



Peter Rohlmann / Andreas Ullmann

# Mein Sportverein – Praxiswissen für ein erfolgreiches Marketing im Amateur- und Breitensport



# **Mein Sportverein**

**Praxiswissen für ein erfolgreiches Marketing  
im Amateur- und Breitensport**

Von

**Dr. Peter Rohlmann und  
Andreas Ullmann**

**ERICH SCHMIDT VERLAG**

**Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

**Weitere Informationen zu diesem Titel finden Sie im Internet unter  
ESV.info/978-3-503-24303-7**

Gedrucktes Werk: 978-3-503-24303-7  
eBook: ISBN 978-3-503-24304-4

Alle Rechte vorbehalten.

© 2026 Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG  
Genthiner Straße 30 G, 10785 Berlin  
[info@ESVmedien.de](mailto:info@ESVmedien.de), [www.ESV.info](http://www.ESV.info)

Die Nutzung für das Text und Data Mining ist ausschließlich  
dem Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG vorbehalten.  
Der Verlag untersagt eine Vervielfältigung gemäß § 44b  
UrhG ausdrücklich.

Satz: L101 Mediengestaltung, Fürstenwalde  
Druck und Bindung: docupoint, Barleben

# Vorwort

„Mein Sportverein – Praxiswissen für ein erfolgreiches Marketing im Amateur- und Breitensport“ richtet sich an alle, die mit viel Leidenschaft und Verantwortung ihren Verein führen – und dabei mehr bewirken wollen. Dieses Buch bietet praxisnahe Impulse, Strategien und Werkzeuge, um die Zukunft von Sportvereinen aktiv und nachhaltig zu gestalten.

Für die rund eine Million Amtsträger auf Vorstandsebene in den rund 86.000 Sportvereinen stellt sich heute gleichermaßen eine Herausforderung wie eine Chance: sich der eigenen Stärke bewusst zu werden, zentrale Rollen in Gesellschaft und lokaler Wirtschaft einzunehmen – und diese Relevanz selbstbewusst nach außen zu tragen. Aus diesem neuen Selbst- und Rollenverständnis entstehen bewährte wie auch innovative Finanzierungswege, die es mit den vorhandenen Kräften und Mitteln zu erschließen gilt.

Welche Chancen und Möglichkeiten sich daraus für Vereinsverantwortliche und Funktionäre ergeben, wird anhand von Praxisbeispielen sowie Gastbeiträgen inspirierender Ehrenamtlicher und renommierter Experten beleuchtet – stets mit Blick auf die praktische Anwendbarkeit. In Form von leicht verständlichen Leitfäden, Checklisten, Vorlagen und Best-Practice-Beispielen erhalten Vereinsverantwortliche wertvolle Anregungen, um diese schnell und unkompliziert in die Praxis zu übertragen.

Das Buch schlägt dabei eine Brücke zwischen Amateur- und Profisport, fördert den Wissenstransfer und lässt Ideen in beide Richtungen fließen – zum Nutzen beider Seiten. Es zeigt effektive Strategien und effiziente Konzepte in Bereichen wie Markenidentität, Mitgliederaktivierung, Sponsoring, Merchandising und Crowdfunding auf, die zur nachhaltigen Führung und Finanzierung eines Vereins beitragen können.

Unser besonderer Dank gilt allen Machern, die sich trotz begrenzter Ressourcen tagtäglich für ihren Herzensverein einsetzen – und ihr Wissen sowie ihre Erfahrungen in dieses Buchprojekt eingebracht haben. Mit dem gemeinsamen Ziel, ein praxisnahes und kompaktes Nachschlagewerk zu schaffen, das neue Impulse und konkrete Handlungstipps für eine erfolgreiche Vereinsführung liefert.

*Dr. Peter Rohlmann  
Andreas Ullmann*

Rheine/Köln im Herbst 2025

### Hinweis:

*Zum Abschluss noch ein kurzer formaler Hinweis: Zur besseren Lesbarkeit verwenden wir im Text fast durchgehend das generische Maskulinum – eine Vorgehensweise, die auch in wissenschaftlichen Publikationen üblich ist. Selbstverständlich sind damit alle Geschlechter gleichermaßen angesprochen. Eine Diskriminierung oder Geringschätzung irgendeines Geschlechts oder einer Einstellung zur Gleichstellung ist ausdrücklich nicht beabsichtigt.*

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	5
---------------	---

## 1. Mein Verein

1.1 Der Status Quo des Vereinssports in Deutschland .....	11
1.2 Die eigene Rolle erkennen und aktiv gestalten .....	19
1.2.1 Der Sportverein als Mittelpunkt eines sozialen Netzwerks .....	22
• <i>Fallbeispiel: FC Oppenwehe 1956 e.V.</i> .....	23
1.2.2 Dein Verein als Marke und regionales Aushänge- schild .....	28
• <i>Fallbeispiele: Borussia Dortmund/</i> .....	33
<i>WWK Volleys Herrsching</i> .....	38
1.2.3 Der Sportverein als Zentrum für Integration und Inklusion .....	42
• <i>Fallbeispiel: Fortuna Düsseldorf</i> .....	44
1.2.4 Der Sportverein als Akteur des lokalen Arbeits- marktes .....	49
• <i>Fallbeispiel: FC Eintracht Rheine</i> .....	51
1.2.5 Das Vereinsleben als regionaler Motor für Gesund- heit & Soziales .....	63
• <i>Fallbeispiel: Turn-Klubb zu Hannover</i> .....	65
1.2.6 Der Sportverein als Impulsgeber für Nachhaltigkeit und Zukunftsfähigkeit .....	73
• <i>Fallbeispiele: SV Westfalen Dortmund 1896 e.V.</i> ...	77

## 2. Meine Verantwortung

2.1 Die Finanzierung von Sportvereinen in Deutschland .....	87
2.2 Neue Einnahmequellen identifizieren und bestehende optimieren .....	91
2.2.1 Die Beantragung von öffentlichen Mitteln .....	95
• <i>Fallbeispiel: WestLotto</i> .....	98

## Inhaltsverzeichnis

---

2.2.2	Die Gewinnung und Bindung von Vereinsmitgliedern .....	105
	• <i>Fallbeispiel: MTV Bamberg</i> .....	110
2.2.3	Die Wirkung lokaler Netzwerke und Allianzen ...	121
	• <i>Fallbeispiel: ESB Partner-Netzwerk</i> .....	125
2.2.4	Die Akquise neuer Partner und Sponsoren .....	129
	• <i>Fallbeispiel: FC Internationale Berlin 1980 e.V.</i> ...	142
2.2.5	Der Verkauf von Merchandise als lukrative Einnahmequelle .....	145
	• <i>Fallbeispiel: 11Teamsports</i> .....	151
2.2.6	Die Umsetzung von Crowdfunding-Projekten ...	157
	• <i>Fallbeispiel: VfB Reichenbach-Fils</i> .....	162
2.2.7	Die Vermarktung der eigenen Sportstätte .....	166
	• <i>Fallbeispiele: Stadionwelt GmbH / Waldfreibad Walbeck</i> .....	167
		172
	<b>Nachwort</b> .....	177
	<b>Quellen- und Literaturhinweise</b> .....	179
	<b>Die Autoren</b> .....	181