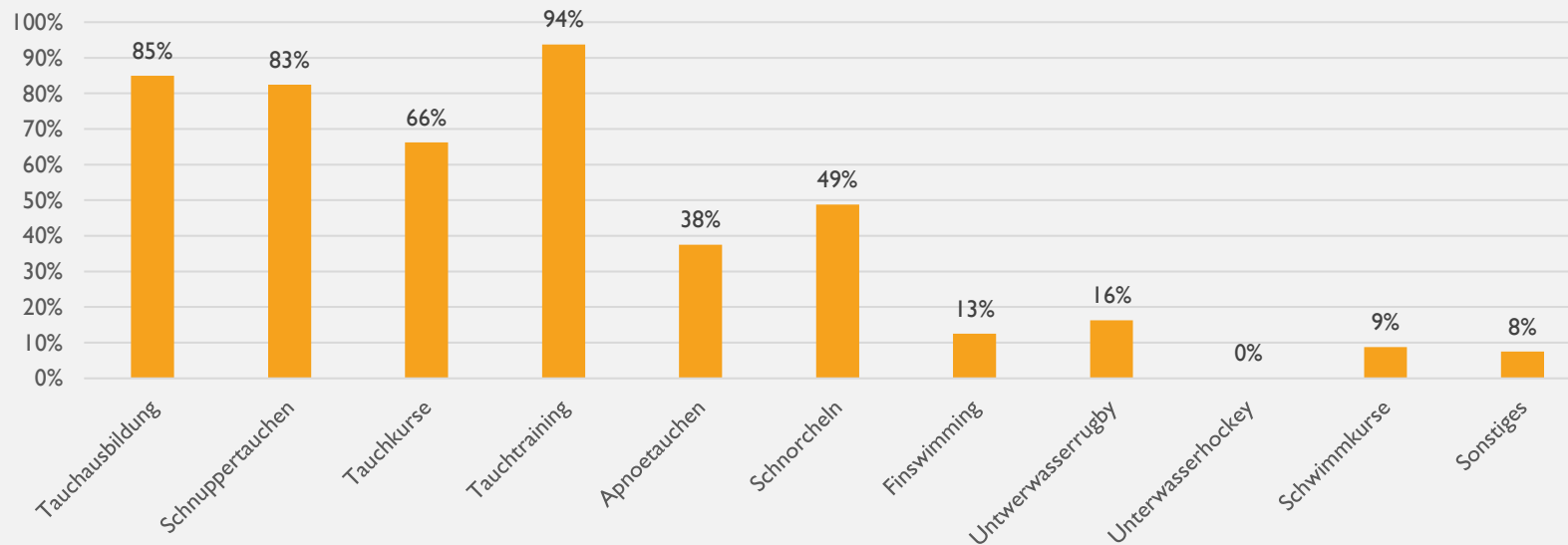
VEREINSSTRUKTUR

ZIELSETZUNG DER VEREINE SONSTIGES (N=3)

- „Anteil weiblicher Mitglieder erhöhen“
 - „Halten, mit leichtem Zuwachs“
 - „Wir haben keinen Jugendausbilder und damit keine Jugendgruppe“
- Zitate

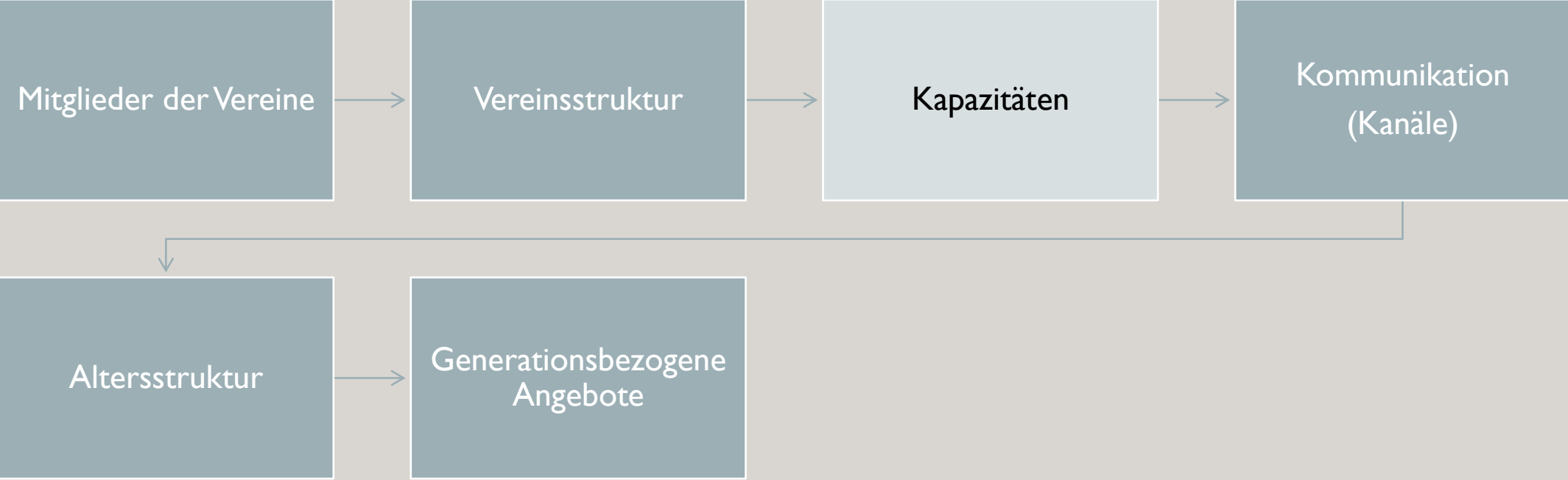
VEREINSSTRUKTUR

LEISTUNGSANGEBOT IN DEN VEREINEN MEHRFACHAUSWAHL (N=80)



- Tauchtraining, Tauchausbildung und Schnuppertauchen wird nahezu in jedem Verein angeboten
- Aktuell sind Schwimmkurse in den Vereinen unterrepräsentiert

WIE IST DER AKTUELLE STAND IN DEN VEREINEN?



KAPAZITÄTEN

TAUCHKURSE

- Wie viele Tauchkurse werden wöchentlich angeboten? (N=75)
 - 68% bieten keine Kurse an, 21% bieten einen Kurs an
- Kursauslastung (N=38)
 - Mittelwert: 42%

✓ Vereine sehen die Option die Teilnehmeranzahl in den Tauchkursen (50%) und TG (90%) zu erhöhen (siehe Folie 114 und 116 im Anhang)

TRAININGSGRUPPEN (TG)

- Wie viele TG werden wöchentlich angeboten? (N=78)
 - 35% bieten eine TG an, 34% bieten 2 TG an
- Auslastung der TG (N=72)
 - Mittelwert: 38,2%

KAPAZITÄTEN

BECKENZEITEN

- Beckenzeiten pro Woche (N=76)
 - Mittelwert: 2,84 Stunden \approx 170 Minuten
 - Modus: 2 Stunden (37%)
 - Ausbau der Beckenzeiten
 - 97% sehen keine Möglichkeit die Kapazitäten der Beckenzeit auszubauen (N=71)
- Nur wenige Vereine haben die Möglichkeit die Kapazität der Beckenzeiten auszubauen

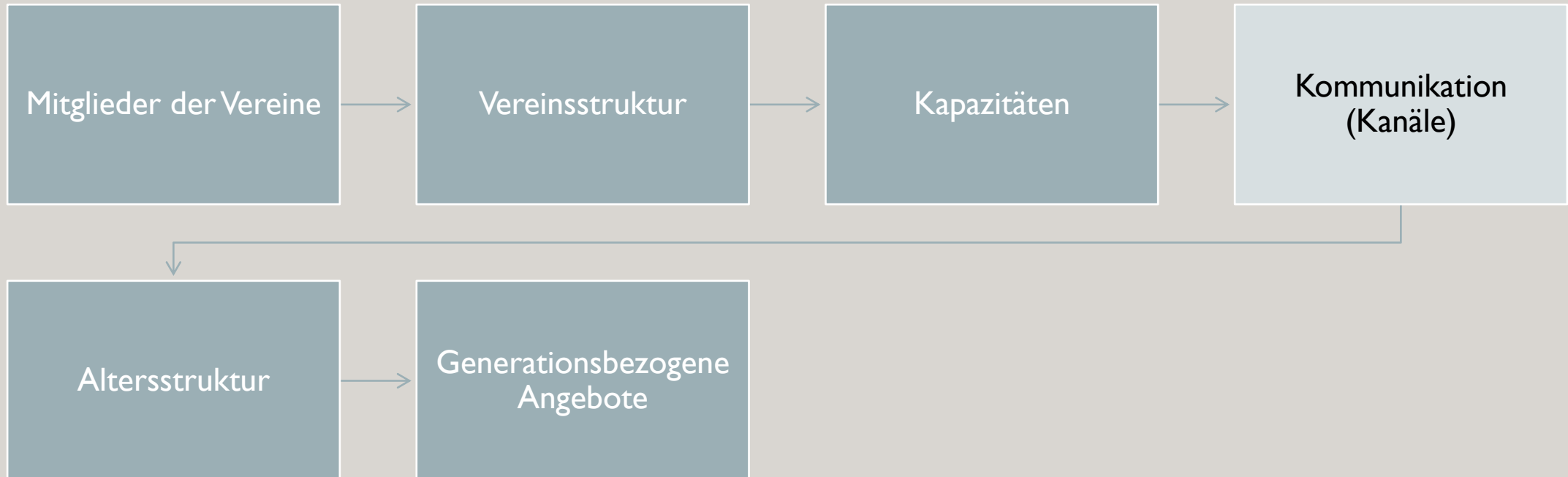
KAPAZITÄTEN

BECKENZEITEN

GRÜNDE, WARUM DER AUSBAU DER BECKENZEITEN **NICHT** MÖGLICH IST

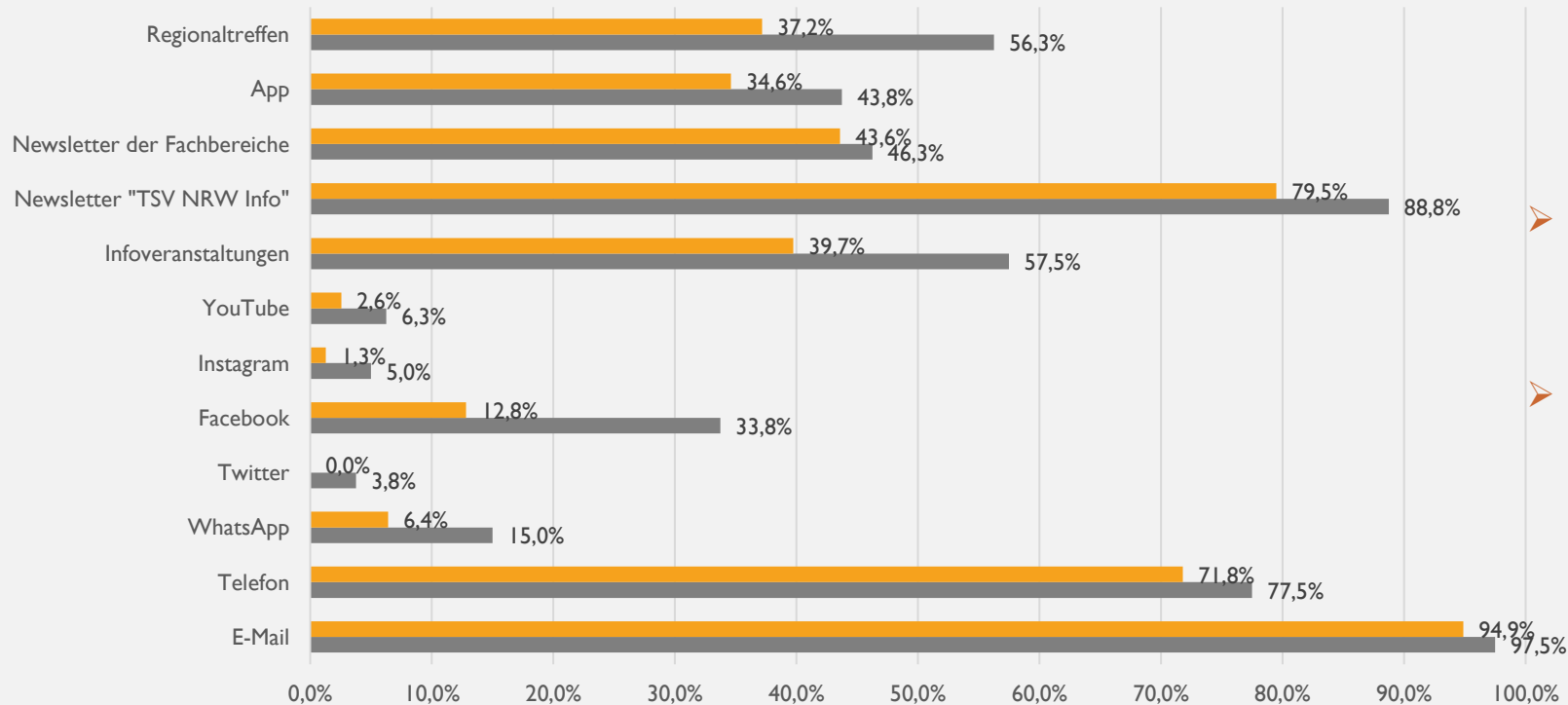
1. Von der Stadt vorgegebene Zeiten
 - „Willkür des städtischen Betreibers“ – Zitat
 - „Schwimmvereine werden priorisiert“ – Zitat
2. Es stehen keine weiteren Zeiten zur Verfügung
 - Besonders im Raum Köln
 - Zeiten werden hart umkämpft – Konkurrenz mit anderen Wassersportvereinen
3. Zu wenig qualifizierte Trainer*innen
4. Wenig Teilnehmer*innen – kein Bedarf

WIE IST DER AKTUELLE STAND IN DEN VEREINEN?



KOMMUNIKATION

BEKANNTE UND GENUTZTE KOMMUNIKATIONSKANÄLE MEHRFACHAUWAHL (N=81)

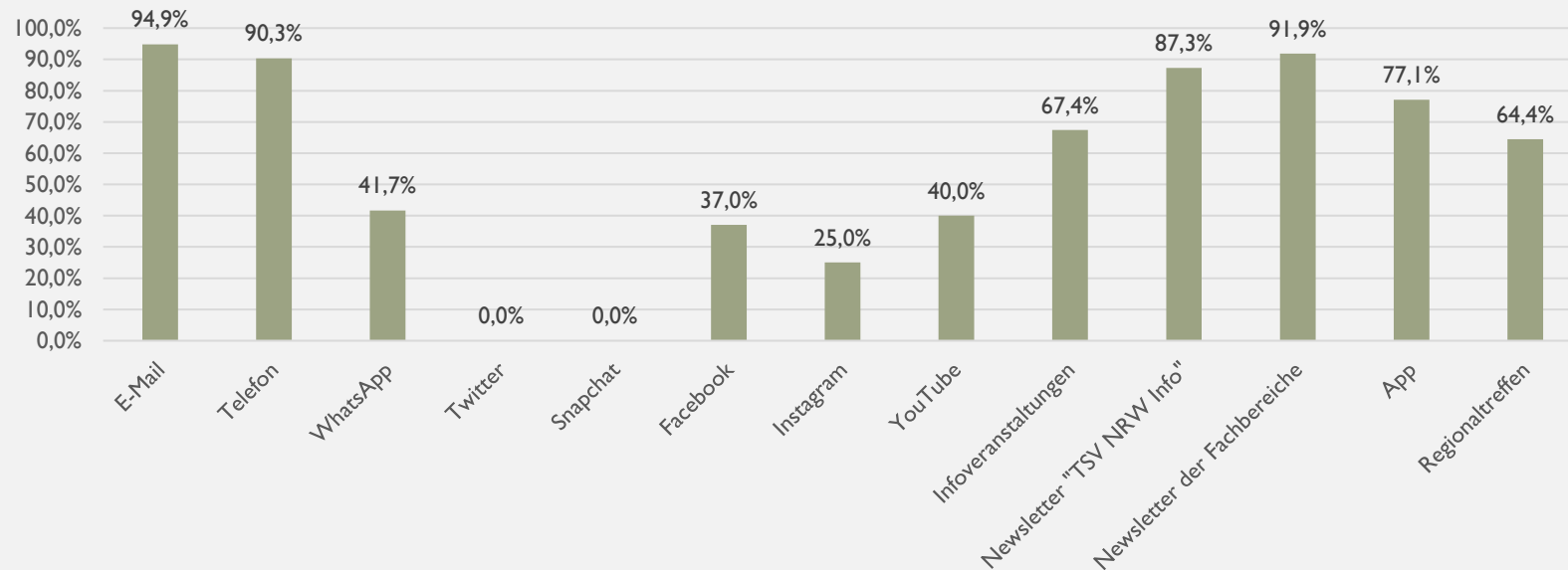


➤ Manche Kanäle (z.B. Instagram) sind „bekannt“, existieren jedoch nicht
→ Wunsch der Mitglieder?

➤ Soziale Netzwerke werden weniger genutzt als E-Mail, Telefon oder Newsletter

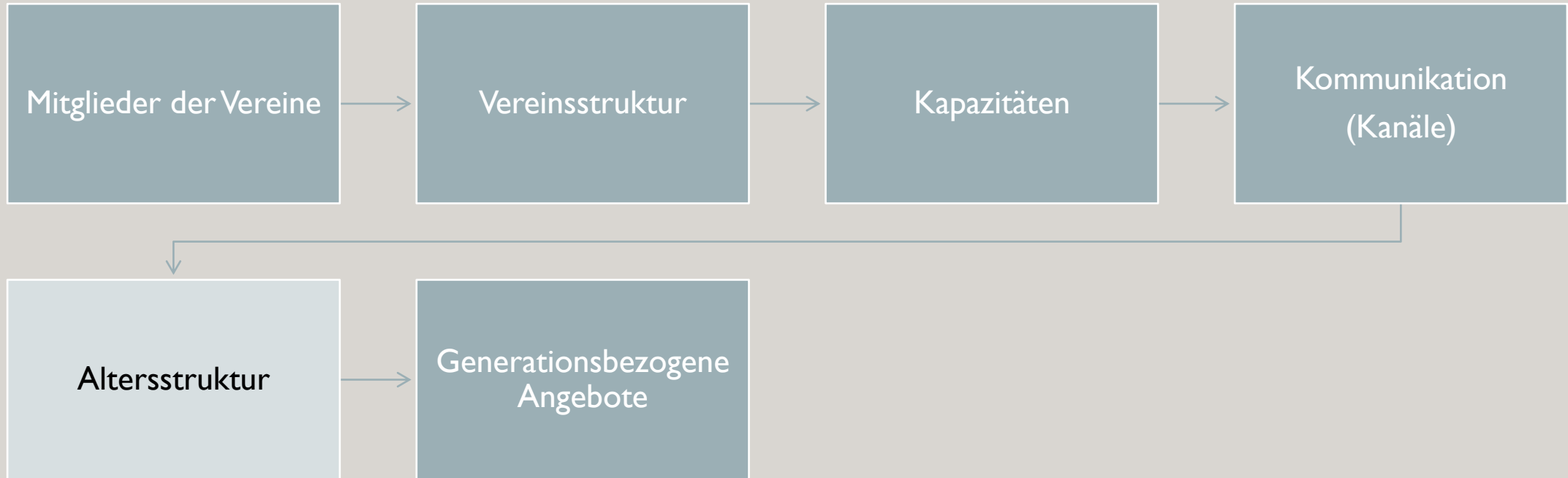
KOMMUNIKATION

WELCHE KOMMUNIKATIONSKANÄLE SIND BEKANNT UND WERDEN AUCH GENUTZT?



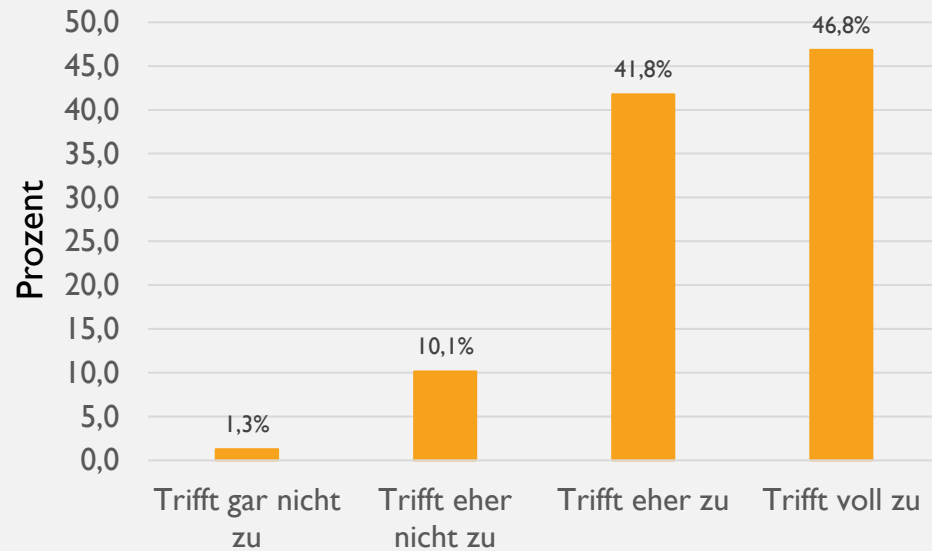
- E-Mail, Telefon und Newsletter sind sehr bekannt, werden häufig genutzt und wurden mit „gut“ bewertet (siehe „Bewertung der Kommunikationskanäle“ auf Folie 122 im Anhang)

WIE IST DER AKTUELLE STAND IN DEN VEREINEN?

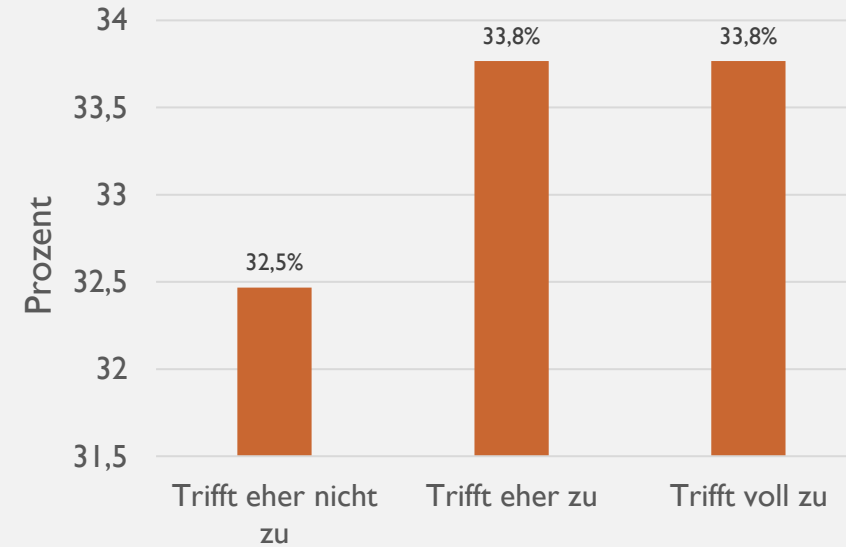


ALTERSSTRUKTUR

BETROFFENHEIT VON EINER
ALTERNDEN MITGLIEDERSTRUKTUR
(N=79)



WAHRNEHMUNG DER ALTERNDEN
MITGLIEDERSTRUKTUR ALS
PROBLEM(N=77)



- Die große Mehrheit der Vereine erkennt die alternde Mitgliederstruktur im Verein, 32,5% sehen dies jedoch nicht als ein Problem

ALTERSSTRUKTUR

GEGENMAßNAHMEN DER VEREINE

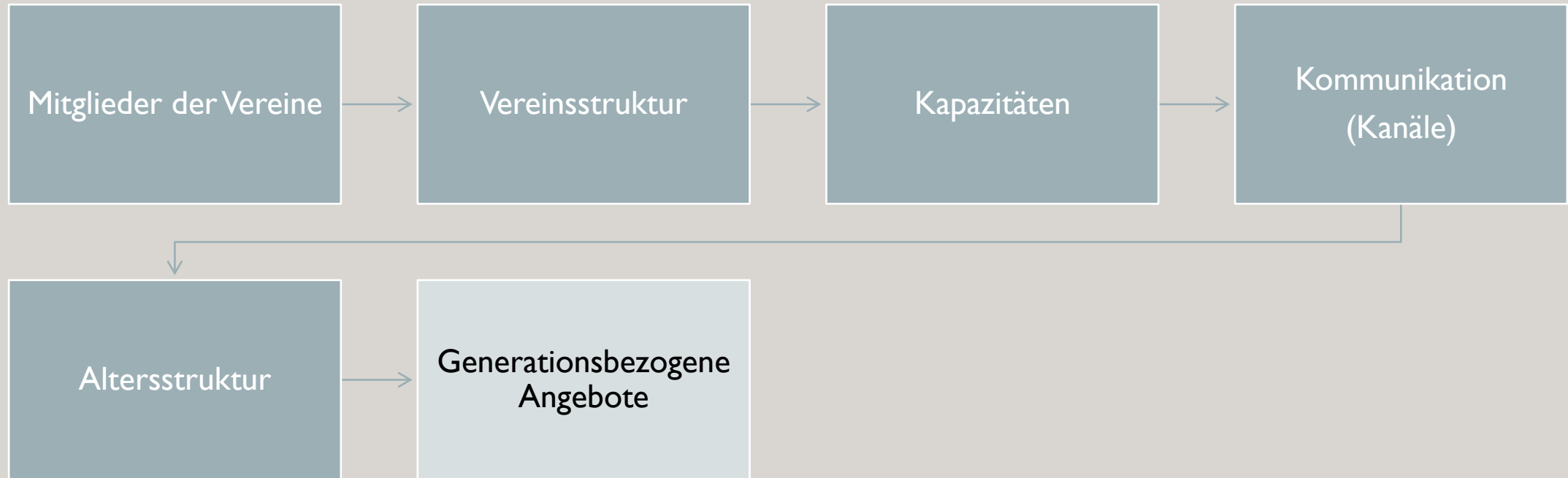
1. Aktive Förderung und Unterstützung junger Mitglieder
 - Ausbau/ Aufbau Jugendabteilung – gemeinschaftliches Umfeld im Verein schaffen
 - Kinder- und Jugendausbildung / -training
 - Kinder- und Jugendfreizeiten
2. Akquise neuer Mitglieder
 - Aktive Werbung von Jugendlichen durch Kooperationen mit (Hoch-)Schulen
 - Werbung in örtlichen Vereinen
 - Schnupperangebote / Tauchevents
 - Mehr Nutzung von sozialen Medien
3. Derzeit werden keine Maßnahmen ergriffen
 - Mangel an Tauchlehrer*innen/ Trainer*innen

ALTERSSTRUKTUR

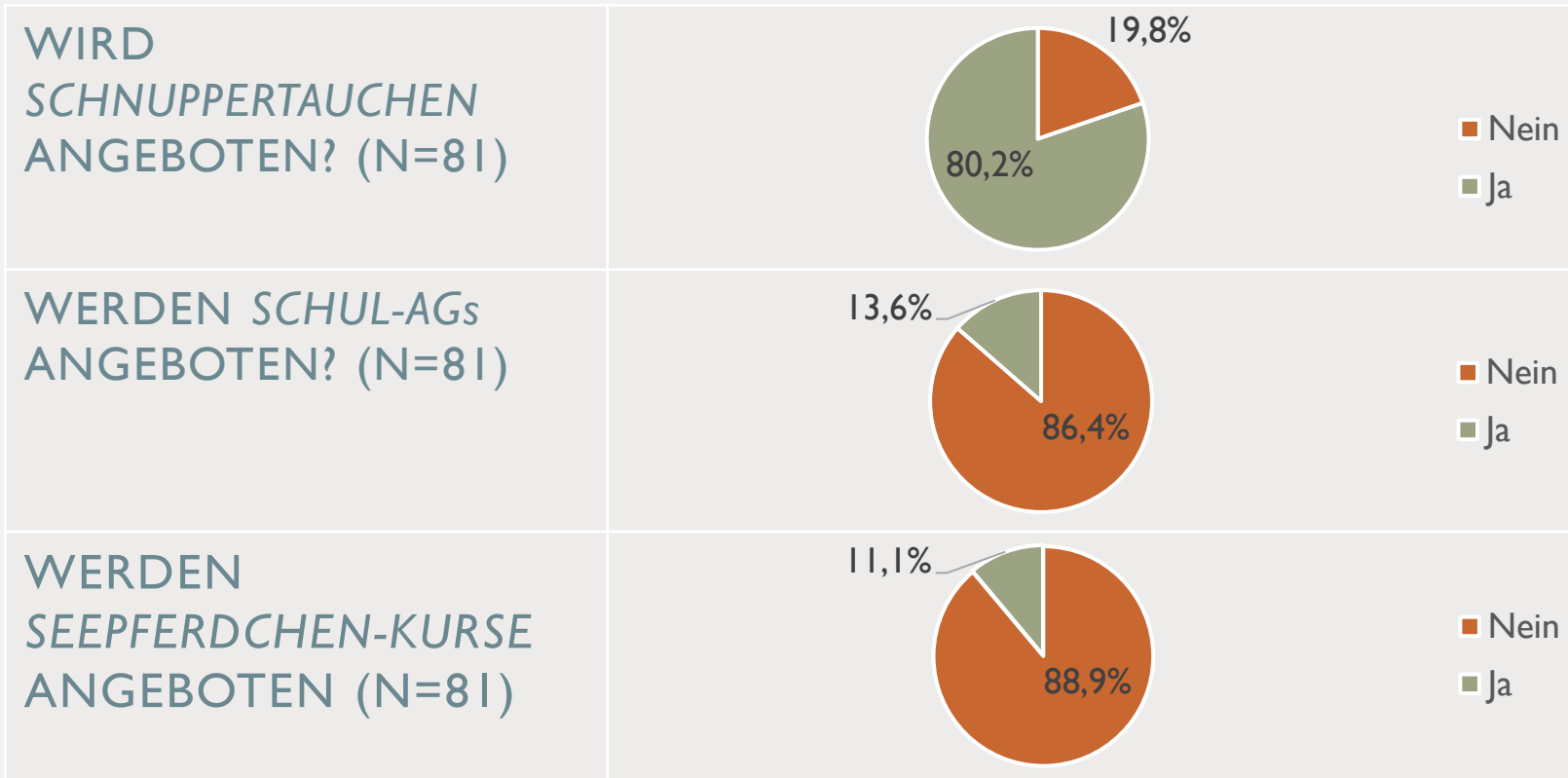
GRÜNDE, WARUM DIES **KEIN** PROBLEM DARSTELLT

1. Ältere Mitglieder halten und stärken den Verein
 - Jugendliche arbeiten weniger ehrenamtlich als Ältere
2. Nachfrage neuer Mitglieder ist (noch) gegeben
 - Fokus liegt schon auf Jugendarbeit – Mitgliederstruktur entwickelt sich gegen den Trend
 - Fokus auf Familienattraktivität
3. Fokus auf Reaktivierung von inaktiver Mitglieder

WIE IST DER AKTUELLE STAND IN DEN VEREINEN?



GENERATIONSBEZOGENE ANGEBOTE KINDER & JUGENDLICHE

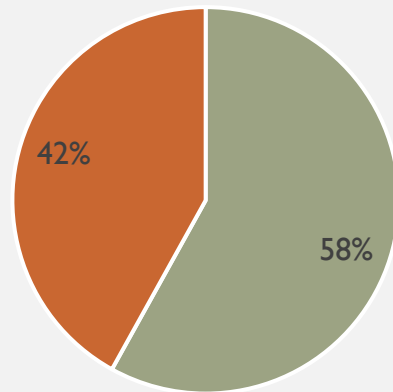


GENERATIONSBEZOGENE ANGEBOTE *KINDER & JUGENDLICHE (SONSTIGES)*

1. Tauchausbildung für Kinder und Jugendliche
 - Schwimmbabzeichen/ Tauchscheine
 - „Tauchausbildung KTSA, Otter und Robbe“ – Zitat
2. Jugendabteilung und -training
 - Landesjugendtreffen
 - Schnorchel Kurs
 - Schwimmen in Freigewässer
3. Vereinsaktivitäten
 - Eigene Feste
 - Freizeitfahrten
 - Tauchausflüge
 - Betreuung der Kinder in Vertretung der Erziehungsberechtigten

GENERATIONSÜBERGREIFENDE ANGEBOTE

VORHANDENSEIN VON GENERATIONEN ÜBERGREIFENDEN ANGEBOTEN IM VEREIN (N=81)



■ Ja ■ Nein

WELCHE GENERATIONEN ÜBERGREIFENDE ANGEBOTE GIBT ES IN DEN VEREINEN?

1. Vereinsveranstaltungen und Training (außer Jugendtraining)
 - Vereinsfeste (Sommerfest, Weihnachtsfeier, usw...)
 - Tauchen in Freigewässer
 - Tauchfahrten und -urlaube
 - Familienkurse
 - Gemeinsames Tauchen
2. Veranstaltungen außerhalb des Vereins
 - Konzertbesuche
 - Grillabende

WIE STEHT ES UM DEN KONTAKT BZW.
AUSTAUSCH ZWISCHEN DEM
VERBAND UND DEN VEREINEN?

2. Problemstellung

WIE STEHT ES UM DEN KONTAKT BZW. AUSTAUSCH ZWISCHEN DEM VERBAND UND DEN VEREINEN?

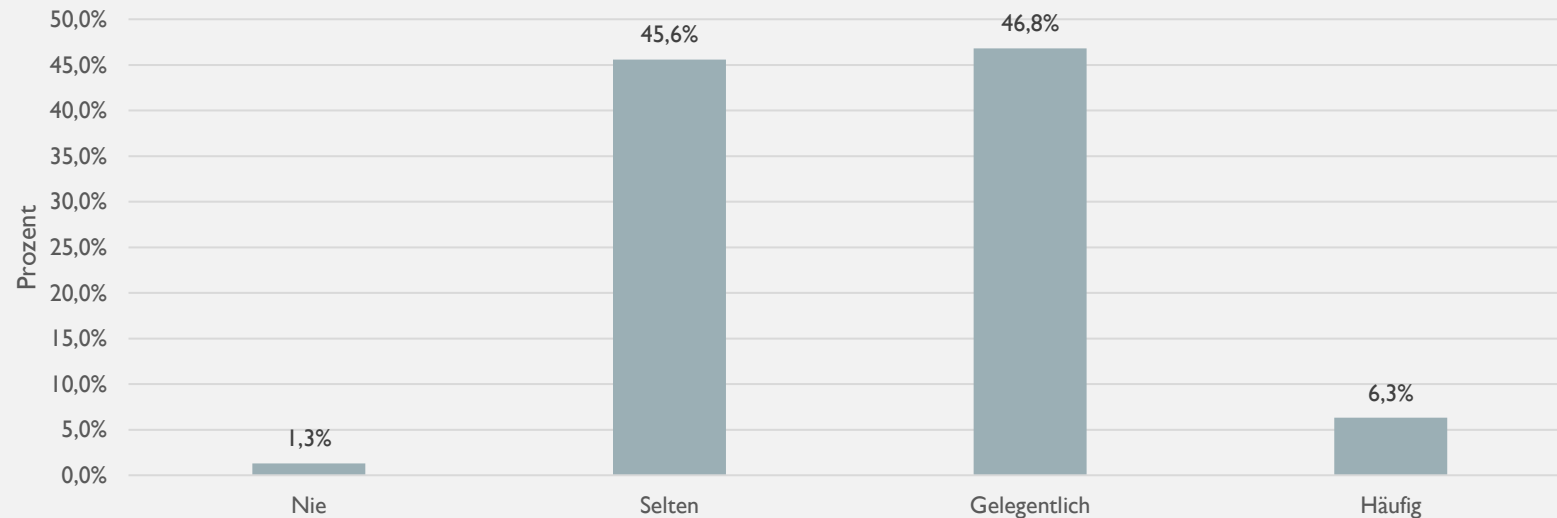
Kommunikation
mit dem
Verband



Unterstützung
vom Verband

KOMMUNIKATION MIT DEM VERBAND

WIE HÄUFIG KOMMUNIZIEREN SIE MIT DEM VERBAND? (N=79)



1= Nie
2= Selten
3= Gelegentlich
4= Häufig

Mittelwert = 2,58

➤ Im Durchschnitt kommunizieren die Vereine selten bis gelegentlich mit dem Verband

KOMMUNIKATION MIT DEM VERBAND

IST IHNEN EINE REGELMÄßIGE KOMMUNIKATION MIT DEM
VERBAND WICHTIG? (N=48)

ANTWORT: JA (70,8%)

1. Kenntnis von Neuigkeiten/Informationen
 - „Neuigkeiten, Schulungen/ Ausbildung/ Weiterbildung“ – Zitat
 - „Es ist wichtig alle Vereinsmitglieder auf dem Laufenden zu halten und aktuelle Information zu Ausbildung, Veranstaltungen usw. zu erhalten.“ – Zitat
2. Hilfe bei Fragen
 - „Fragen in der Aus- und Fortbildung sowie Mitgliederfragen.“ – Zitat
3. Kontakt beibehalten

ANTWORT: NEIN (29,2%)

- Fehlende Zeit
- Kaum Rücksprachebedarf
- Newsletter informieren bereits
- Bei Fragen sind Ansprechpartner kompetent und schnell erreichbar
- Verband ist für Vereinsarbeit nicht wichtig
- Unklarheit wie Verband dem Verein überhaupt helfen kann
 - „Kommunikation erfolgt nur, wenn irgendwas nicht stimmt“ – Zitat

KOMMUNIKATION MIT DEM VERBAND

WAS DEN VEREINEN BEI DER KOMMUNIKATION WICHTIG IST

1. **Kompetenz und Fachberatung bei Problemen**
2. Zuverlässigkeit, Freundlichkeit und Flexibilität
3. Schnelle Unterstützung
4. Erhalt von Informationen / auf dem aktuellen Stand sein
5. Erreichbarkeit und Rückmeldung

KOMMUNIKATION

GESAMTBEWERTUNG DER KOMMUNIKATION

	Ø	1	2	3	4	5
Erreichbarkeit	4,14	★	★	★	★	★
Freundlichkeit	4,51	★	★	★	★	★
Allgemeine Zufriedenheit	4,08	★	★	★	★	★

1= Sehr unzufrieden
2= Unzufrieden
3= Weder unzufrieden
noch zufrieden
4= Zufrieden
5= Sehr zufrieden

➤ Im Durchschnitt ist die Kommunikation (sehr) zufriedenstellend

Zwei Angaben bei *unzufrieden* und *sehr unzufrieden*: „Angebote und Aktionen sind nur auf größere Vereine zugeschnitten“, „keine Antworten auf E-Mails“ – Zitate

WIE STEHT ES UM DEN KONTAKT BZW. AUSTAUSCH ZWISCHEN DEM VERBAND UND DEN VEREINEN?

Kommunikation
mit dem
Verband



Unterstützung
vom Verband

UNTERSTÜTZUNG VOM VERBAND

UNTERSTÜTZUNGSANGEBOTE DES VERBANDES, DIE DEN VEREINEN SPONTAN EINGEFALLEN SIND (BIS ZU 5 ANGABEN)

1. Informationsbereitstellung und Unterstützung bei Vereinsangelegenheiten
 - Kompetente Beratung
 - Bereitstellung von Sportgeräten/ Fachbüchern/ Infomaterial
 - Vernetzung mit lokalen Vereinen
 - Tauchgewässer/ Schwimmbäder
2. Aus- und Weiterbildung von Trainer*innen und Ehrenamtler*innen
 - Stipendien
3. Finanzielle Zuschüsse
 - Förderungsprogramme 1000x1000 / 40x250
4. Sonstige Angebote
 - Seminare (z.B. Umwelt, Medizin)
 - UW-Fotografie
5. Keine Unterstützungsangebote (4x)
6. „Bewegt Älter Werden“ (3x)
7. Jugendangebote (2x)

UNTERSTÜTZUNG VOM VERBAND

BEWERTUNG DER UNTERSTÜTZUNGSANGEBOTE

	Ø	1	2	3	4	5
Vereinsangelegenheiten	3,94	★	★	★	★	★
Aus- und Weiterbildung	4,18	★	★	★	★	★
Finanzielle Zuschüsse	3,77	★	★	★	★	★
„Bewegt Älter Werden“	4,5	★	★	★	★	★
Jugendangebote	4,0	★	★	★	★	★

1= Sehr unzufrieden
2= Unzufrieden
3= Weder unzufrieden
noch zufrieden
4= Zufrieden
5= Sehr zufrieden

- Im Durchschnitt sind alle genannten Unterstützungsangebote als (sehr) zufriedenstellend bewertet worden

UNTERSTÜTZUNG VOM VERBAND

WEITERE ANGEBOTE, DIE SICH VEREINE WÜNSCHEN

1. Mehr Ausbildungsangebote und –kurse
2. Mehr Unterstützung bei der Ausbildung und Vermittlung von Trainern*innen
3. Mehr Werbung für den Tauchsport
4. Unterstützung bei der Bereitstellung von Ausrüstung und Tauchgeräten
 - Für Anfänger*innen zum „Kennenlernen“
5. Kommunikation und Rückmeldung von dem Verband
6. Steuerliche und rechtliche Beratung
 - Rechtlicher Aufwand sehr hoch, um einen Tauchkurs zu belegen

WIE KANN MAN ÄLTERE MITGLIEDER
HALTEN UND (JUNGE) MITGLIEDER
GEWINNEN?

3. Problemstellung

WIE KANN MAN ÄLTERE MITGLIEDER HALTEN UND (JUNGE) MITGLIEDER GEWINNEN?

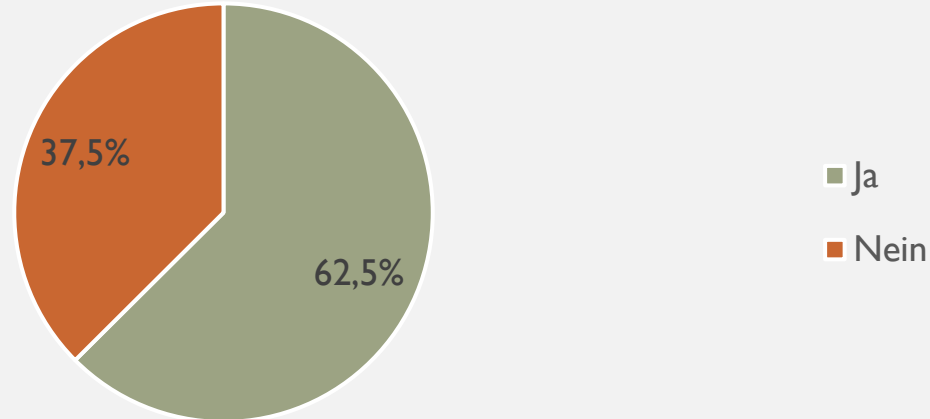
Mitgliedergewinnung



“Bewegt Älter
Werden”

MITGLIEDERGEWINNUNG

I) BESTEHT AKTIVE WERBUNG ZUR GEWINNUNG NEUER MITGLIEDER IM VEREIN? (N=72)



➤ Fast zwei Drittel der Vereine betreiben aktive Werbung

MITGLIEDERGEWINNUNG

2) BESTEHT AKTIVE WERBUNG ZUR GEWINNUNG NEUER MITGLIEDER IM VEREIN?

ANTWORT: **JA**

WERBUNG FÜR WELCHE ZIELGRUPPE?

1. **Jugendliche (ab 14) und junge Erwachsene (bis 30)**
2. Tauchsportinteressierte
3. Alle Altersgruppen – keine bestimmte Zielgruppe
4. Kinder (ab 8 oder 10)
5. Erwachsene (bis 60+)
6. Ausgebildete Trainer*innen/ Taucher*innen

- Hauptsächlich werden junge Menschen angeworben
- Trotzdem werden Mitglieder egal welchen Alters gesucht (Folie 34)

ANTWORT: **NEIN**

GRÜNDE GEGEN AKTIVE WERBUNG

1. **Konstante Nachfrage – Werbung nicht notwendig**
 - Mitgliedergewinnung durch Mundpropaganda
 - Stetig stabile Mitgliederanzahl
2. Mangel an Trainer*innen
3. Ungünstige Wasserzeiten in Bädern
4. Derzeit keine Angebote (z.B. Schnuppertauchen)
 - Grund: Corona (1x)

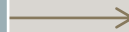
MITGLIEDERGEWINNUNG

WIE WERDEN NEUE MITGLIEDER ANGEWORBEN

1. **Webseite (+ Facebook)**
2. **Öffentlichkeitsarbeit**
 - Zusammenarbeit mit lokaler Presse (Zeitungsberichte)
 - Vorstellung des Vereins in Schulen und Schwimmbädern/ bei Stadtfesten und Ferienspielen
 - Infostände/ Aushänge/ Flyer
3. **Mundpropaganda – persönliche Ansprache**
4. **Schnuppertauchen/ Probetraining**

WIE KANN MAN ÄLTERE MITGLIEDER HALTEN UND (JUNGE) MITGLIEDER GEWINNEN?

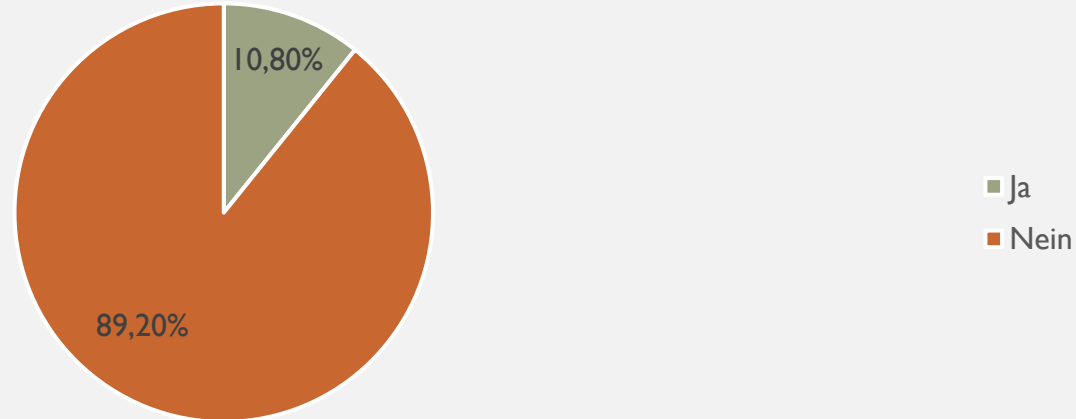
Mitgliedergewinnung



“Bewegt Älter
Werden”

BEWEGT ÄLTER WERDEN

HABEN VEREINE BEREITS ERFAHRUNGEN MIT DEM PROGRAMM
"BEWEGT ÄLTER WERDEN IN NRW" GEMACHT? (N=74)



- Fast 90% der Vereine haben keine Erfahrung mit „BÄW“ gemacht

BEWEGT ÄLTER WERDEN

I) „JA, MEIN VEREIN HAT BEREITS ERFAHRUNGEN MIT „BÄW“ GEMACHT“ (N=8)

WELCHE ANGEBOTE VON BÄW SIND BEKANNT?

- „Aktive persönliche Beteiligung“
- „Austausch, Gespräche, Ideenentwicklung“
- „Durch Fortbildung bezüglich dieses Themas“
- „Fortbildung“
- „Sportangebot altersentsprechend angepasst“
- „Vereins übergreifendes Bad Training“
- „Weiterbildung“

– Zitate

SPEZIELLE EIGENE ANGEBOTE DER VEREINE FÜR ÄLTERE

- „Bad Training“
- „Bewegungs- und Sportangebote“
- „es gibt keine speziellen Angebote, es wird auf individuelle Anforderungen eingegangen, egal ob älter oder jünger“
- „Es gibt keine speziellen Angebote“
- „Training“
- „Wassergymnastik“

– Zitate

BEWEGT ÄLTER WERDEN

I) „JA, MEIN VEREIN HAT BEREITS ERFAHRUNGEN MIT „BÄW“ GEMACHT“ (N=8)

RESONANZ AUF DIE ANGEBOTE BZW. WIRKUNG AUF TEILNEHMERZAHLEN

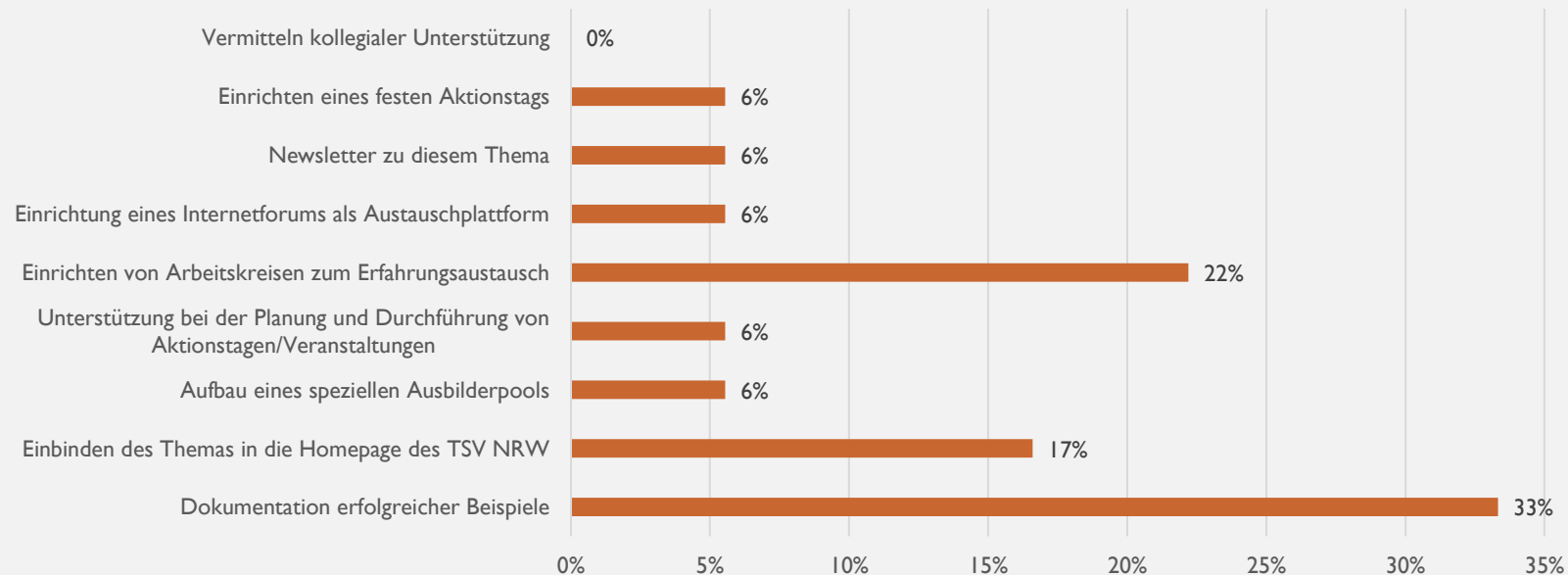
- „Außer einem festen Stamm an Teilnehmern/innen sehr zurückhaltend.“
 - „Bescheiden.“
 - „Es ist sehr gemischt. Manchmal gut, manchmal schlecht.“
 - „geht“
 - „Mäßig bis gut“
 - „sehr unterschiedliche, mal mehr mal weniger. Es trifft sich in der Regel die gleiche Gruppe“
- Zitate

➤ Resonanz fällt eher mäßig aus

BEWEGT ÄLTER WERDEN

I) „JA, MEIN VEREIN HAT BEREITS ERFAHRUNGEN MIT „BÄW“ GEMACHT“ (N=8)

UNTERSTÜTZUNGSWÜNSCHE DER VEREINE BEI DER UMSETZUNG VON ANGEBOTEN FÜR ÄLTERE (N=18)



➤ Best-Practice
Beispiele und
Austausch
werden von
Vereinen
gewünscht

BEWEGT ÄLTER WERDEN

2) „**NEIN**, MEIN VEREIN HAT KEINE ERFAHRUNGEN MIT „BÄW“ GEMACHT“ (N=66)

WÄRE „BÄW“ TROTZDEM RELEVANT FÜR IHREN VEREIN?

ANTWORT: **JA** (55,8%)

ANTWORT: **NEIN** (44,2%)

- | | |
|---|--|
| <ol style="list-style-type: none">1. Altersstruktur – Älter werdende Mitgliedschaft<ul style="list-style-type: none">• Potenzieller Markt• Programm attraktiv, um ältere Mitglieder zu halten• Gesundheit fördern2. Interesse am E- Learning | <ol style="list-style-type: none">1. Keine zielgruppenspezifische Werbung<ul style="list-style-type: none">• Angebot gilt für alle Altersgruppen• „Diskriminierung“ älterer Mitglieder – Inklusion aller Altersgruppe fördern2. Keine Kapazität<ul style="list-style-type: none">• Personal/ Ausbildungskurse/ Wasserzeiten3. Fokus liegt auf Anwerben von jungen Mitgliedern/ Ehrenamtlern4. Kein Bedarf – Hoher Zuwachs an älteren Mitgliedern gegeben |
|---|--|

INHALT

1. Projektphasen
2. Problemstellungen
3. Ist – Analyse: Mitglieder- und Bevölkerungsstrukturen im Umfeld
4. Ist – Analyse: Tauchsportverband NRW
5. Benchmarking
6. Auswertung der Umfrage
7. **Fazit**
8. Handlungsempfehlung
9. Anhang

FAZIT

- Demographischer Wandel ist unvermeidbar
 - **Aber:** Fehlendes Problembewusstsein in der älter werdenden Mitgliederstruktur
- Hohes Reaktivierungspotenzial bei passiven Mitgliedern vorhanden (ca. 55%)
- Wachstumspotenzial ist in den Vereinen gering, da die Kapazitäten fehlen
 - (Jugend-)Trainermangel
 - Konkurrenz um Beckenzeiten
 - keine Möglichkeit, um neue Mitglieder anzuwerben
- Hauptkommunikationskanäle sind
 - E-Mail (97,5%)
 - Telefon (77,5%)
 - Newsletter (88,8%)
- Medienpräsenz ist ausbaufähig
 - Aktualität
 - Regelmäßigkeit
 - Wahl des Kommunikationskanals

FAZIT

- Die Vereine wünschen sich
 - Regelmäßigen Informationsaustausch, kompetente und fachliche Kommunikation bei Problemen
 - siehe Verbandskommunikation
 - Mehr Ausbildungsangebote, Unterstützung bei der Ausbildung und Vermittlung von Trainer*innen (Trainerdatenbank)
 - Mehr Werbung für den Tauchsport
 - Unterstützung bei der Bereitstellung und Vermittlung (Koordination der Vereine untereinander) von Tauchsportgeräten
- „Bewegt Älter Werden“
 - Nur 10% der Vereine haben bereits Erfahrung mit dem Programm „BÄW“ gemacht
 - Eher negative Resonanz
→ geringer Mehrwert?
 - **Aber:** Für 55% der Vereine relevant bzw. besteht Interesse für die Zukunft

INHALT

1. Projektphasen
2. Problemstellungen
3. Ist – Analyse: Mitglieder- und Bevölkerungsstrukturen im Umfeld
4. Ist – Analyse: Tauchsportverband NRW
5. Benchmarking
6. Auswertung der Umfrage
7. Fazit
8. **Handlungsempfehlung**
9. Anhang

HANDLUNGSEMPFEHLUNG

- Reaktivierungsmaßnahmen für passive Mitglieder erarbeiten
- Vereine über die älter werdende Mitgliederstruktur informieren bzw. sensibilisieren
 - Vorteile der Jugendarbeit herausstellen
- Kinder- und Jugendangebot erweitern
 - Mehr Angebot, Werbung und Transparenz über Jugendarbeit und -projekte
 - Schul-AGs und Seepferdchen-Kurse anbieten
- Als Verband mögliche Kooperations- und Koordinationspartner (z.B. Vereine anderer Sportarten) anwerben
 - Konkurrenz um Wasserzeiten optimieren bzw. umgehen

HANDLUNGSEMPFEHLUNG

- Priorisierung und Pflege von Hauptkommunikationskanälen
 - Nutzung von Infoveranstaltungen, Regionaltreffen und Facebook deutlich geringer
 - Angebot unattraktiv bzw. unerreichbar?
 - Digitale Teilnahme schaffen bzw. beibehalten
- Verbesserung der Übersichtlichkeit/ Struktur/ Modernisierung der Webseite
- Stärken (z.B. Erreichbarkeit, Freundlichkeit) und hohes Niveau bei der Kommunikation beibehalten
 - Spezielle Sorgen und Anliegen von Vereinen noch mehr in den Fokus rücken
- Ausbau Kommunikation über soziale Medien
 - Social Media Schulungen bzw. Vorlagen für den Content schaffen
 - Bewusstsein für Soziale Medien als große Plattform für Jüngere bei Vereinen schaffen

HANDLUNGSEMPFEHLUNG

- Die Umsetzung von „Bewegt Älter Werden“ aufarbeiten
 - Bringt das Projekt der aktuellen Umsetzung den gewünschten Nutzen?
Steht der Aufwand im Verhältnis zum Nutzen?
 - Umfrage hat wenig Aussagekraft bezüglich „BÄW“ aufgrund der geringen Datengrundlage
 - Informationen bereitstellen und Dokumentation erfolgreicher Beispiele (Best-Practice-Vereine)
 - Einrichten von Arbeitskreisen zum Austausch und Fördergelder
 - Mehr Werbung für BÄW
 - bessere Sichtbarkeit auf Webseite



TSV NRW



HOCHSCHULE
KOBLENZ
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

VIELEN DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT!

INHALT

1. Projektphasen
2. Problemstellungen
3. Ist – Analyse: Mitglieder- und Bevölkerungsstrukturen im Umfeld
4. Ist – Analyse: Tauchsportverband NRW
5. Benchmarking
6. Auswertung der Umfrage
7. Fazit
8. Handlungsempfehlung
9. **Anhang**

GLOSSAR

Mittelwert (\bar{x})	Durchschnittswert
Median	Derjenige Wert, der genau in der Mitte einer Datenreihe liegt
Spannweite	Abstand zwischen dem größten und kleinsten Messwert
Modus	Derjenige Messwert, welcher am häufigsten vorkommt → Dichtester Wert
Standard- abweichung (SD/ σ)	Ein Streuungsmaß, welches angibt, wie stark die einzelnen Messwerte einer Grundgesamtheit um den Mittelwert herum „verstreut liegen“

IST-ANALYSE *TAUCHSPORTVERBAND NRW*

Kommunikationskanäle

TAUCHSPORTVERBAND NRW FACEBOOK

Post	Likes	Geteilt	Kommentar
Landesjugendtreffen (19.5)	6	2	0
Talentathlet Phil (16.5)	17	2	1
Korrektes Verhalten an Küsten (12.5)	6	2	0
Workshop (10.5)	16	6	0
Tauchtauglichkeit (10.5)	2	0	0
Nochmal TSU (5.5)	5	2	0
TLI Praxisprüfung (15.4)	27	2	0
Vorstandswahl (2.4)	26	2	0
Durchschnitt	13	2	0

TAUCHSPORTVERBAND NRW *YOUTUBE*

- YouTube
 - 23 Abonnenten
 - 8 Videos (das erste Video vor 6 Jahren, das Letzte vor 6 Monaten)
 - Median: 79 Aufrufe
 - Beliebtes Video (1552 Aufrufe)
 - VDST Tauchlehrerausbildung

BENCHMARKING

KOMPETITIVES BENCHMARKING

I. BAYERISCHER LANDESTAUCHSPORTVERBAND

- Webseite
 - Vereine nicht aufgelistet (nur Suchleiste)
 - Mitgliederzahl und Vereinszahl unbekannt
 - Aufbau der Webseite
 - veraltet, unübersichtlich, keine allgemeinen Informationen über Verband
- Angebote
 - Apnoe, Finswimming, UW-Rugby, UW-Hockey, Orientierungstauchen, Technical Diving, Tauchen für Menschen mit Behinderung
- Jugend
 - Jugendwochenende 2022 am Steinberger See
- Projekte
 - Taucher helfen Taucher (Ukraine)



I. BAYERISCHER LANDESTAUCHSPORTVERBAND KOMMUNIKATION

- Facebook
 - 241 Follower, 216 Personen gefällt das
 - 2-5 Beiträge im Monat
 - Facebook nicht auf Webseite verlinkt
 - Beliebte Beiträge
 1. Tauchlehrerprüfung und –ausbildung
 2. Tagungen
 3. Unterwasserrugby
 - Pro Beitrag (durchschnittlich): 20 Likes, 3,75 Kommentare und 2x geteilt

I. BAYERISCHER LANDESTAUCHSPORTVERBAND FACEBOOK

Post	Likes	Geteilt	Kommentar
Ausbildertagung (23.5)	2	0	0
Unterwasserrugby Vizemeister (20.5)	17	4	1
I I. Verbandstga/-versammlung (15.5)	28	3	7
Tauchlehrerprüfung (9.5)	45	6	13
Tauchlehrerprüfung (6.5)	44	3	14
Fotos von Beatrix Schmitt (6.5)	4	0	0
Tauchlehrerprüfung (13.3)	17	2	0
Video von BS (10.5)	4	0	(111 Aufrufe)
BS (25.2)	4	0	0
BS (6.1)	7	0	0
Weihnachten/Silvester (20.12)	27	0	0
Landesausbildertagung (9.10.21)	41	8	3
Durchschnitt	20	2	3,45

2. LANDESTAUCHSPORTVERBAND THÜRINGEN

- Webseite
 - Startseite: Aktuelles
 - 22 Vereine und 1.700 Mitglieder
 - E-Mail, Kontakt, Webseite angegeben
 - Aufbau der Webseite
 - übersichtlich und einfach
- Angebote
 - Apnoetauchen, Finschwimmung, Gerätetauchen, Unterwasserrugby
- Jugend
 - Jugend-Apnoe-Camp, Jugend-Tauch-Bio-Camp, Wettkämpfe



2. LANDESTAUCHSPORTVERBAND THÜRINGEN KOMMUNIKATION

- Facebook
 - 530 Follower, 488 Personen gefällt das
 - 2-3 Beiträge im Monat
 - viele Beiträge eines Vereines (TC Pöbneck)
 - Altersgruppe: ca. Ü40
 - Beliebte Beiträge
 1. Thüringer Meisterschaften
 2. Beitrag von VDST: Jugend(rekord)
 3. Beitrag von sportliches Thüringen : Podcast→ Repostete Beiträge von anderen Verbänden/Vereine beliebt
 - Pro Beitrag (durchschnittlich): 19 Likes, 0,375 Kommentare und 2,75x geteilt

3. LANDESTAUCHSPORTVERBAND THÜRINGEN FACEBOOK

Post	Likes	Geteilt	Kommentar
Arbeitseinsatz am Klingensee (22.5)	15	1	0
Beitrag TC Pöbneck e.V. (11.5)	12	0	0
Beitrag von VDST: Tauchtauglichkeit	5	4	1
VDST: Jugendrekord (25.4)	34	3	2
Buch Süßwasser Quellen (5.4)	15	3	0
Beitrag von Sportliches Thüringen: Podcast (23.3)	17	4	0
TC Pöbneck e.V. (21.3)	11	0	0
Thüringer Meisterschaften (23.1)	46	7	0
Durchschnitt	19	2,75	0,375

FUNKTIONALES BENCHMARKING

SCHWIMMVERBAND NORDRHEIN- WESTFALEN

- Webseite
 - 600 Vereine, 210.000 Mitglieder
 - Vereine nicht aufgelistet, nur Neuaufnahmen
 - Facebook und Instagram verlinkt
 - Social Media News auch auf Webseite
 - Aufbau der Webseite
 - Neu und modern, Unterwasserbild im Becken mit Effekten
- Angebote
 - Schwimmen, Wasserball, Wasserspringen, Synchronschwimmen, Aqua-Fitness, Aqua-Jogging, Aqua-Power, Wassergymnastik, Anfängerschwimmen, Seniorenschwimmen, Gesundheitsschwimmen, Aus- und Fortbildung von Trainer und Schwimmlehrern, Abnahme von Schwimmabzeichen



SCHWIMMVERBAND NORDRHEIN- WESTFALEN

- Jugend
 - Ferienfreizeit
 - J-Teams → kann jeder Verein gründen, realisieren Projekte für Jugendliche
 - ZeigDeinProfil – Vereinsentwicklung 2020 → Vereine analysieren ihre Kinder -und Jugendarbeit und entwickeln sie weiter

Folgendes wird analysiert:

1. Jugendvorstand, Eigenständigkeit, Strukturen
2. Sportliche Angebote
3. Außersportliche Angebote
4. Ehrenamt und Mitarbeiterentwicklung
5. Kooperationen, Partnerschaften, Netzwerke

SCHWIMMVERBAND NORDRHEIN- WESTFALEN

- Projekte
 - SchwimmAktiv → Initiative für Qualität und Sicherheit im Schwimmverein (Qualitätssiegel für Schwimmverein)
 - SchwimmGut → Zertifikat für qualitative Schwimmausbildung

SCHWIMMVERBAND NORDRHEIN- WESTFALEN *KOMMUNIKATION*

- Facebook
 - 2.343 Follower, 2.027 Personen gefällt das
 - Altersgruppe Ü40
 - 5-6 Beiträge im Monat
 - Posts decken sich zum Teil mit dem von Instagram
 - Beliebte Beiträge
 1. Image- Kampagne
 2. Lehrgang Nachwuchskader
 3. Erfolgreicher Turmspringer
 - Pro Beitrag (durchschnittlich): 8,83 Likes und 2,66x geteilt

SCHWIMMVERBAND NORDRHEIN- WESTFALEN FACEBOOK

Post	Likes	Geteilt	Kommentar
Anmeldung Lehrgänge (24.5)	0	0	0
Aqua Fitness (23.5)	3	1	0
Jaden Eikermann Turmspringen (20.5)	7	0	0
Nominierung Schwimmer	3	0	0
Online-Seminare (6.5)	3	1	0
Image-Kampagne Sport und Inklusion (6.4)	20	4	0
Lehrgang Nachwuchskader (5.4)	17	0	0
Durchschnitt	8,83	2,66	0

SCHWIMMVERBAND NORDRHEIN- WESTFALEN KOMMUNIKATION

- Instagram
 - 2.666 Follower, 557 Beiträge
 - Linktree in der Bio
 - Reihenfolge an Posts unvoreilhaft (Sportreise September)
 - Häufig verlinkt: @deutscher_schwimm_verband_ ; @sportjugendnrw ; @landessportbund_nrw
 - Beliebte Beiträge
 1. Meisterschaften
 2. Jugend EM Schwimmen
 - Mehr Likes für Beiträge mit Jugendlichen (Jugendlehrgang, usw...) → *Jugend nutzt eher Instagram*
 - Pro Beitrag (durchschnittlich): 136 Likes und 0,57 Kommentare

SCHWIMMVERBAND NORDRHEIN- WESTFALEN INSTAGRAM

Post	Likes	Kommentare	Sonstiges
Lehrgänge nächste Wochen	25	0	Lizenzverlängerung?
Erfolgreicher Lehrgang/folgender Kurs & Sportreise	77	0	Reihenfolge der Bilder ungünstig (Sportreise als 5. Bild)
Nominierung WM-Wasserspringen	79	1	Rechtschreibfehler (Badapest)
Recap NRW-Meisterschaften (Video)	219	1	Anregende Musik, Video ganz gut darauf geschnitten
Nominiert Jugend EM Schwimmen	125	0	
Recap NRW- Jahrgangsmeisterschaften (Video)	343	2	
Aufruf für Bilder & Videos für Reels	85	0	
Durchschnitt	136	0,57	

GENERISCHES BENCHMARKING

LEICHTATHLETIK-VERBAND NORDRHEIN

- Webseite
 - 2156 Vereine und ca. 68.000 Mitglieder
 - Aufbau
 - Sehr übersichtlich & modern
 - Slideshow Sponsoren
 - Schnellzugriff (Wettkampfkalender, Newsletter, Service Links, Downloads, Trainerbörse, Facebook, Instagram, YouTube)
 - Verlinkung zu den Homepages der 4 Regionen Nord, Süd, West, Ost
- Angebote
 - Wettkämpfe (Regeländerungen, Besten/Rekordlisten, Informationen); Aus/Fortbildungen (Lehrgänge, Konzepte, Arbeitshilfen); Leistungssport (Lehrvideos, Ansprechpartner, Kader, Förderung); Laufen & Gesundheitssport (Veranstaltungen, Abzeichen, Konzepte Gesundheitssport)



LEICHTATHLETIK-VERBAND NORDRHEIN

- Projekte
 - „Jung, sportlich, FAIR“ → Jugendliche über Fairplay schulen
 - „Extra-Zeit für Bewegung“ → Jugendliche in Bewegung bringen
 - „Ausdauer auf Dauer“ und „Laufend unterwegs“ → Menschen zu einer gesundheitsorientierten Lebensweise motivieren
- Jugend
 - Camps, Wettkämpfe, Informationen, Prävention-Angebote, Anti Doping
 - Schulsport: Fortbildungen, Infos, Arbeitshilfen, Sportunterricht, Sportabzeichen, Aktionen, Talentsuche/-förderung, Schulwettkämpfe Jugend trainiert für Olympia

LEICHTATHLETIK-VERBAND NORDRHEIN KOMMUNIKATION

- Facebook
 - 1.174 Personen gefällt das; 1.249 Follower
 - Unregelmäßige Posts
- Instagram
 - 1.754 Follower, 227 Beiträge
 - Linktree in der Bio
 - Einige Highlights (Veranstaltungen, Quiz)
 - Jeder Post hat den #lvn #lvnordrhein → in Suche nicht unter Leichtathletikverband Nordrhein zu finden

LEICHTATHLETIK-VERBAND NORDRHEIN KOMMUNIKATION

- YouTube
 - 97 Abonnenten
 - Ca. alle 5 Monate ein Video
 - Früher (vor 1 Jahr): regelmäßige Videos → mehr Aufrufe
 - 70 – 1500 Aufrufe
 - Übungsvideos und Erklärvideos sehr beliebt (> 1100 Aufrufe)
 - Winter Athletics Cup Challenges beliebt (> 250 Aufrufe)

UMFRAGE

Zusätzliche Fragen und Inhalte

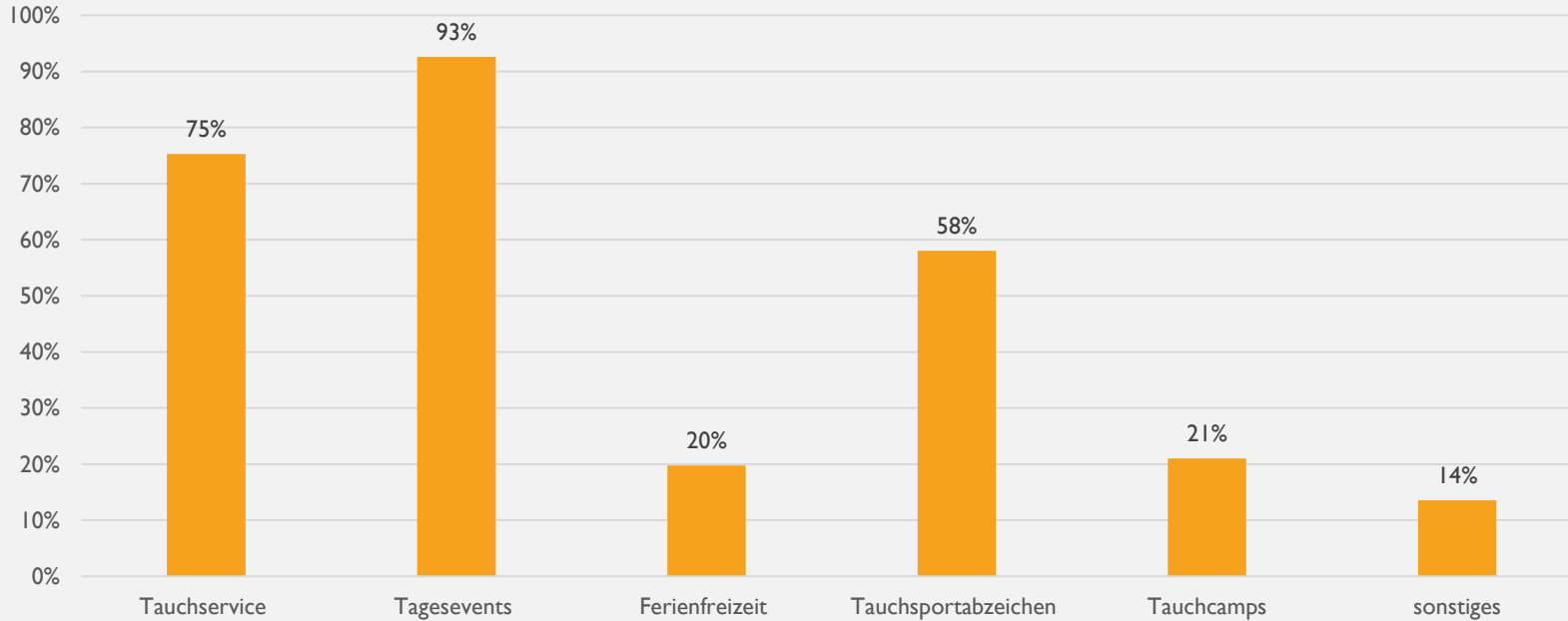
VEREINSSTRUKTUR

WAS IST DAS AKTUELLE LEISTUNGSANGEBOT? *SONSTIGES*

- „Seniorenachmittag“
 - „Tauchen als Schulsport“
 - „Tauchen im See“
 - „Unterwasserjenga“
 - „Wassergymnastik“
 - „Yachting“
- Zitate

I) WELCHE WEITEREN LEISTUNGEN BIETEN SIE ZU IHREM SPORTLICHEN ANGEBOT AN? MEHRFACHAUSWAHL

N= 81



2) WELCHE WEITEREN LEISTUNGEN BIETEN SIE ZU IHREM SPORTLICHEN ANGEBOT AN? *SONSTIGES*

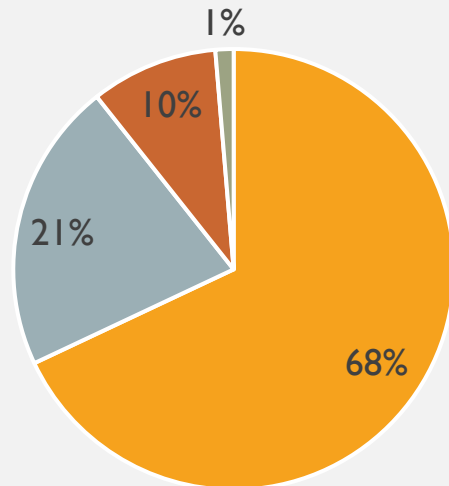
- **Vereinsfahrten (auch im Ausland)**
 - Tauchfahrten / -reisen / -urlaube
- „Flaschenfüllen, Vereinsheim, Flaschen TÜV, TTU“ – Zitat
- „Füllen der Tauchgeräte“ – Zitat
- „Safaris, auch für Nichttaucher“ – Zitat

KAPAZITÄTEN

Tauchkurse und Trainingsgruppen

ANGEBOT VON TAUCHKURSEN

WIE VIELE KURSE WERDEN ZURZEIT
WÖCHENTLICH ANGEBOten?
(KEINE FERIEENZEITEN) (N=75)



■ 0 Kurse ■ 1 Kurs ■ 2 Kurse ■ 15 Kurse

WIE SIEHT DIE GENERELLE
AUSLASTUNG DER KURSE AUS? (N=38)

- Spannweite: 0 – 100%
- Mittelwert: 38,2%
- Angabe „0 Kurse“ wurde dabei ausgelassen

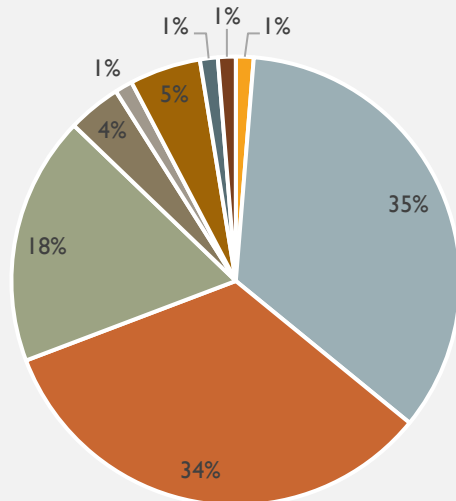
ANGEBOT VON TAUCHKURSEN

SEHEN SIE DIE OPTION IN IHREN KURSEN NOCH WEITERE
TEILNEHMER*INNEN AUFZUNEHMEN? (N=46)

- Ja: 50%
- Nein: 50%
- Die Aufnahme neuer Teilnehmer*innen lässt sich nicht verallgemeinern und ist stark vereinsabhängig mit den jeweiligen Gegebenheiten
- Sehr viele fehlende Antworten (42,5% Fehlend, bei N=80)

ANGEBOT AN TRAININGSGRUPPEN (TG)

WIE VIELE TRAININGSGRUPPEN WERDEN
ZURZEIT WÖCHENTLICH ANGEBOten?
(KEINE FERIEENZEITEN) (N=78)



0 TG 1 TG 2 TG 3 TG 4 TG 5 TG 6 TG 10 TG 15 TG

WIE SIEHT DIE GENERELLE
AUSLASTUNG DER TRAININGSGRUPPEN
AUS? (N=72)

- Spannweite: 0 – 99%
- Mittelwert: 38,17%
- Angabe „0 TG“ wurden dabei ausgelassen

ANGEBOT AN TRAININGSGRUPPEN (TG)

SEHEN SIE DIE OPTION IN IHREN TRAININGSGRUPPEN NOCH
WEITERE TEILNEHMER*INNEN AUFZUNEHMEN? (N=72)

- Ja: 90,3%
- Nein: 9,7%

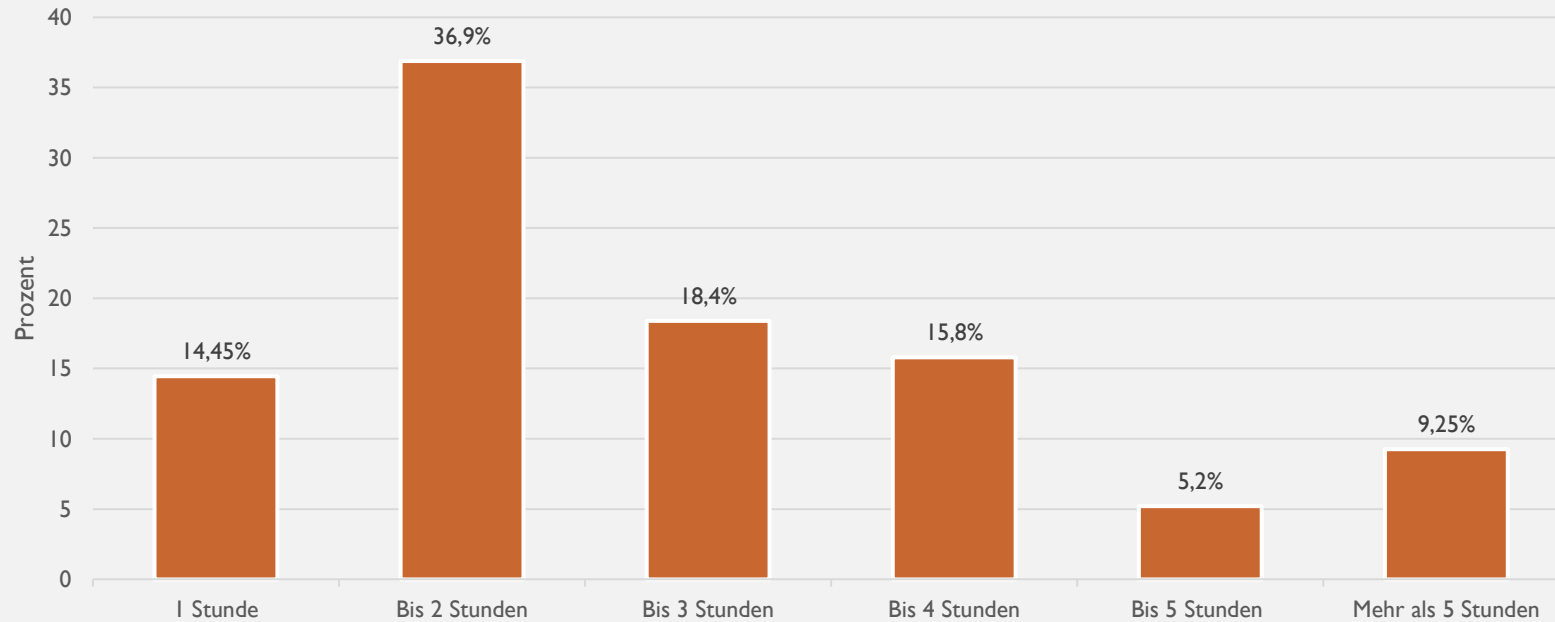
➤ Wachstum in den vorhandenen Trainingsgruppen ist möglich

KAPAZITÄTEN

Beckenzeit und alternative Räumlichkeiten für Training

WIE VIELE ZEITEN IM WASSER HAT IHR VEREIN PRO WOCHE?

N= 76



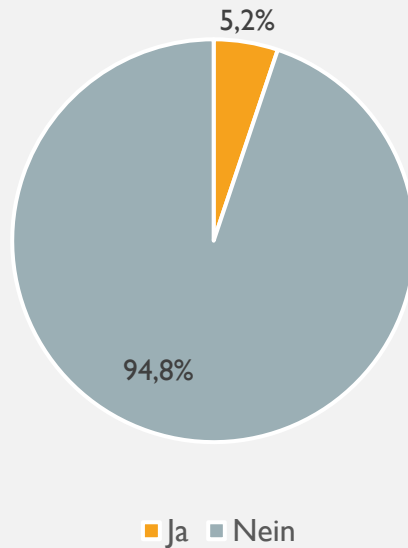
➤ Mittelwert: 2,84 Stunden

UM WIE VIELE STUNDEN KANN IHR
VEREIN DIE ZEITEN IM WASSER UNGEFÄHR
PRO WOCHEN AUSBAUEN? (N=3)

- „1 Stunde“
 - „3 Stunden“
 - „8 Stunden“
- Zitate

ALTERNATIVE RÄUMLICHKEITEN (TURNHALLE, GYMNASTIKRAUM, ETC.)

NUTZT IHR VEREIN WEITERE
RÄUMLICHKEITEN FÜR DAS TRAINING
AUßERHALB DES WASSERS? (N=77)

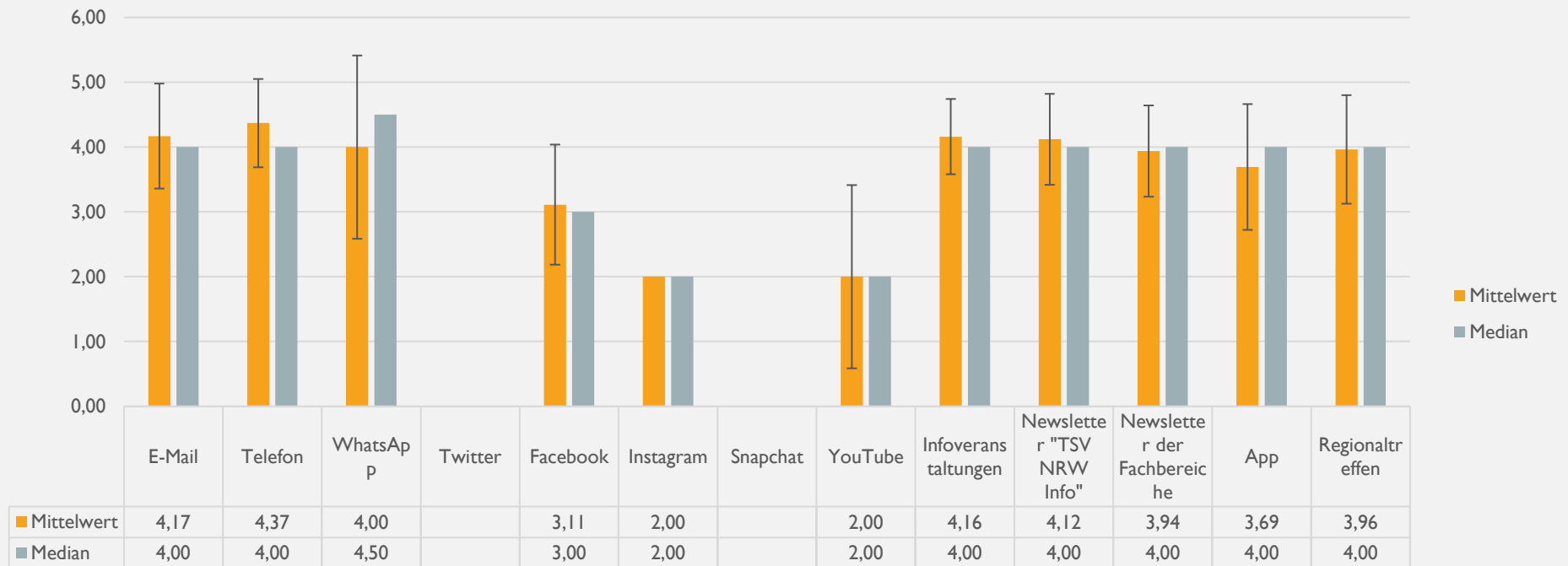


WIE VIELE STUNDEN PRO WOCHE
NUTZEN SIE DIE WEITEREN
RÄUMLICHKEITEN FÜR IHR TRAINING?

- 4 Antworten von Vereinen
 - 1 Stunde (3x)
 - 2 Stunden (1x)

KOMMUNIKATION

BEWERTUNG DER KOMMUNIKATIONSMITTEL



1 = sehr schlecht
5 = sehr gut

➤ Kanäle meist gut bewertet (außer YouTube)

WAS DEN VEREINEN BEI DER KOMMUNIKATION WICHTIG IST *SONSTIGES*

- „Keine Prioritäten“
 - „Online Kommunikation“
 - „Sorgen der Vereine mitteilen können“
 - „Spezielle Anliegen der Vereine mehr in den Fokus rücken“
 - „Transparenz“
- Zitate

WIE ZUFRIEDEN SIND SIE **ALLGEMEIN** MIT DER KOMMUNIKATION MIT DEM VERBAND?

	Sehr unzufrieden	Unzufrieden	Weder unzufrieden noch zufrieden	Zufrieden	Sehr zufrieden	Σ
Häufigkeit	1	3	11	35	26	76
Prozent	1,2	3,7	13,6	43,2	32,1	93,8
Median	4,00					
Mittelwert	4,08					
SD (σ)	0,876					

➤ Im Durchschnitt zufrieden

WIE ZUFRIEDEN SIND SIE MIT DER ERREICHBARKEIT DES VERBANDES?

	Sehr unzufrieden	Unzufrieden	Weder unzufrieden noch zufrieden	Zufrieden	Sehr zufrieden	Σ
Häufigkeit	0	3	11	35	28	77
Prozent	0	3,7	13,6	43,2	34,6	
Median						
Mittelwert	4,00					
SD (σ)	4,14					
	0,806					

➤ Im Durchschnitt zufrieden

WIE ZUFRIEDEN SIND SIE MIT DER **FREUNDLICHKEIT** DER VERBANDSANSPRECHPARTNER*INNEN?

	Sehr unzufrieden	Unzufrieden	Weder unzufrieden noch zufrieden	Zufrieden	Sehr zufrieden	Σ
Häufigkeit	0	2	5	21	48	76
Prozent	0	2,5	6,2	25,9	59,3	93,8
Median	5,00					
Mittelwert	4,51					
SD (σ)	0,739					

➤ Im Durchschnitt zufrieden bis sehr zufrieden

GENERATIONEN

Angebot für Berufstätige

HABEN SIE BESTIMMTE ANGEBOTE UM BERUFSTÄTIGE ZU GEWINNEN ODER ZU HALTEN? (N=58)

ANTWORT: JA (27,6%)

1. Attraktive und flexible Ausbildungs- und Wasserzeiten
 - Am Abend/ am Wochenende
 - Online
2. Kostenloses Schnuppertraining (am See)
3. Taucherstammtisch
4. Sportangebot an Firmen richten

ANTWORT: NEIN (72,4%)

1. Kein Bedarf – keine Nachfrage
 - Training sowieso abends/ am Wochenende
2. Mangel an Tauchlehrer*innen/
Trainer*innen und Ehrenamtler*innen
3. Keine Kapazitäten/ zu wenig Wasserzeiten
4. Keine Abgrenzung von bestimmten
Personengruppen
5. Termine/ Aktivitäten werden flexibel auf
Wunsch angeboten

BEWEGT ÄLTER WERDEN

„Ja, ich habe bereits Erfahrungen mit BÄW gemacht“

ZUSÄTZLICHE FRAGEN ÜBER EIGENE ANGEBOTE FÜR ÄLTERE

SEIT WANN BESTEHEN DIESE ANGEBOTE? (JAHRE)

- „1974“
 - „1995“
 - „2000“
 - „2007“
 - „0“
- Zitate

➤ Diese Frage bezieht sich auf Folie 70

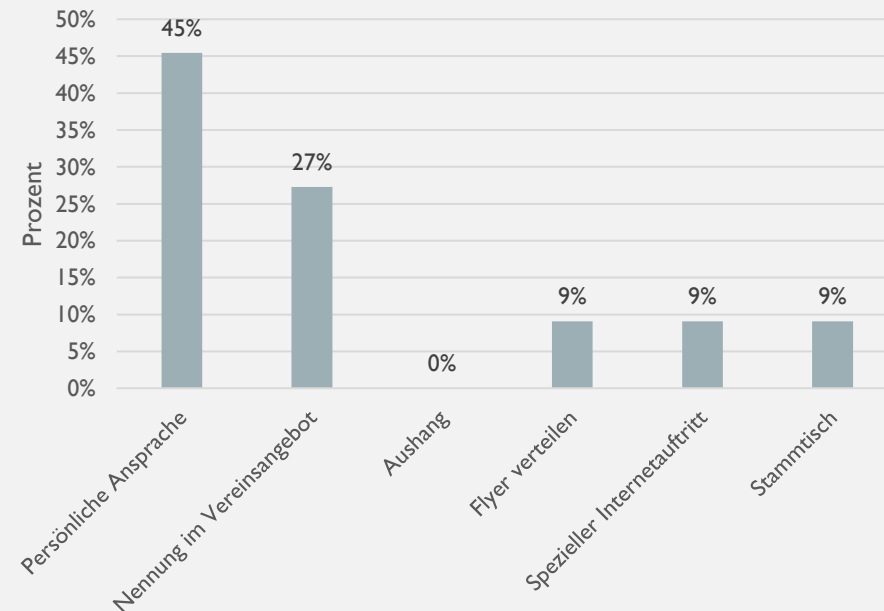
ZUSÄTZLICHE FRAGEN ÜBER EIGENE ANGEBOTE FÜR ÄLTERE

1) SPRECHEN SIE MIT IHREM ANGEBOT
EINE SPEZIELLE ZIELGRUPPE ÄLTERE AN?
WENN JA, WELCHE ALTERSGRUPPEN?

- „Nein“ (4x)
 - „40 bis 80“
 - „50 +“
- Zitate

➤ Diese Fragen beziehen sich auf Folie 70

2) WIE SPRECHEN SIE DIESE ZIELGRUPPE
AN BZW. WIE WERBEN SIE FÜR IHRE
ANGEBOTE (N=11)



ZUSÄTZLICHE FRAGEN

MEIN TAUCHSPORTVEREIN VERTRITT DIE INTERESSEN DER TAUCHER IM ALTER (N=7)

- Ja: 85,7%
- Nein: 14,3%

WIR HABEN AUSBILDER, DIE SICH SPEZIELL DAFÜR ENGAGIEREN (N=8)

- Ja: 62,5%
- Nein: 37,5%

WIR SENSIBILISIEREN UNSERE MITGLIEDER FÜR DIESES THEMA (N=6)

- Ja: 83,3%
- Nein: 16,6%

ZUSÄTZLICHE FRAGEN

WIR HABEN ANGEBOTE FÜR ÄLTERE TAUCHER (N=7)

- Ja: 71,4%
- Nein: 28,6%

➤ **JA:** WIE WERDEN DIESE GENUTZT? (N=5)

- Gering: 100%

➤ **NEIN:** WIR ENTWICKELN ANGEBOTE FÜR ÄLTERE TAUCHER (N=2)

- Nein: 100%

➤ **NEIN:** WIR SEHEN KEINEN BEDARF IN ANGEBOTEN FÜR ÄLTERE TAUCHER (N=1)

- Nein: 100%

ZUSÄTZLICHE FRAGEN

WIR WERBEN FÜR UNSEREN VEREIN MIT DIESEM THEMA (N=5)

- Ja: 40%
- Nein: 60%

WIR BEKOMMEN FÖRDERMITTEL FÜR DIESES THEMA (N=6)

- Nein: 100%

ÄLTERE MENSCHEN BEREICHERN MEINEN VEREIN (N=6)

- Ja: 100%

ZUSÄTZLICHE FRAGEN

TAUCHEN IM ALTER SOLLTE BERÜCKSICHTIGUNG IN DER
TAUCHSPORTÄRZTLICHEN UNTERSUCHUNG FINDEN (N=7)

- Ja: 85,7%
- Nein: 14,3%

WIR BRAUCHEN BREVETS ANGEPASST AN DIE LEISTUNGSFÄHIGKEIT DER
ÄLTEREN (N=6)

- Ja: 50%
- Nein: 50%

WÜNSCHE, LOB UND KRITIK

– Zitate

WÜNSCHE, LOB UND KRITIK

- „Meine persönliche Meinung? Manchmal ist weniger einfach mehr. In der heutigen Welt ist es schwierig, sich auf einen Bereich zu fokussieren. Überall erscheinen wichtige Themen. Nicht allein im Sport. Meist sind Ehrenamtliche nicht nur in einem Ehrenamt. Jedenfalls ist es bei mir so. Diese Ehrenämter nehmen sehr viel Zeit in Anspruch. Daher finde ich es angebracht, die Informationen allgemein auf das Wesentliche zu beschränken. Nicht alles wird als interessant angesehen. Gerade dann nicht, wenn alltägliche Aufgaben auch noch erfüllt werden müssen. Überschriften von Texten müssen/sollten in wenigen Worten/Buchstaben den Inhalt des Artikels widerspiegeln. So entscheidet man schon bei der Überschrift, ob der Text für einen interessant ist. Jeder Verfasser eines Berichtes wird seinen Text als allerwichtigstes darstellen. Doch alles kann man einfach nicht verarbeiten. Hilfen und Entbürokratisierung sollten seitens des Verbandes ausgearbeitet werden. Vereinfachungen mit den Behörden, die nicht jeder Verein selbst erstellen muss, sondern allgemein vom Verband getätigt werden sollten. Mitgliederzahlen gehen zentral an den Verband, doch unsere Kommune verlangt für die Sportstatistik weitere Informationen um diese in irgendwelchen Grafiken in Linien und Kreisen darzustellen. Der bürokratische Aufwand ist aus meiner Sicht zu hoch. Vergabe von Förderungen sollte nicht an der Bereitschaft scheitern, diese bürokratischen Umfragen zu erstellen. Diese Herausforderung trifft mich jedes Jahr. Erstelle ich die Statistiken für unseren Verein nicht, werden uns die Badzeiten oder Förderungen versagt. Und dabei hat sich seit der letzten Abfrage nichts geändert. Trotzdem werden Daten verlangt. Wünschenswert, eine zentrale Stelle, wo auf das Minimum reduzierte Informationen für Förderungsmittelgeber zur Verfügung stehen. Eine Vereinfachung der Regeln zum Schnuppertauchen. Vorgabe durch den Verband: beschränkte Tauchtiefe (2,50 m), möglicher Altersbereich, Ausschlusskriterium. Wenn alles gegeben ist, sollte auf den Haftungsausschluss verzichtet werden können. Falls doch etwas passieren sollte, springt automatisch die Versicherung ein. Stattdessen werden jetzt Kinder und Jugendliche nach der Anzahl der täglich gerauchten Zigaretten gefragt und ob sie schwanger sind. Demnächst wird gefragt, ob die Schnuppertaucher schlafwandeln. Denn da darf drei Tage vor und nach Vollmond nicht getaucht werden. Die Bürokratie nervt allgemein. Ansonsten lieber TSV-NRW... ihr macht eure Sache schon SUPER! Ich persönlich fühle mich gut aufgehoben und erstklassig betreut und auch vertreten. Respekt, Kompliment und Anerkennung! Danke dafür, was ihr für den Verband, uns den Vereinen, alles macht.“

WÜNSCHE, LOB UND KRITIK

- „Im regionalen Umfeld ist der Wettbewerbsdruck durch kommerzielle Tauchunternehmen enorm groß. Mitgliederabwerbungen kommen immer wieder vor, und das, obwohl der Jahresbeitrag in dem kommerziellen Club (kein e.V.) deutlich höher ist als im ortsansässigen VDST Tauchsportclub. Das Leistungsangebot im Tauchsportclub ist deutlich besser als im kommerziellen Club.“
- „Die Homepage vom TSV-NRW und vom VDST ist mehr als schlecht. Mann sucht ewig. Wir sie II ND bei und dazu übergegangen, dass wir die Links zu unseren wichtigen Seiten direkt abspeichern.“
- „Ab wann ist man denn eigentlich alt?“
- „Wir sind ein relativ frisches Vorstandsteam und haben bestimmt noch viele Fragen.“
- „Warum nutzen wir Angebote im Zusammenhang mit "Älter werden" nicht? Wir sind froh, die Vorstandsämter besetzen zu können, die Ausbildung halbwegs zu bedienen und die UWR-Sparte läuft. Es findet sich niemand, der sich des Themas annimmt. Erreichbarkeit und Unterstützung durch den Verband: Letzte Anfragen/Bitten betrafen rechtliche Fragen. Da kommen Antworten leider spät oder gar nicht.“

WÜNSCHE, LOB UND KRITIK

- „Nicht TSV NRW sondern eher VDST: Bessere Zuordnung wer wofür zuständig ist, TSV NRW: Onlineplattform für Kursanmeldung etwas übersichtlicher gestalten. Unterlagen zum Eintragen von Information die für die APP nötig sind ggf. auch auf der Website platzieren (vielleicht ist Sie ja schon online, aber ich habe diese bisher nicht gefunden)“
- „Es gibt keine erkennbare Unterstützungskultur für kleine Vereine, weder seitens des Verbandes noch seitens der Kommunen.“
- „Unser Problem sind fehlende Ausbilder insbesondere Jugendausbilder. Die Bereitschaft zu ehrenamtlichen Engagement nimmt ab. Der Zeitaufwand für die Übungsleiterausbildung wirkt abschreckend. Generell wird die Sportausübung im Verein kritisch gesehen, da man sich festlegen muss. Die Attraktivität des Tauchsportes nimmt ab.“

WÜNSCHE, LOB UND KRITIK

- „Die Mitarbeit von Jüngeren solle auch auf Verbandsebene mehr gefördert werden.“
- „Vielen Dank, ich hoffe, die Auswertung wird öffentlich bekannt gegeben“
- „Den Landesverband kann ich nur loben. Er gibt sich große Mühe die Vereine aktiv zu unterstützen. Leider nehmen nicht alle Vereine die Angebote des TSVNRW wahr. Ich kenne Vorstände in anderen Tauch Vereinen die sich an rein gar nichts beteiligen.“
- „Kooperationen mit Herstellern, die gewillt sind ehrenamtliche Vereine in der Anschaffung und Unterhaltung der Vereins-Ausrüstung zu fördern und zu unterstützen. Förderprogramme durch TSVNRW, LSB, DSB und VDST die genau diese Problematik fördern. Die bislang gelaufenen Förderungen haben Investitionen und Ersatz von Trainingsmaterial ausgeschlossen. Eigentum von Immobilien ist eher selten denke ich“

WÜNSCHE, LOB UND KRITIK

- „Gut, dass sich überhaupt jemand Gedanken über die Probleme in den Vereinen macht.“
- „Danke für die umfangreichen Weiterbildungsangebote. Danke auch für den Versuch, den Kontakt zu den Vereinen zu verbessern - das ist eine echte Verbesserung der letzten Jahre. Wir merken im Verein, dass es schwerer wird die Mitglieder zu motivieren (Vereinsaktivitäten wie Feiern finden kaum noch Helfer und fallen häufig aus) - und das ist sicher auch zutreffend für die Verbandsarbeit, da ich selbst merke, das ich nicht sehr häufig auf die Angebote reagiere. Daher danke an euch alle, die ihr so engagiert für uns tätig seid!“
- „Ich bin immer wieder erstaunt, mit wie viel Herzblut die "Aktiven" des Verbandes bei der "Sache" sind. Für eine ehrenamtliche Tätigkeit ist das "verdammte" viel. Einfach mal Danke sagen, als rumzunörgeln. Danke an Euch Alle. !!!“

QUELLEN

QUELLEN

- DOSB Bestandserhebung 2021, https://cdn.dosb.de/user_upload/www.dosb.de/uber_uns/Bestandserhebung/BE-Heft_2021.pdf
- Tauchsportverband NRW, <https://www.tsvnrw.de/>
- BLTV, <https://www.bltv-ev.de/>
- Tauchsport Thüringen, <https://tauchsport-thueringen.de/>
- Schwimmverband NRW, <https://www.swimpool.de/>
- Leichtathletik-Verband NR, <https://www.lvnordrhein.de/>
- Landeszentrum Gesundheit NRW, https://www.lzg.nrw.de/ges_bericht/factsheets/bevoelkerung/index.html
- Statistisches Bundesamt, <https://www.destatis.de/>