

Aktionstag Tennis

Organisationstipps für einen Tennis- Aktionstag

Inhaltsverzeichnis:

- 1. Allgemeines**
- 2. Die Vorbereitung**
 - 2.1 Das Organisationsteam
 - 2.2 Termin
 - 2.3 Finanzrahmen
 - 2.4 Sitzung Organisationsteam
 - 2.5 Angebote
 - 2.6 Ablaufplan
 - 2.7 Öffentlichkeitsarbeit
 - 2.8 Partner und Sponsoren
- 3. Der Aktionstag**
 - 3.1 Der offizielle Beginn
 - 3.2 Die Rolle der Vorstandsmitglieder
 - 3.3 Die Moderation
 - 3.4 Die Betreuung der Gäste
 - 3.5 Pressearbeit und Dokumentationen
- 4. Die Nachbereitung**
 - 4.1 Pressearbeit
 - 4.2 Neumitgliederbetreuung
 - 4.3 Nachfassen bei Unentschlossenen
 - 4.4 Dankesbrief, Abschlussessen

1. Allgemeines

Der Aktionstag „Tennis“ ist für jeden Verein ein wichtiges Element für seine eigenen Aktivitäten im Rahmen der Mitgliederbindung und -gewinnung. Die Ihnen vorliegenden Unterlagen verstehen Sie bitte als eine Sammlung von Vorschlägen und Erfahrungen. Da Sie Ihren Club selbst am besten kennen, müssen Sie entscheiden, welche Maßnahmen im Rahmen des Aktionstages durchgeführt werden sollen.

2. Die Vorbereitung

2.1. Das Organisationsteam

Eine gute Organisation steht und fällt mit dem Team. Nehmen Sie sich bei der Auswahl viel Zeit und setzen Sie die richtigen Personen an den richtigen Ort. Dem Grundsatz "weniger ist mehr" folgend, empfehlen wir, das Team nicht zu groß zu wählen, da effektives und schnelles Handeln entscheidend für den Erfolg des Aktionstages ist. Folgende Zuständigkeiten bieten sich für ein Organisationsteam an:

- Organisationsleitung
- Sportprogramm
- Rahmenprogramm
- Bewirtung
- Sponsoren
- Anlage und Ausrüstung

TIPP:

Es wird empfohlen, für die verschiedenen Bereiche jeweils eine verantwortliche Person einzusetzen; z.B. bietet sich im Idealfall der technische Leiter für den Bereich "Anlage und Ausrüstung" an.

2.2. Termin

Ein geeigneter Termin stellt ein entscheidendes Kriterium für das Gelingen des Aktionstages dar. Der Deutsche Tennis Bund veranstaltet zum Beispiel sehr erfolgreich mit allen Landesverbänden den Aktionstag

„Deutschland spielt Tennis“

als zentralen Tag der Saisonöffnung aller Vereine innerhalb des DTB. Der vorgeschlagene Termin wird über die Pressearbeit in den Zeitungen landesweit angekündigt. Zusätzlich erhalten Sie über diese Vermarktung weitere nützliche Vorbereitungsunterlagen. Dies ist eine wertvolle Unterstützung Ihrer Aktivitäten.

TIPP:

Für den Fall, dass Sie sich für einen anderen Tag entscheiden, empfehlen wir Ihnen, folgende Punkte zu beachten:

- möglichst zu Beginn der Saison
- am Wochenende bzw. Feiertag
- kein Punktspieltermin
- keine Veranstaltung im Umkreis

2.3 Finanzrahmen

Parallel zur inhaltlichen Konzeption ist das zur Verfügung stehende finanzielle Budget zu beachten. Ein Finanzierungsplan ist aufzustellen, in welchem Einnahmen und Ausgaben gegenübergestellt werden.

(s. a. 2.8. Partner und Sponsoren)

2.4. Sitzung Organisations-Team

Organisieren Sie ein Treffen aller Helfer, um folgende Punkte vorab zu klären:

- Termin
- Sportliche Inhalte/Angebote
- Materialbedarf
- Sponsoren/Partner
- Öffentlichkeitsarbeit
- Ablauf des Aktionstages
- Personal/Helfer
- Bewirtung
- Aufgabenverteilung

2.5. Angebote

Der Aktionstag sollte möglichst viele attraktive Angebote beinhalten. Die sportlichen Angebote können in einer Art Parcours organisiert werden. Sie können aber auch als Einzelstationen angeboten werden. Wir formulieren daher alle möglichen Aktivitäten in Stichworten und bieten für jede Station eine "Anleitung" an, die den Stationsleitern optimales Arbeiten ermöglicht. Nachfolgend finden Sie Ideen möglicher Stationen:

Tennisspezifische Stationen

- DTB-Tennissportabzeichen
- Cardio-Tennis
- Schnuppertennis (Anhang 1)
- Kinderland (Anhang 2)
- Groß/Kleinfeldmarathon
- Patentennis (Anhang 3)
- Technikstation (Anhang 4)
- Aufschlaggeschwindigkeitsmessung
- Schaukampf

Allgemeiner Sport

Aufwärmprogramm
Koordinationsparcours

Rahmenprogramm

Hüpfburg
Face-Painting
Präsentation des örtl. Sportfachhandels
Infostand des Vereins
Grillparty
Verlosungsaktion

Um eine Interessentenkartei aufzubauen, können mittels einer Verlosung oder ähnliches die Gäste animiert werden, Adressen und persönliche Daten zu hinterlassen, um später nochmals Kontakt aufzunehmen. (Datenschutz beachten!)

2.6. Ablaufplan

Nach der Auswahl der Stationen erfolgen die Ausarbeitung des Tagesablaufes und die genaue Aufgabenverteilung an den einzelnen Stationen. Wir empfehlen einen Ablaufplan zu erstellen, der folgende Punkte berücksichtigt:

Einteilung der Anlage:

In einem Lageplan der Anlage werden die einzelnen Stationen bzw. Aktivitäten eingezeichnet und verschiedene Bereiche nach definierten Zielgruppen (z.B. Kinder/Senioren) getrennt.

Zeitliche Zuordnung:

Beginn und Ende einzelner Aktivitäten sind teilweise voneinander abhängig. Es gibt einerseits Stationen, die nahezu ständig in Betrieb sind (z.B. der Infostand des Clubs), andererseits laufen Aktivitäten, die an einem bestimmten Zeitpunkt stattfinden und zu einem festen Zeitpunkt beendet sind z.B. der Schaukampf. Es lohnt sich also, diese Abläufe in Ruhe durchzuplanen.

Personelle Zuordnung:

Die richtige Person am richtigen Ort!
Die Mitgliederwerbemaßnahme des Tennisverbandes spricht alle Altersgruppen (vom Kind bis zum Senior) an. Fragen Sie vorab Ihre Mitarbeiter, welche Altersgruppen sie betreuen möchten.

Benötigtes Material:

In den Anlagen finden Sie neben den Beschreibungen der einzelnen Stationen auch eine Auflistung des notwendigen Materials. Diese Angaben können Sie in den Ablaufplan für Ihren Aktionstag übernehmen.

2.7. Öffentlichkeitsarbeit

Ein Aktionstag ist dann erfolgreich, wenn die Besucherfrequenz auf der Anlage hoch ist. Die Besucherzahl kann durch intensives Werben optimiert werden. Daher empfehlen wir (rechtzeitig ausgelöst) folgende Aktivitäten:

Kontakt zu Schulen

Gespräche mit der örtlichen Schulleitung, den Sportlehrern und Tennis interessierten Lehrern erschließen ein großes Potential. Für die Schüler ist es eine interessante Abwechslung, für die Lehrer stellt es eine Möglichkeit dar, ihr Programm zu erweitern. Hängen Sie die Plakate zwei bis drei Wochen vorher an exponierten Orten (z.B. Geschäften, Banken, öffentlichen Plätzen usw.) auf. Die Handzettel verteilen Sie einige Tage vor dem Aktionstag auf Parkplätzen,

vor Schulen und Einkaufszentren usw. Auch das Einwerfen in Briefkästen bietet sich an. Für diese Aufgabe können Sie sicherlich die Jugendlichen des Clubs gewinnen.

Presse und Werbung

Verschicken Sie an Tageszeitungen und Wochenblätter den bei liegenden Presstext >>. Mit der beigefügten Anzeigenvorlage >> können Sie in der Presse für Ihren Aktionstag zusätzlich werben.

Kooperation mit örtlichen Radiosendern

Sprechen Sie Ihren ortsansässigen Radiosender an. Oftmals ergibt sich die Möglichkeit, z.B. mit gespendeten Trainingskursen ein Gewinnspiel des Senders mit Mehrfachnennung des Aktionstages zu veranstalten. Darüber hinaus ist es sicherlich möglich, in den Veranstaltungshinweisen der Sender erwähnt zu werden.

Anschreiben an Vereinsmitglieder

Es empfiehlt sich, alle Mitglieder persönlich einzuladen, mit der Bitte, Freunde und Bekannte mitzubringen.

Mundpropaganda

Die Mundpropaganda ist nach wie vor ein sehr effizientes Mittel, eine Botschaft zu verbreiten. Viele (besonders VIPs) möchten persönlich eingeladen werden. Bitten Sie daher alle Mitglieder in Ihrem Bekanntenkreis, für den Aktionstag zu werben.

2.8. Partner und Sponsoren

Ein gut gemachter Aktionstag kostet Geld. Diese Mittel sollten, soweit wie möglich, nicht aus der Vereinskasse genommen werden. Daher müssen finanzkräftige Partner gesucht werden. Es liegt nahe, zuerst im eigenen Verein nach Kontakten zu suchen und auf Solidarität und Unterstützung zu verweisen. Dabei muss grundsätzlich zwischen Spendern und Sponsoren unterschieden werden.

TIPP:

Mögliche Partner

Medien
Schulen
Kommunen
Sportbünde
Krankenkassen

Mögliche Sponsoren

Druckereien
Banken
Sporthandel
Handelsgeschäfte
Autobranche
Örtliche Handwerker
Getränkefirmen,
Hotels und Gastronomie

3. Der Aktionstag

3.1. Der offizielle Beginn

Der erste Vorsitzende eröffnet den Aktionstag und gibt Hinweise zum Programmablauf.

3.2. Die Rolle der Vorstandsmitglieder

Wichtig ist, dass alle Vorstandsmitglieder anwesend sind und sich um VIPs, Presse und Teilnehmer kümmern. Von besonderer Bedeutung ist eine kompetente Person, die am Vereinsinfostand für Auskünfte zur Verfügung steht und die Vereinsangebote darstellen kann.

3.3 Die Moderation

Der Moderator, der alle Aktivitäten (über gut funktionierende Mikrofon- und Lautsprecheranlage!) kommentiert, ist eine Schlüsselfigur. Er sorgt für gute Stimmung, führt durch die gesamte Veranstaltung und animiert die Besucher, sich aktiv zu beteiligen.

3.4. Betreuung der Gäste

Am Aktionstag besteht die einmalige Gelegenheit, durch eine aufgeschlossene Person, Besucher anzusprechen, ihnen Mitglieder vorzustellen und Kontakte zu Mitgliedern zu schaffen. Aktionen, wie z.B. Patentennis (ein Mitglied spielt mit einem Besucher Doppel), können besonders wirksam sein.

3.5. Pressearbeit und Dokumentationen

Die Arbeit des Verantwortlichen für die Presse und Öffentlichkeitsarbeit ist während des Aktionstages entscheidend. Möglichst viele (Aktions-) Fotos und eine intensive Betreuung anwesender Pressevertreter sind besonders für die spätere "Vermarktung" des Aktionstages wichtig. Der Zuständige klärt im Vorfeld, welche Motive benötigt werden (z.B. alle Stationen) und welche Personen unbedingt fotografiert werden müssen.

Material wird für folgende Punkte benötigt:

- Pressebericht in der Tagespresse
- Pressebericht in Wochenblättern
- Radiomeldung (ggf. Interview)
- Pressebericht in der Tennisverbands/Bezirkszeitschrift
- Bericht in der Vereinszeitung
- Dokumentation am Info-Brett des Vereins
- Unterlagen für die Sponsoren und Partner

4. Die Nachbereitung

4.1. Pressearbeit

Grundsätzlich ist es wichtig, für alle Medien Berichte vorzubereiten, die möglichst druck- bzw. sendefertig sind. Damit ist die Chance einer Veröffentlichung wesentlich höher. Prüfen Sie folgende Möglichkeiten:

- Örtliche Tagespresse
- Wochenzeitschrift
- Tennisfachzeitschrift (Verband/Bezirk)
- Vereinszeitschrift
- Radiosender

Die für die Pressearbeit zuständige Person bemüht sich um einen guten, persönlichen Kontakt zu den Redakteuren bzw. Moderatoren. Denken Sie daran, dass auch Radiosender und Zeitungen für Informationen dankbar sind.

4.2. Betreuung der neuen Mitglieder

Die neuen Mitglieder müssen schnell in die Clubgemeinschaft integriert werden. Wählen Sie eine kontaktfreudige Person aus, um diese Mitglieder zu betreuen, z.B. Trainer oder Übungsleiter.

Folgende Angebote bieten sich an:

- Gruppenkurse für Neumitglieder
- Kleine Doppeltourniere mit häufig wechselnden Partnern
- Tipp:** Nutzung Leistungsklasseneinteilung
- Theorieabende durch den Tennislehrer
- Kleine Abendveranstaltungen
- Patenschaften
- Spielpartnervermittlung
- Leihhausrüstung

4.3 „Nachfassen“ bei Unentschlossenen

Viele wollen oder können sich am Aktionstag nicht entscheiden. Deshalb ist es unbedingt notwendig, eine nachfolgende Kontaktschiene aufzubauen. Eine E-Mail mit einem immer verfügbaren Kontakt zum Aktionstag oder besser ein persönliches Telefonat mit einer nochmaligen Einladung zum Schnuppertraining kann von großem Erfolg sein.

4.4. Dankesbrief, Abschlussessen

Der Einsatz von Helfern, Sponsoren und anderen Partnern wird auf jeden Fall entsprechend gewürdigt. Ein Dankeschreiben an alle Mitwirkenden mit einer Einladung zu einem kleinen Essen sorgt für gute Stimmung und schafft die Bereitschaft, auch bei der nächsten Aktivität zu helfen. Partner, Sponsoren und Helfer sind wertvoll und sollten daher gepflegt werden.

<https://vereine.tennis.de/vereins-downloads>

Bei Fragen steht Ihnen der Sächsische Tennis Verband e. V. gerne zur Verfügung

Quelle: DTB