



Strategische Vorstandsarbeit

Turbulent geht es zu im Umfeld der Schützen- und Bogensportvereine. Demografische Entwicklung, immer komplizierteres Gemeinnützigkeits- und Steuerrecht, Lage der öffentlichen Haushalte als Zuschussgeber für unsere Vereinsarbeit, die Verschärfungen im Waffenrecht, die Wahrnehmung des Schießsports in der Öffentlichkeit.

Hinzu kommen noch die lokalen Themen in der direkten Vereinsumgebung. Genügend Themen, die einem Vereinsvorstand die Sorgenfalten auf die Stirn treiben können. Es wird immer wichtiger, hierauf systematische Antworten zu finden – kurz: strategisch zu handeln.

Vorstandsmitglieder als Strategen

Es geht bei der strategischen Vorstandarbeit um die „Anwendung von gesundem Menschenverstand“, wie dies von dem preußischen Generalstabschef Moltke im 19. Jahrhundert charakterisiert wurde. Die Einschätzung der Situation und Einleitung von zielgerichteten Aktionen, beruhend auf reichhaltiger Erfahrung und aufmerksamer Beobachtung, steht im Vordergrund. Ziel ist die erfolgreiche Umsetzung einer Strategie, die positive Entwicklung des Vereins.

Im Zentrum steht die Zielsetzung. Erhalt oder Steigerung der Mitgliederzahl? Zufriedenheit der Mitglieder? Zentraler sozialer Faktor in der Gemeinde zu sein? Modern zu sein? Egal für was Sie sich entscheiden – es bedarf eines Zieles. Es muss sogar noch konkreter werden: messbar! Denn nur so kann auch über Erfolg und Misserfolg von Maßnahmen geurteilt und können Die Vereinsarbeit muss sich den verändernden Anforderungen anpassen.

Bester Einsatz der Kräfte

Jeder Verein hat seine Stärken und Schwächen. Vor allem durch seine Stärken gelingt es ihm, attraktiv für seine Mitglieder zu sein und seine Ziele zu

erreichen. An erster Stelle sind die engagierten und kompetenten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu nennen. Ihre Bereitschaft, neue Angebote zu gestalten und einzuführen, bringen viel Leben in den Verein. In den verfügbaren Schießständen liegen weitere Stärken. Die Finanzen bieten eine weitere Quelle, wie die Kontakte über die Vorstandsmitglieder. Diese Stärken gilt es zu pflegen und gezielt für die Entwicklung des Vereins einzusetzen.

Gemeinsames Beratschlagen über die Situation des Vereins und seine Perspektiven ist eine wichtige Grundlage für eine abgewogene Entscheidung. Dieses kleine Beispiel zeigt jedoch auch die Gefahr eines Alleinentscheiders, der mangels entsprechenden Austauschs im Vergleich zu einem funktionierenden Vorstandsteam auf die Dauer im Nachteil sein wird.

bewertet. Gerade unter den einleitend skizzierten Problemlagen kann durchaus auch eine Vereinskoooperation eine sinnvolle Maßnahme sein. Grundsätzlich können Strategien betrachtet werden als Vorwärts- oder Offensivstrategie, Halte- oder Defensivstrategie und Rückzugsstrategien.

Wie ist nun die Vereinskoooperation zu sehen? Wenn man sich der Stärken seines Vereines sicher ist, kann die Öffnung neuer Horizonte ganz neue Chancen bieten. Da gibt es den Verein, der durch die Übernahme von einer Kindertagesstätte in sein Schützenhaus eine neue Basis für sein soziales Engagement, die Mitgliedergewinnung und Finanzierung geschaffen hat. Oder durch die Kooperation mit einem Seniorenheim (Angebote z.B. Luftgewehr aufgelegt für Senioren) auf einmal auf ein Therapiebecken zugreifen kann. Im

TIPPS VOM EXPERTEN RONALD WADSACK

Ronald Wadsack im Kurzporträt

Roland Wadsack, Jahrgang 1958 und verheiratet, arbeitete nach dem Studium der Wirtschaftswissenschaften mehrere Jahre als Organisationsberater im Gesundheitswesen. Er leistete vielfältige Ausbildungs- und Beratungstätigkeiten zu betriebswirtschaftlichen Fragen im Sport, so an der Führungsakademie Berlin/Köln des DSB/DOSB. Seit 2000 ist er Professor für das „Management von Einrichtungen des Sports und der Sportindustrie“ an der Ostfalia – Campus Salzgitter.

Wadsack kann auf eine große Anzahl an verfassten Publikationen verweisen, wie zum Finanzmanagement, Strategischem Management, Krisenmanagement und ehrenamtlicher Mitarbeit im Sport. Zuletzt erschien „Betrieb von Sport- und Veranstaltungsimmobilen“ (Verlag Peter Lang, Frankfurt a. M. 2011). Er ist Mitherausgeber des „Handwörterbuch des Sportmanagement“ (Verlag Peter Lang, Frankfurt a. M. 2008) und von Krisenmanagement in Sportbetrieben“ (Verlag Peter Lang, Frankfurt a. M. 2006), schrieb verschiedene Beiträge in der Loseblatt-Sammlung „Der Verein“ (Haufe-Lexmark, Planegg). Seine aktuellen Projektthemen sind Fördervereine, Kooperation von Sportvereinen, Strategische Zukunftsorientierung von Vereinen, insbesondere unter dem Gesichtspunkt der Demografie.

Beispiel Vereinskoooperation

Der Sinn einer Strategie ist immer unter den jeweils aktuellen Bedingungen des Vereinsumfelds zu beurteilen. Und sie muss nicht immer ein „weiter so!“ in bewährten Mustern ausmachen. In mancher Situation würde das Eingehen einer Kooperation als Niederlage

Gesamtzusammenhang zu denken liegt die große Chance, wenn zu dem gesunden Menschenverstand auch noch der Mut kommt, für den Verein neue Wege zu gehen. ■

VEREINE