

WIRIMSPORT

Magazin des Landessportbundes NRW | Ausgabe 02.2026 | lsb.nrw

GELD FÜR VEREINE

So klappt's mit Sponsoring & Co.



LANDESPORTBUND
NORDRHEIN-WESTFALEN



”

Alle zwei, drei Jahre schließen wir uns wieder für einen Samstag ein und schauen, ob wir noch auf dem richtigen Weg sind.

MARCO STEPKA

Geschäftsführer TTV Hervest Dorsten


 **AB SEITE 20**

“



TOPTALENTE NRW

Patrice Dupuis (15) klettert schon seit seinem sechsten Lebensjahr.

 **AB SEITE 17**



JULIA WIATR
Redaktionsassistentin
WIRIMSPORT

Liebe Leser*innen,

das Titelthema dieser **WIRIMSPORT**-Ausgabe mag auf den ersten Blick unspektakulär wirken. Vielleicht verbinden Sie Sponsoring eher mit Zahlen als mit Emotionen. Denn früher war ein Sponsor vor allem eines: ein Logo. Heute ist er weit mehr.

Das Sponsoring im organisierten Sport hat sich verändert. Es finanziert nicht nur Trikots und Wettkämpfe, sondern schafft Strukturen, fördert Talente und hält Vereine am Leben. Es geht längst nicht mehr um bloße Präsenz, sondern um Haltung, Glaubwürdigkeit und langfristige Partnerschaften.

Die Wirkung des Sponsorings entfaltet sich dort, wo es glaubwürdig andockt: an Werte, an Menschen, an gemeinsame Ziele. Wenn Engagement mehr als Sichtbarkeit ist, entsteht Vertrauen. Sponsoring ist daher kein notwendiges Übel, sondern eine tragende Säule des Sportsystems. Und genau deshalb lohnt sich ein Blick hinter die Logos.

Viel Spaß beim Lesen

Ihre Julia Wiatr

- 4 Kurz notiert**
- 8 Sponsorsuche** // Win-Win für Sportvereine
- 16 Bestandserhebung** // Der nächste Mitglieder-Rekord
- 17 WestLotto Toptalente NRW** // Patrice Dupuis, Klettern
- 20 Best Practice** // Strategie ist alles
- 23 Aus dem Netz gefischt** // VIBSS.DE im neuen Look
- 24 Offensive #SPORTEHRENAMT** // Start der nächsten Runde
- 26 Lesenswert**
- 28 Sportmedizin** // Schmerzmittel und Sport



- 29 WestLotto Toptalente NRW** // Maximilian Lammering, Para Basketball
- 30 Best Practice** // Hauptversammlung einmal anders
- 31 Sport & Spiritualität** // Kirche als Bewegungsraum
- 34 Sportmanagement** // Vereinssoftware
- 37 Ehrentag** // Bundesweite Premiere
- 38 Förderprogramm** // Sportplatz Kommune 2.0
- 39 Zur Sache** // Kiyo Kuhlbach: Nicht unter Wert verkaufen

Impressum

Unsere Partner/Förderer



LSB-KURZGESCHICHTENWETTBEWERBS

Die Gewinner*innen



Wie wird aus einer ziemlich verkorksten Kindergeburtstags Einladung ein beinahe schon lebensveränderndes Erlebnis? Wenn sich die Kraft des Ehrenamts im Sport entfaltet. Davon erzählt die Kurzgeschichte „Griff zum Top“ von Felicia Aparicio Lukaßowitz, mit der die Düsseldorfer Autorin den ersten LSB-Kurzgeschichtenwettbewerb „Die unsichtbaren Held*innen des Sports“ gewonnen hat. Die Sieger-Geschichte sowie die vier zweitplatzierten Beiträge können online gelesen werden:

➔ go.lsb.nrw/kurzgeschichten

#FREIWILLIGENDIENST

Stellenportal geöffnet Das Stellenportal für den Freiwilligendienst im Sport in NRW hat geöffnet. Junge Engagierte und Anbieter von Stellen finden hier zusammen: ➔ freiwilligendiensteimsport.nrw

Unternehmer im Gespräch Leistung zählt, im Sport wie in der Wirtschaft. Aber gibt es darüber hinaus noch weitere Parallelen zwischen diesen beiden Bereichen? Eine Frage, der die neueste Ausgabe unseres Podcasts „WORT zum SPORT“ auf den Grund geht, zu Gast ist neben LSB-Präsident Stefan Klett Arndt Kirchhoff, Präsident des Unternehmensverbandes NRW.

➔ lsb.nrw/medien/podcast

INKLUSIONSBUTTON

Auf den ersten Blick Sportvereine, die offen sind für die Teilhabe von Menschen mit Behinderung, können das nun noch schneller zeigen, mit dem neuen Inklusionsbutton. Der kann auf der Website, bei Social Media aber auch als Printprodukt genutzt werden, Voraussetzung ist der abgeschlossene Selbstcheck sowie die Benennung einer Ansprechperson.

INFOS & ANTRAG:
➔ go.lsb.nrw/inklusionsbutton



**WORT
zum
SPORT**

NEUER WIRTSCHAFTSPARTNER

DECATHLON



© LSB NRW / Andrea Bowinkelmann

Zusammen für Vereine — Der Landessportbund NRW begrüßt einen neuen Wirtschaftspartner, den international tätigen Sportartikelhändler und -hersteller DECATHLON. Zusammen mit dem 1976 gegründeten Unternehmen, das in Deutschland über 100 Filialen und einen Online-Shop betreibt, sind verschiedene Aktionen geplant, von denen die Sportvereine im Land direkt profitieren. Ein Teil davon ist der DECATHLON Club mit persönlicher Betreuung, exklusiven Konditionen und maßgeschneiderter Ausstattung speziell für Vereine.

➔ decat.de/club

TTPA FÜR SPORTVEREINE

Wenn's politisch wird



[GO.LSB.NRW/VIBSS-TRANSPARENZ](https://go.lsb.nrw/vibss-transparenz)

Neue EU-Regeln zur politischen Werbung sorgen für mehr Transparenz. Auch Vereine sind betroffen, wenn sie politische Inhalte verbreiten: Sie müssen Werbung klar kennzeichnen, Auftraggeber offenlegen und strenge Vorgaben beim Targeting einhalten.

„MODERNE SPORTSTÄTTE“

Geld für Sporthallen und Co.



© LSB NRW / Andrea Bowinkelmann

200 Millionen Euro für vereinseigene Sportstätten in NRW: Das neue Förderprogramm „Moderne Sportstätte“ der Landesregierung steht in den Startlöchern! Gefördert werden können Modernisierung, Sanierung und Neubau. Der Ablauf soll sich am erfolgreichen Förderprogramm „Moderne Sportstätte 2022“ orientieren, sagt die Landesregierung: „Ziel ist es, die Bedingungen für Vereine praxisnah zu verbessern und die Antragsverfahren schlank und transparent zu gestalten, sodass die Mittel zügig in konkrete Projekte vor Ort fließen.“ Das Interessenbekundungsverfahren startet am 1. Juni über das LSB-Förderportal, Anträge können voraussichtlich ab dem 1. September gestellt werden.

➔ go.lsb.nrw/moderne-sportstaette



Tagsüber
radeln, abends
feiern!

NRW RADTOUR

→ ————— 2026 —————

**30.07. –
02.08.2026**

Mit WestLotto das Land erfahren



Anmeldung und Infos in
jeder WestLotto-Annahmestelle
oder unter www.nrw-radtour.de





© LSB NRW / Andrea Bowinkelmann

Anmeldung bis

**12.
JUNI**

Geballe Infos _____ Zum Infotag „Internationale Jugendarbeit im Sport“ lädt die Sportjugend NRW zusammen mit der Deutschen Sportjugend am 27. Juni nach Duisburg ein. Dabei sollen grundlegende Informationen zur Gestaltung und Finanzierung solcher Programme aber auch zur Partnersuche im Ausland vermittelt werden. Die Teilnahme ist kostenfrei, eine Anmeldung bis zum 12. Juni per Mail möglich.

➔ go.sportjugend.nrw/infotag2026

NRW-PREIS MÄDCHEN* UND FRAUEN* IM SPORT



© LSB NRW / Andrea Bowinkelmann

Vorschläge bis

**16.
JUNI**

Vorschläge gesucht _____ Bereits zum 14. Mal wird in diesem Jahr der NRW-Preis Mädchen* und Frauen* im Sport verliehen, zusammen mit der NRW-Staatskanzlei würdigt der Landessportbund NRW mit dieser Auszeichnung Mädchen und Frauen, die durch ihr Handeln einen besonderen Beitrag für Menschen im Sport leisten. Noch bis zum 16. Juni können Vorschläge eingereicht werden, sowohl die Nominierung Dritter als auch eine Eigenbewerbung sind möglich, sowohl für Einzelpersonen als auch für Gruppen. Dabei gilt: Nicht die Größe eines Projekts ist entscheidend, sondern die Wirkung für Menschen im Sport.

➔ go.lsb.nrw/nrw-preis2026

Kommt die MwSt.-Pflicht für Sportvereine?

Zuletzt sorgte ein Urteil des Bundesfinanzhofs (Az. V R 4/23) zur Besteuerung von Sportvereinen für Aufregung, einige Beobachter*innen sahen darin eine Art Umsatzsteuerpflicht auf Mitgliedsbeiträge. Doch auf Nachfrage des LSB betont das NRW-Finanzministerium, dass sich für die meisten Vereine nichts ändert. Den aktuellen Stand haben wir online zusammengefasst.

➔ go.lsb.nrw/vibss-mwstpflcht

AKTION

„AOK Gesundheits- meister“

Die AOK Rheinland/Hamburg belohnt Vereine für gesundheitsfördernde Angebote – mit bis zu 2.500 Euro!

Neue Aktion „AOK-Gesundheitsmeister“: Fördert im Sportverein Bewegung, Ernährung und Gesundheit, sammelt Punkte und sichert bis zu 2.500 Euro Geldprämie für den Verein. Wird beispielsweise im Sportverein ein Kinderbewegungsabzeichen durchgeführt, gibt es dafür Punkte. Bis zum **31. Mai 2026** kann man sich bewerben.



© LSB NRW / Andrea Bowinkelmann

REGIONALE BANK
WIRBT UM AZUBIS

VERANSTALTET
VERLOSUNG IN
DER HALBZEIT

AUTOHAUS

WIN-WIN.
GELDDQUELLE.
SPONSORING

ÖRTLICHE
NUTZT GERNE DEN VI

HANDWERKER VOR ORT BIETET

16:08

INDUSTRIE
P-BEREICH FÜR KUNDEN

PRAKTIKUMSPLÄTZE AN

BONUSKARTE
FÜR MITGLIEDER

BÄCKER
UND LOKALER

**STADT
WERKE**
SONDERTARIF
FÜR VEREINE

REINIGUNGSFIRMA
PRÄSENTIERT DIE BODENWISCHER

Veltins-Arena, RheinEnergieStadion, Signal Iduna Park: Zahlungskräftige Sponsoren lassen es sich Millionen kosten, um berühmte Fußballstadien nach ihren Unternehmen benennen zu lassen. Marketingaktionen, die wichtiges Geld in die Kassen der Profivereine spülen. Die gute Nachricht: Was den „Großen“ gelingt, schaffen die „Kleinen“ ebenso. Richtig angepackt finden auch Amateur- und Breitensportvereine Partner, die sie finanziell und anderweitig unterstützen. **WIRIMSPORT** stellt Beispiele vor, die zeigen: Das Engagement lohnt sich. Selbst wenn es nicht gleich Millionen sind – Sponsoring sichert vielfach Spielbetrieb und Veranstaltungen.

Das Spiel wogt, die Halle tobt. Bei den Heimspielen des Handball-Verbandsligisten VfS 59 Warstein kocht die Stimmung schon mal hoch. Unübersehbar sind aber nicht nur die begeisternden Spielzüge der VfS-Ballzauberer, mit im „Spiel“ sind auch die zahlreichen Sponsoren des Vereins. Säuberlich aufgereiht gegenüber dem Publikum, zieren ihre Banner die Wand der Sporthalle. Sowohl die Größe, wie die Sorgfalt, mit dem die Werbeflächen platziert sind, signalisieren, dass der Verein seine Unterstützer nicht als lästiges Beiwerk empfindet, sondern als Partner, die man wertschätzt. „Unser Spielbetrieb kostete letztes Jahr 87.000 Euro. Ohne Spenden und unsere Sponsoren könnten wir den nicht betreiben“, bringt es Ulrich Becker, Vorsitzender Vereinsentwicklung des VfS, lapidar auf den Punkt.

Vom Dorfverein bis hin zu größeren regionalen Clubs: Das Sponsoring im Breitensport mache – ohne Sachleistungen wie Trikots, Ausrüstung etc. – durchschnittlich mehr als 15 Prozent der Gesamteinnahmen eines Vereins aus. Dies rechnet die VSA vor, die Vereinigung der Sportsponsoring-Anbieter. Dabei handle es sich um Summen von unter 5.000 bis über 40.000 Euro, im Durchschnitt seien es 15.000 Euro. „Sponsoring ist keine Kür, sondern eine überlebenswichtige Einnahmequelle für die breite Basis der Sportvereine in Deutschland“, so ihr Fazit.

Die „Einnahmequellen“ der Warsteiner erschlossen sich nach und nach. „Wir begannen damit, dass wir vor

rund zehn Jahren eine App finanzieren wollten, die 600 Euro im Jahr kosten sollte“, erinnert sich Ulrich Becker, „dafür konnten wir drei Sponsoren finden, die je 250 Euro im Jahr beisteuerten. Zack, war die App refinanziert.“ Sein Tipp: „Ich kann nur jedem raten, mit einfachen Projekten zu beginnen und sich am bescheidenen Erfolg erfreuen. Das motiviert für mehr.“ Ein Rezept, das zu funktionieren scheint. Rund 60 Sponsoren und Unterstützer listet der VfS auf seiner Homepage inzwischen auf. Für einen Verein mit rund 420 Mitgliedern ...



**Mit einfachen Projekten
beginnen und sich
am Erfolg erfreuen.
Das motiviert für mehr.**

Ortswechsel. Vom ländlichen Warstein in die Metropolregion Köln-Bonn sind es rund 170 Kilometer. Dort betreibt der Brühler Turnverein erfolgreiches Sponsoring. Mit rund 10.000 Mitgliedern ist er allerdings auch einer der größten Breitensportvereine in Nordrhein-Westfalen. Er listet auf seiner Webseite „Premium“-Sponsoren wie die Stadtwerke, eine Volksbank und einen internationalen Sportartikelhändler auf. Der Erfolg kam nicht von Ungefähr. „Wir haben uns vor drei Jahren zum Thema beraten lassen und zwei Mitarbeiter



Tipps zum Sponsoring

(von Vereinsberater Dirk Schröter)

- Vereinsprofil erarbeiten, Sponsorenmappe erstellen
- Auf emotionale Strahlkraft des Vereins achten, Sponsoring mit „Corporate Social Responsibility“ verknüpfen (Soziale Kompetenzen und Engagement etc.)
- Professionelles Sponsoring-Management: feste Ansprechpersonen, regelmäßige Treffen etc.
- Umfassende Einbindung des Sponsor-Engagements in die Vereinskommunikation (Social Media, PR etc.), gemeinsame Aktionen planen
- Plattformen schaffen, bei denen Sponsoren Kundenkontakte pflegen können. Helfen, seine Vertriebsziele zu erreichen. Mehrwert anbieten, zum Beispiel Jobbörse
- Mittel- bis langfristige Zusammenarbeit anstreben, kreative Ideen einbringen



Ob auf dem Trikot, auf einer Bande oder auf dem Hallenboden: Platz für Sponsoring ist an vielen Stellen.

Doch damit es dauerhaft funktioniert, muss Sponsoring mehr sein als ein Tausch Fläche gegen Geld.



geschult. Die beherrschen jetzt eine vernünftige Kontaktaufnahme, wir haben unsere Selbstdarstellung verbessert und achten auf eine verlässliche Betreuung unserer Sponsoren“, erläutert Ernst Hengemühle, „das hat für einen Professionalisierungsgrad gesorgt, den man als Verein sonst nicht hat.“ Der Vereinsvorstand verhehlt aber auch nicht: „Wir mussten begreifen, dass ein Sponsor eine Gegenleistung fordert. Im Rahmen eines Vertrages gibt es deshalb eine Leistungsbeschreibung dessen, was der Sponsor leistet. Dem gegenüber steht ein Katalog von Leistungen, die wir erbringen.“

Fakt ist:

Vereine haben Tolles zu bieten, sei es sportlich, in der Jugendarbeit, der Integration, als Treffpunkt vor Ort. Sponsoren profitieren von ihren Stärken. Sie wollen zum Beispiel:

- ihre lokale oder regionale Verbundenheit ausdrücken
- ihren Bekanntheitsgrad und ihr Image stärken
- soziale Verantwortung zeigen
- an Wettkampferfolgen partizipieren

Die Motivation ist unterschiedlich. Viele, meist Kleinunternehmen, unterstützen ihren Verein eher aus Leidenschaft, erwarten keinen hohen Werbewert. „Klassische“ Partner wie Sparkassen oder Stadtwerke wollen die Region stärken und gesellschaftliches Engagement demonstrieren. Andere Sponsoren wiederum erhoffen wirtschaftlichen Nutzen und erwarten auf sie zugeschnittene Konzepte mit eindeutigen Kommunikationszielen. „Ein klares Profil, ein Leitbild, das beschreibt, was den Verein charakterisiert, hilft potentiellen Sponsoren zu erkennen, wo es Gemeinsamkeiten mit seinen Interessen gibt“, unterstreicht Dirk Schröter. Der LSB-Berater empfiehlt, sich in die Situation des potenziellen Sponsors hineinzusetzen: „Zeigen Sie schon bei der Kontaktaufnahme, dass man sich mit ihm auseinandergesetzt hat, ihm einen Mehrwert bieten kann. Neben der „Sponsorenmappe“ mit Infos zum Vereinsprofil, den Sponsorenpaketen und Preisen sind erste individuelle Kooperationsideen hilfreich und erhöhen die Erfolgsaussichten“.

„Sinnvoll, vom Sponsor her zu denken“

© DSHS-Köln



Läuft Sponsoring im Profi- anders als im Breitensport?

Wissenschaftlich betrachtet gibt es keine bedeutenden Unterschiede in den Grundprinzipien des Sponsorings – ganz gleich, ob man einzelne Sportarten, Amateur- oder Profisport, Männer oder Frauen in den Blick nimmt. Im Einzelfall kann man gewiss Besonderheiten herausarbeiten, aber das fällt eher unter die Rubrik Beratung. Natürlich geht es im Profisport um andere Summen. Aber wie das Ganze funktioniert, was man tun muss etc., das ist nicht wirklich anders.

Welche Grundprinzipien meinen Sie?

Sponsoring ist im Grunde eine nüchterne vertragliche Beziehung zwischen zwei Partnern, die beide einen Nutzen daraus ziehen. So gesehen ist Sponsoring etwas anderes als Spendenwesen oder Mäzenatentum, bei welchen nicht zwingend eine Gegenleistung erwartet wird. Gerade im Amateurbereich verwischen sich aber bisweilen die Grenzen.

Was sollten Vereine besonders beachten?

Es ist immer sinnvoll, vom Sponsor, vom Marktpartner, her zu denken. Damit dieser zur Kenntnis nimmt, dass man nichts geschenkt bekommen will, sondern eine Leistung mit kommerziellem Potenzial anbietet. Ganz gleich, ob man ein Millionenpublikum im Fokus hat oder ein paar hundert Personen im Umkreis einer Dorfbäckerei. Je besser die „Passgenauigkeit“ zwischen Sponsor und Gesponsortem und je besser man die Beziehung pflegt, desto besser funktioniert tendenziell die Partnerschaft. So gesehen ist Sponsoring heute komplexer als nur eine Bande aufzuhängen und den Partner in die Medienarbeit einzubinden.

Ist der Erfolg von Sponsoring messbar?

Aussagen über den Erfolg konkreter Sponsorships sind nur mit erheblichen Unsicherheiten möglich, selbst wenn viele Agenturen anderes versprechen. Wie oft bei komplexen Managemententscheidungen üblich, gilt daher: Der Sponsor muss an den Erfolg seines Einsatzes auch glauben.

Interview mit
Prof. Dr. Sebastian Uhrich,
 Institut für Sportökonomie
 und Sportmanagement,
 Abteilung Sportbetriebs-
 wirtschaftslehre, Deutsche
 Sporthochschule Köln

Sponsor mit kreativen Ideen einbinden, Gegenleistung bieten

Sponsoren schätzen die Werte des Vereinssports, auch ohne auf kommerziellen Erfolg zu schießen. Wie zum Beispiel die Merker AG in Sendenhorst. Das deutschlandweit agierende Ingenieurbüro für Gebäudetechnik sponsort die 1. Damen-Volleyball-Mannschaft der SG Sendenhorst. „Vereine sind so wichtig für das soziale Zusammenleben, und die Menschen, die sich ehrenamtlich engagieren, sollten mehr gewürdigt werden. Das ist im Wesentlichen unsere Motivation, die SG zu unterstützen“, erklärt Firmenchef Carsten Merker, dessen Unternehmen in einem schicken, modernen Bürogebäude am Stadtrand „residiert“ – und vor Ort gar keine Geschäfte tätige, wie Merker betont. Dennoch schätzt er „Nebeneffekte“: „Sollte ein Auszubildender den Weg über die Sponsoringmaßnahmen zu uns finden, freuen wir uns natürlich“, sagt er. Auch bei der Merker AG entwickelte sich die Zusammenarbeit aus kleinen Anfängen. „Wir hatten vereinzelt mal Trikots gespendet“, erinnert sich der Firmenchef, „irgendwann kam ein Anruf, ob wir uns nicht stärker engagieren wollten, die Mannschaft sei auf dem aufsteigenden Ast.“ Heute unterstütze man diverse Aktionen der SG und zahle 5.000 Euro jährlich, um als Hauptsponsor auf den Trikots zu erscheinen. „Das war uns wichtig, wir wollten nicht einer unter vielen sein“, meint Merker.

Keiner unter vielen. Das bietet jetzt die Tennisabteilung des SV Rosellen aus Neuss einem Sponsor. Die Idee: Die nach eigenen Angaben größten Vereinsmeisterschaften in NRW mit über 230 Anmeldungen pro Jahr werden künftig dessen Namen tragen. „Wir haben vor zehn Jahren begonnen, der Abteilung neuen Schwung zu verleihen. Dazu haben wir das vereinsinterne

Ein Sponsor unterstützt einen Sportverein mit Geld-, Sach- und/oder Dienstleistungen in Erwartung einer konkreten Gegenleistung (Rechte zur kommunikativen Nutzung auf einer vertraglichen Basis). Das Spenden- und Mäzenatentum verzichtet darauf.



Sponsoring-Gesamtkunstwerk: Das Team unseres Toptalents Maximilian von Tiefkühl-Pizza, nicht einfach nur auf den Trikots, sondern auch auf eine andere Sorte. Mehr zu Maximilian gibt es auf Seite 29.



Lammering präsentiert seinen Sponsor, einen Hersteller der Rädern der Sport-Rollstühle. Übrigens jeder Spieler

Zwischen 2010 und 2019, sind die Sponsoringausgaben von deutschen Unternehmen für den Breitensport um 17 % und für den Spitzensport um 82 % angestiegen



(lt. Studie der Deutschen Sporthochschule Köln)

Turnier wiederbelebt, um den Austausch unter den Mitgliedern zu fördern“, sagt Pressewart Lennart Meier. Durch die gesteigerte Aktivität und verbesserte Kommunikation im Verein (derzeit alleine 1.400 Follower auf Instagram) wurde die Anzahl der Mannschaften binnen weniger Jahre von acht auf 28 gesteigert und für Geldgeber attraktiv. Das Potenzial an „kleinen“ Sponsoren in der eigenen Mitgliedschaft wuchs. „Auch kleinere Beträge summieren sich“, erkannte der umtriebige Sponsorenbefauftragte Steffen Rentergent, „und es gibt immer Möglichkeiten für unkonventionelle Lösungen“. Zahlreiche Sponsoren mit Verbindung zur Abteilung, die meisten in der näheren Umgebung ansässig, konnten so gewonnen werden ...

meinsam umsetzen und medial verbreiten kann.“ Das könne eine Brötchenaktion mit dem Bäcker um die Ecke, ebenso sein wie die Überreichung eines Siegerpokals durch einen Sponsor.

Laut einer Studie der Deutschen Sporthochschule Köln sind zwischen 2010 und 2019 die Sponsoringausgaben von deutschen Unternehmen für den Breitensport um 17 Prozent angestiegen (Spitzensport um 82 Prozent). Laut VSA erhalten 60 Prozent aller Breitensportvereine Sponsoringleistungen in Form finanzieller Mittel, Dienst- oder Sachleistungen wie Trikots, Ausrüstung, Unterstützung bei Veranstaltungen. Aber wie so oft hängt auch die Sponsorensuche im Vereinssport an Einzelpersonen. Wie an einem Original wie Horst Mettler. Der 76-jährige Abteilungsleiter Handball des ATV Hückeswagen ist schon seit einem halben Jahrhundert im „Geschäft“. Einfallsreichtum und Kontakte sind die Katalysatoren seiner Akquise. „Der ATV Hückeswagen ist der erste Werbeträger, der schon vor vierzig Jahren Werbung am Hintern hatte“, gibt er lachend zu Protokoll. Seine Sponsorenschaft stamme größtenteils aus dem Handwerk vor Ort. „Als ehemaliger Inhaber eines Malerbetriebes habe ich viele Kontakte, die großen Industrieunternehmen hier hatten nie Interesse.“ Dennoch: „Eine Werbung einzuholen, ist nicht jedermanns Sache, da gehört schon ein bisschen Klinkenputzen dazu“, kommentiert er, „aber wenn ich 'ne gute Mannschaft haben will, muss ich Geld haben. Ohne Moos läuft nix ...“

Frische Ideen gesucht!

Sponsoring kann ganz unterschiedlich aussehen – wir suchen die kreativsten/außergewöhnlichsten/erfolgreichsten Ideen und Konzepte. Beispiele aus eurem Verein – gerne mit Fotos – per Mail an:

✉ Wir-im-Sport@lsb.nrw

LSB-Berater Schröter begrüßt solche Ideen. „Sponsoren schätzen zudem eine inhaltliche Einbindung. So kann man frühzeitig überlegen, welche Aktionen man ge-

AUF ZUM NÄCHSTEN REKORD

„Mehr als eine Zahl“

Die NRW-Sportvereine zählen fast 5,6 Millionen Mitgliedschaften



Der Vereinssport in NRW freut sich über einen neuen Rekord: Laut der aktuellen Bestandserhebung des LSB verzeichnen die Sportvereine im Land nun fast 5,6 Millionen Mitgliedschaften. Das sind gut 122.000 mehr als 2025, ein Plus von über 2,2 Prozent. Und das, obwohl man schon im Vorjahr ein neues Allzeithoch erreicht hatte.

„Das ist mehr als eine Zahl – es ist ein starkes Zeichen für gesellschaftlichen Zusammenhalt, für freiwilliges Engagement, für Leistung und für ein gesundes Leben von Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen“, sagt LSB-Vorstandsvorsitzender Dr. Christoph Niessen. Der erneute Rekord zeige, wie lebendig und attraktiv die Sportvereine in NRW sind.

Prozentual den größten Zuwachs gab es mit etwa 4,3 Prozent in der Altersgruppe 61 Jahre und älter. Das müssen allerdings nicht zwangsläufig alle Neu-Eintritte sein, es kann sich auch um Mitglieder handeln, die seit der letzten Erhebung das entsprechende Alter erreicht haben. Die größte Gruppe bilden weiterhin Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene bis 26 Jahre mit zusammen rund 2,3 Millionen. Insgesamt sind mehr Männer als Frauen in den Sportvereinen.

3,5 Mio.

Mitgliedschaften bei Jungen und Männern



2,1 Mio.

Mitgliedschaften bei Mädchen und Frauen

In manchen Altersgruppen und Sportarten berichten die Vereine von Wartelisten. Mit der Qualifizierungsoffensive begegnet das Land beispielsweise dem Bedarf der Ausbildung der Übungsleitungen. Wie wichtig das ist, zeigt das große Interesse: Das Förderprogramm ist inzwischen ausgeschöpft.



+81.000

Bei den Fachverbänden meldet der Fußballverband das dickste Plus mit mehr als 81.000 neuen Mitgliedschaften – darin sind aber auch sogenannte Fanmitgliedschaften enthalten, also Anhänger, die ihrem Lieblingsverein beitreten, ohne selbst aktiv zu spielen. Ordentliche Zuwächse gab es zudem beim Tennis (+7.938) und im NRW-Verband des Alpenvereins (+6.890). Auch der Behinderten- und Rehabilitationssportverband Nordrhein-Westfalen wuchs um fast 6.500 Mitgliedschaften.



+7.938



+6.890



+6.500

Die Daten stammen aus der jährlichen Bestandserhebung des LSB, dabei sind die Vereine im Land aufgerufen, online ihre Mitgliederzahlen zu melden. Das Ergebnis hat statistischen Wert und ist bedeutsam für eine gezielte Sportentwicklung. Dass dabei in der Regel von Mitgliedschaften und nicht von Mitgliedern gesprochen wird, ist der Tatsache geschuldet, dass eine Person natürlich auch in mehreren Vereinen Mitglied sein kann.

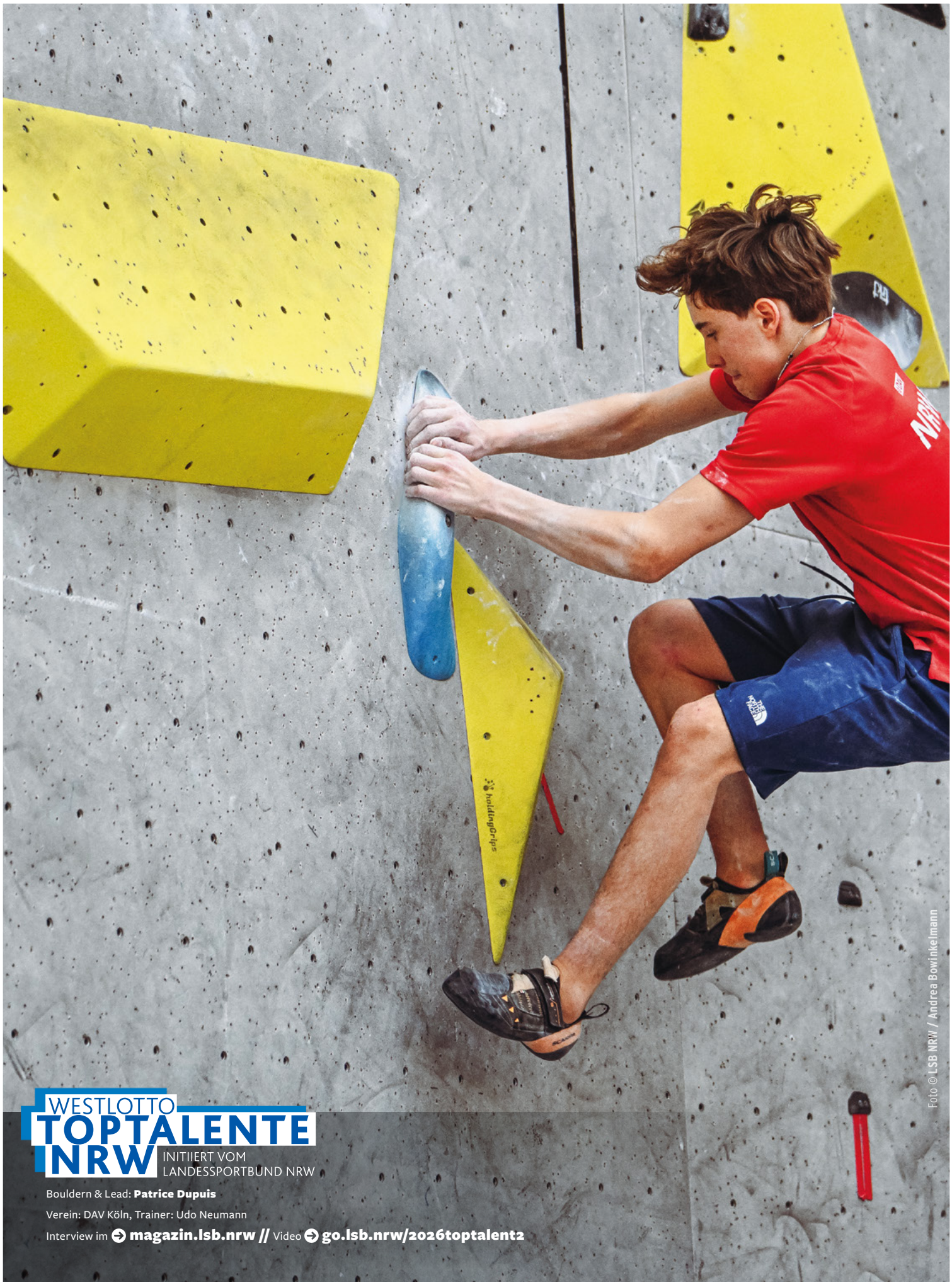




Foto © LSB NRW / Andrea Bowinkelmann

WESTLOTTO
TOPTALENTE
NRW

INITIIERT VOM
LANDESSPORTBUND NRW

Bouldern & Lead: **Patrice Dupuis**

Verein: DAV Köln, Trainer: Udo Neumann

Interview im  magazin.lsb.nrw // Video  go.lsb.nrw/2026toptalentz

Mit viel Rückenwind auf den weiteren Weg

KölnRheinRuhr: So geht es nach dem Rekord-Referendum weiter mit der Olympia-Bewerbung

Text: Sven Schlickowey // Fotos © LSB NRW / Andrea Bowinkelmann

Rund 1,4 Millionen abgegebener Stimmen machten die Ratsbürgerentscheide zu KölnRheinRuhr zum größten Referendum in der Geschichte NRW, 66 Prozent Ja-Stimmen sorgten für eine klare Zustimmung zur Bewerbung um Olympische und Paralympische Sommerspiele. Vom „größten denkbaren Rückenwind“ sprach Ministerpräsident Hendrik Wüst: „Der Lohn ist jetzt eine olympische Bewerbung, die über eine noch nie dagewesene gesellschaftliche und politische Stabilität verfügt.“

Doch wie geht es nun weiter mit dem Bewerbungsverfahren?

Dafür laufen derzeit zwei Prozesse parallel: Zum einen befindet sich der DOSB seit November im sogenannten Continuous Dialogue mit dem IOC, um die

Bewerbung Deutschlands weiter voranzutreiben. Zum anderen wird in den vier deutschen Bewerberregionen, darunter auch KölnRheinRuhr, weiter an den Konzepten gearbeitet, um die Entscheidung auf nationaler Ebene im Herbst vorzubereiten.

Dazu verfeinert die NRW-Staatskanzlei zusammen mit dem LSB und dem Behinderten- und Rehabilitations-

sportverband die bisherigen Pläne weiter. Grundlage ist ein Fragebogen des DOSB, den es bis zum 4. Juni zu beantworten gilt. Darin geht es unter anderem um die internationale Wettbewerbsfähigkeit der Bewerberregion und ihre nationale Akzeptanz, ihre sportfachliche wie operative Eignung, die langfristigen Auswirkungen des Konzepts und dessen Finanzierung.



Jubel bei der Verkündung des Ergebnisses - mit (vorne von links) LSB-Präsident Stefan Klett, Sportfunktionärin Britta Heidemann, Ministerpräsident Hendrik Wüst, Kölns OB Torsten Burmester und Dr. Sebastian Schulte, CEO der Deutz AG.



In 17 Kommunen wurde abgestimmt, in 17 Kommunen stimmte die Mehrheit mit Ja. Auch in Herten, wo der Ratsbürgerbescheid allerdings am sogenannten Quorum scheiterte, es beteiligten sich also insgesamt zu wenige Wahlberechtigte. Links zu den 17 einzelnen Ergebnissen der Ratsbürgerentscheide Olympia & Paralympics Rhein-Ruhr gibt es hier: olympiabewerbung.nrw/ergebnis

All das fließt, überwacht von einer bereits eingesetzten Evaluierungskommission, in eine Bewertungsmatrix ein, die als Grundlage für die nationale Entscheidung dient. Die Kommission ist darüber hinaus befugt, eine eigene Empfehlung auszusprechen. Bindend sind aber weder Matrix noch Empfehlung, über den nationalen Bewerber entscheidet voraussichtlich eine außerordentliche Mitgliederver-

sammlung des DOSB am 26. September in Baden-Baden per Abstimmung.

DOSB und IOC im Dialog

Derweil bleibt der DOSB mit dem IOC im Gespräch. Seit der Bewerbungsprozess um die Ausrichtung von Olympischen und Paralympischen Spielen grundlegend reformiert wurde, stellt der „Continuous Dialogue“ (deutsch etwa: kontinuierlicher

Dialog) so etwas wie den Einstieg in einen konkreten Austausch dazu dar. Wird es noch konkreter, startet nach dem derzeit gültigen Vorgehen der „Targeted Dialogue“, also ein gezielter Dialog, der auf ein bestimmtes Jahr ausgerichtet ist.

Wann das sein wird und damit auch für welche Spiele ab 2036 Deutschland in Frage kommt, das entscheidet sich erst zu einem späteren Zeitpunkt.

Ich liebe es, wenn ein Plan funktioniert

”



.....

Vor ein paar Jahren noch stand es nicht gut um den TTV Hervest Dorsten, heute geht´s dem Verein bestens. Ein gutes Beispiel dafür, was die richtige Strategie bewirken kann.

.....

Wuselig, das beschreibt es wohl ganz gut. Wuselig ist es an diesem Montagvormittag in zwei Dorstener Sporthallen. 480 Kinder sind auf den Beinen, die Dritt- und Viertklässler von gleich vier Schulen aus Dorsten nehmen am Grundschul-Cup teil. In Vierer-Teams spielen sie Tischtennis-Rundlauf, so wie man das von der Klassenfahrt kennt, an nicht weniger als 29 Platten gleichzeitig. Das Format ermöglicht eine große Zahl an Teilnehmenden. Und dass auch die mitmachen, die bisher wenig Erfahrung mit dem kleinen Schläger haben.

Für den ausrichtenden TTV Hervest Dorsten ist der Grundschul-Cup Nachwuchswerbung, Öffentlichkeitsarbeit und ein Riesen-Spaß in einem. Aber auch jede Menge Arbeit. Zumal das Turnier nur ein Teil der Kooperation mit den vier Grundschulen ist. Daneben gibt es jedes Jahr in zwei der Schulen eine ganze Tischtennis-Woche, fünf Tage lang ist der Verein vor Ort und bietet für die Schüler*innen Spiel, Spaß und Bewegung.

Großer Erfolg bei Jugendlichen

Die Wirkung sei enorm, berichtet Geschäftsführer Marco Stepka. Beim Jugendtraining platze die Halle sprichwörtlich aus allen Nähten. Rund ein Drittel der Vereinsmitglieder seien inzwischen Jugendliche. „Wir haben jetzt sogar einen zweiten Trainingstag für die Jugend eingerichtet, um die Talentiertesten besser fördern zu können.“ Die Trainer*innen dafür, überwiegend mit B- und C-Lizenz, rekrutiere man übrigens auch aus eigenen Reihen.

Ein großer Erfolg, ohne Zweifel, aber eben auch nur möglich mit jeder Menge ehrenamtlichen Einsatz. Der Grundschul-Cup braucht Dutzende Helfer*innen, für jede Tischtennis-Woche müssen fünf, sechs Engagierte am Vormittag zur Verfügung stehen. Und die inzwischen 18 Teams, davon sieben im Jugendbereich, trainieren und managen sich auch nicht von allein. Warum also hat der vergleichsweise kleine Tischtennis-Verein aus dem vom



Für die Teilnehmenden ist der Grundschul-Cup vor allem ein großer Spaß, für den TTV auch Nachwuchswerbung und Öffentlichkeitsarbeit.

Bergbau geprägten Dorstener Stadtteil Hervest genug Unterstützung, wenn es doch vielen anderen Sportvereine genau daran mangelt?

Für den Vorsitzenden Andre Funcke ist die Antwort einfach: Strategie. Im Fall des TTV Hervest Dorsten eine Strategie, die auf eine Art Klausurtagung vor über zehn Jahren zurückgeht. Dem Verein habe es damals nicht gut gegangen, berichtet Funcke. Die Mitgliederzahl sei gerade noch so dreistellig gewesen, nicht einmal eine Handvoll davon hätten sich im Vorstand engagiert. Entsprechend viel Arbeit landete bei den einzelnen Vorstandsmitgliedern, die darüber zunehmend die Lust verloren.

„Also haben wir uns mal einen ganzen Samstag eingeschlossen und überlegt, wohin wir wollen und wie wir das erreichen“, erinnert sich Funcke. Heraus kam ein ganzes Bündel von Ideen und Maßnahmen, die überwiegend ineinandergreifen. Und aus der Abwärtsspirale, in der sich der Verein damals befand, eine Aufwärtsspirale machte.





480 Kinder waren in diesem Jahr beim Grundschul-Cup am Start. Einige davon finden sich später zum Training beim TTV ein.

Heute hat der TTV rund 230 Mitglieder, das erweiterte Vorstandsteam ist zwölfköpfig – und dahinter stehen noch einmal zahlreiche Mitglieder, die den Verein und seine Aktionen projektbezogen unterstützen.

Ein wichtiger Schritt sei gewesen, die Arbeit auf mehrere Schultern zu verteilen, sagt Andre Funcke, der davon spricht, die Aufgaben in „kleinen Paketen“ zu unterteilen. Für Jobs, die nicht die ganze Freizeit auffressen oder gar nur vorübergehend sind, finde man leichter Freiwillige, hat der Vorsitzende beobachtet. Nach denen habe man dann gezielt gesucht, nicht nur direkt im Verein. So kam zum Beispiel auch Marco Stepka, dessen Sohn beim TTV aktiv ist, in den Vorstand: „Obwohl ich selber gar kein Tischtennis spiele.“

Der Verein wird zur Marke

Stepka, beruflich als Leiter Business Development bei einer Software-Firma aktiv, brachte unter anderem seine Marketing-Erfahrung ein. Und begann, aus dem unscheinbaren Tischtennis-Verein, dessen 1. Mannschaft „nur“ in der Bezirksoberliga spielt, eine Marke zu machen. Im Tischtennis-Kreisen sei man bestens bekannt, vor allem als erprobter Ausrichter großer Turniere, sagt Marco Stepka. „Aber man muss auch schon mal aus seiner Bubble raus.“ Der Grundschul-Cup ist nur eine Maßnahme dazu.

Personell breiter aufgestellt war auch die von Jugendwart Robin Juste zunächst nur für eine Grundschule erdachte Tischtennis-Woche zu meistern. Die brachte neue Nachwuchs-Spieler*innen. Und mit ihnen Eltern, die bereit

waren, sich zu engagieren. Der wachsende Verein konnte unter anderem Mittel für neue Tischtennis-Platten einwerben – und die alten an die kooperierenden Grundschulen abgeben, deren Zahl nach und nach ebenfalls wuchs.

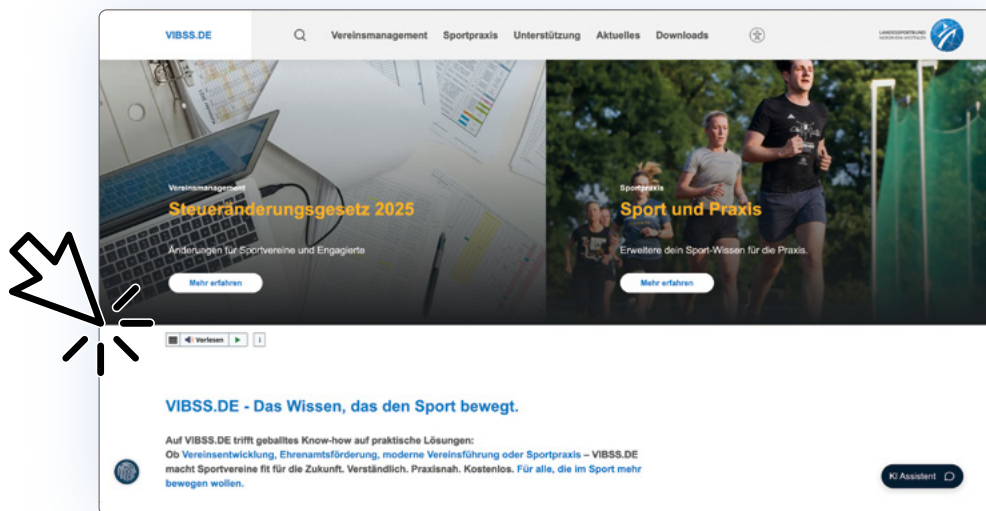
Mit mehr Engagierten läuft's besser. Weil's gut läuft, gibt's mehr Engagierte. Klingt simpel, muss aber auch in Dorsten-Hervest erst mit Leben gefüllt werden. Dazu gehöre auch, dass man sich nicht ausschließlich über den Sport definiere, sagt der Vorsitzende Andre Funcke. Der TTV biete eine Heimat, auch für die, die nicht oder nicht mehr an der Platte aktiv sind: „Wir wollen, dass die Leute reinkommen und sich bei uns wohl fühlen.“ Catering, Musik und gute Laune an Heimspieltagen seien längst normal: „Dann bleiben viele auch länger.“

Doch nicht nur für Aktive und Zuschauer biete man einen Mehrwert, betont Geschäftsführer Stepka. Auch die ehrenamtlich Engagierten profitierten: „Wer Verantwortung übernimmt, kann sich menschlich und organisatorisch weiterentwickeln.“

Die Wende ist also ganz offensichtlich geschafft. Fertig hat man in Hervest aber noch lange nicht. Die Zusammenarbeit mit den Grundschulen, Charity-Spieltage für den guten Zweck, Ping Pong Parkinson als neue Abteilung, Social Media, ein neues, zeitgemäßes Wappen – die Arbeit für den Verein und dessen Weiterentwicklung werde stetig fortgesetzt und erweitert, sagt Geschäftsführer Stepka. Dazu gehörten auch Fortsetzungen der Klausurtagung, mit der einst alles losging: „Alle zwei, drei Jahre schließen wir uns wieder für einen Samstag ein und schauen, ob wir noch auf dem richtigen Weg sind.“

VIBSS.DE IM NEUEN LOOK

**Mehr Übersicht. Bessere Inhalte.
Starke Unterstützung für Vereine.**



In den vergangenen Monaten hat der Landessportbund NRW intensiv daran gearbeitet, seine Vereinsinformati-
ons-Website VIBSS.DE grundlegend zu überarbeiten und zu verbessern. Neben einer neuen, modernen Optik, wurde auch die gesamte Nutzer*innenführung optimiert. Die strukturiertere Menüführung erleichtert die Orientierung, gleichzeitig wurde die Suche verbessert und um Kategorie-Filter erweitert. Zusätzlich sorgen Autor*innenangaben und Hinweise zur Aktualität der Inhalte für mehr Transparenz und Qualität.

Doch VIBSS.DE bietet weit mehr als nur eine neue Optik: Die Plattform unterstützt Sportvereine umfassend bei aktuellen Herausforderungen und Zukunftsthemen. Ob Vereinsentwicklung, Ehrenamtsförderung, moderne Vereinsführung oder Sportpraxis. Unsere Inhalte sind verständlich aufbereitet, praxisnah gestaltet und kostenfrei zugänglich. Damit richtet sich VIBSS.DE an alle, die sich im organisierten Sport engagieren und ihren Verein aktiv weiterentwickeln möchten.

Anregungen, Feedback oder Themenwünsche?

Dann schreiben Sie uns an:  **socialmedia@lsb.nrw**

Die Offensive #SPORTEHRENAMT geht in die nächste Runde

UNSICHTBAR. UNERSETZLICH. UNBEZAHLBAR.

Während anderswo Flutlichter gleißen und Tausende im Takt der Fangesänge aufspringen, gibt es die stillen Szenen, die meist niemand sieht. Maria, die allein in der Halle steht, Tore richtet, Bälle bereitlegt. Oder Thomas, der immer fährt, wenn andere längst im Feierabend sind. Und wie selbstverständlich die Trikots wäscht.

ES SIND MENSCHEN WIE SIE, DIE DEN SPORT TRAGEN. NICHT IRGENDWANN, SONDERN JEDEN TAG.

Ehrenamt ist kein Beiwerk. Es ist das Fundament. Trainingsstunden, Spieltage, Vereinsfeste – sie alle stehen und fallen mit denen, die einfach machen. Die anpacken. Die nicht fragen, was sie bekommen, sondern was gebraucht wird. Doch das Fundament bekommt Risse. Vereine wachsen, Aufgaben auch – aber nicht die Zahl der Engagierten.

Darum braucht es mehr als Worte.

Mit der Offensive #SPORTEHRENAMT (2024–2028) setzen Landessportbund NRW, Staatskanzlei und WestLotto ein Zeichen: hinschauen, sichtbar machen, wertschätzen. Die Kampagne geht dorthin, wo Menschen sind – in die sozialen Medien, mitten in den Alltag. Offen, niedrigschwellig, ohne Pathos, aber mit Haltung.

Denn Engagement beginnt nicht erst mit einem Amt. Es zeigt sich im Fahrdienst, beim Kuchenverkauf, im kurzen „Ich übernehme das“. Oft sind es die kleinen Beiträge, die Großes möglich machen.

„Kein SPORT ohne EHRENAMT.“ Das ist keine Floskel, sondern Realität. Die Kampagne übersetzt sie in klare Bilder und Reels: Was passiert, wenn niemand mehr da ist, der den Ball aufpumpt oder den Spielplan schreibt?

Das Ehrenamt ist kein Randthema.

Es ist der Kern.

Und vielleicht ist genau jetzt der richtige Moment, selbst Teil davon zu werden. Vereine, Verbände sowie Kreis- und Stadt-sportbünde sind eingeladen, die Kampagnenmotive zu teilen und die Materialien auf sportehrenamt.nrw zu nutzen wie Bilder, Reels und Carousel-Posts bis zu E-Mail-Badges und Videokonferenz-Hintergründen. Das kann Ehrenamtliche sichtbar machen, motivieren und langfristig binden.

➔ Sportehrenamt.nrw

Das Portal „Sportehrenamt.nrw“ richtet sich an alle, die sich für ein Engagement im Sport interessieren, und bietet einen klaren Überblick über die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten und bestehenden Angebote. Auch wer bereits aktiv ist, findet hier hilfreiche Informationen und Anregungen zur Weiterentwicklung.

OHNE EHRENAMT, KEIN TURNEN.



KEIN **SPORT** OHNE
EHRENAMT.

Mach Sportehrenamt.nrw



In Kooperation mit:

WESTLOTTO

Gefördert durch:

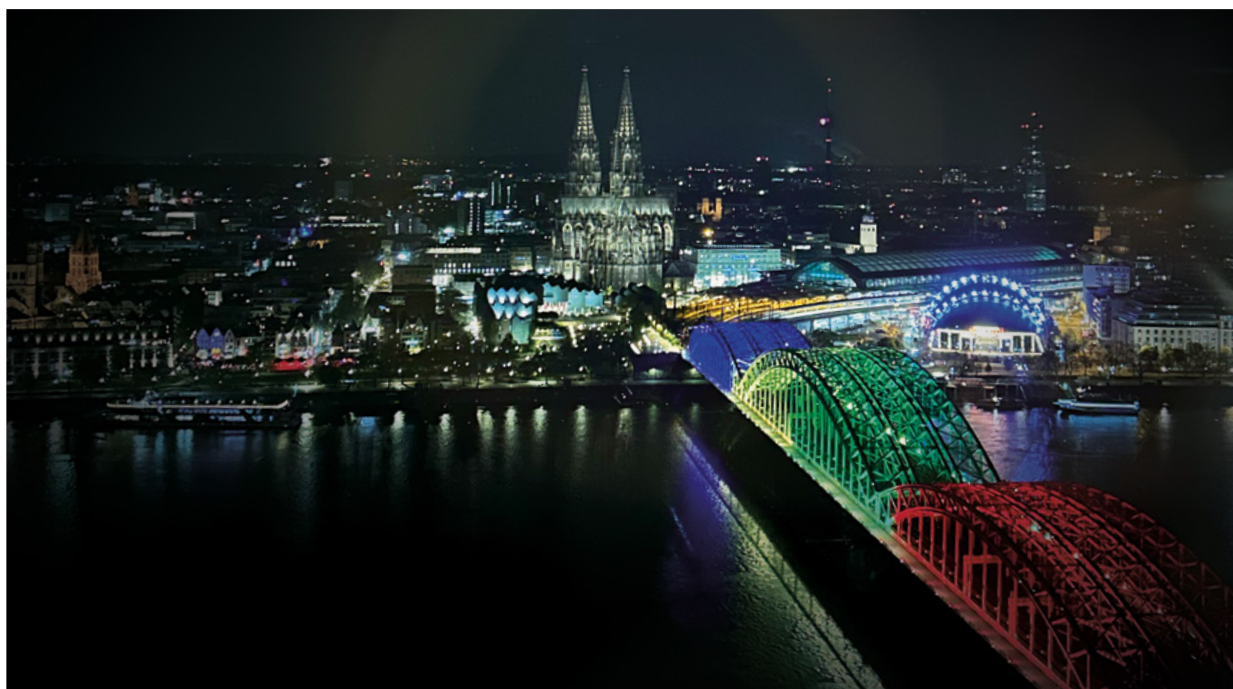
Staatskanzlei
des Landes Nordrhein-Westfalen



WTB
WESTFÄLISCHER TURNERBUND

LANDESPORTBUND
NORDRHEIN-WESTFALEN





© LSB NRW / Kiyoo Kuhlbach

BILD DES MONATS

NRW sagt Ja zu den Spielen -- und zur Feier erstrahlte die Kölner Hohenzollernbrücke in den olympischen Farben. Optisch ein Highlight, mit einer Menge Symbolik. Denn die Brücke gehört nicht nur zu den Wahrzeichen Kölns und bildet zusammen mit dem Hauptbahnhof einen wichtigen Verkehrsknotenpunkt im Herzen Europas. Sie ist auch und vor allem ein verbindendes Element. So wie es die Spiele sein werden.

Text Sven Schlickowey

STUDIE

WIE RASSISMUS DIE AUFSTELLUNG BEEINFLUSSEN KANN

Der Arbeitsbereich Sportsoziologie der Uni Wuppertal gehört zu den führenden Instituten bei der Erforschung von Rassismus im Sport. So waren die beiden Wissenschaftlerinnen Prof. Dr. Tina Nobis und Lara Kronenbitter an einem Projekt des Berliner Instituts für empirische Integrations- und Migrationsforschung beteiligt, das bemerkenswerte Ergebnisse liefert, einer Studie zum sogenannten „Racist Stacking“. Die zeigt: Die Hautfarbe von Sportler*innen kann die Mannschaftsaufstellung beeinflussen. Selbst im Profisport neigen Mannschaftenverantwortliche offenbar dazu, weiße Spieler*innen mit taktisch geprägten Aufgaben zu betrauen, während nicht-weiße häufiger auf körperlich betonten Positionen aufgestellt werden. Eine Folge überlieferter rassistischer Stereotype, sagen die Forscherinnen – und empfehlen unter anderem Schulungen für Trainer*innen und mehr Diversität in Führungspositionen.

Die wichtigsten Ergebnisse der Studie samt Handlungsempfehlungen gibt es hier:

➔ go.lsb.nrw/hu-berlin-studie

ZAHL DES MONATS

900

Registrierungen

... gab es bereits für den **Schutzkonzept-generator des LSB**. Nach einer Testphase wurde das Online-Tool Anfang des Jahres für alle Sportvereine in NRW freigeschaltet, es hilft bei der Erstellung eines individuellen Schutzkonzeptes für den eigenen Verein, um diesen zu einer noch sichereren Umgebung für alle zu machen.

➔ schutzkonzeptgenerator.nrw

NRW-RADTOUR MIT WESTLOTTO



In vier Tagen das Land erfahren

Tagsüber radeln, abends feiern – die NRW-Radtour ist zurück. **Vom 30. Juli bis zum 2. August** geht es diesmal an vier Tagen per Fahrrad von Dülmen über Lünen und Münster zurück zum Ausgangsort, Tagestouren zwischen 45 und 65 Kilometern entlang zahlreicher Sehenswürdigkeiten. Am Abend warten dann jeweils WDR4-Sommer-Open-Airs mit bekannten Künstler*innen. Teilnehmende können alle oder einzelne Etappen mitfahren, zum Feiern darf auch kommen, wer gar nicht in die Pedale tritt.

INFOS & ANMELDUNG: ➔ nrw-radtour.de

REDAKTIONELLE ANZEIGE

Reiseversicherung für Vereine: Büroleiter Jochen Grahn im Interview



Wie sind die Reisen eines Vereins zu versichern?

Egal, ob es sich um eine Reise zur Teilnahme an einem Sportturnier oder eine gesellige Jahresabschlussfahrt handelt: Der Verein muss bei der Vorbereitung der Reise bereits daran denken, die ReisetTeilnehmer, Organisatoren und Reiseleiter abzusichern. Nach § 651 r Bürgerliches Gesetzbuch (BGB) müssen Veranstalter von Reisen die ReisetTeilnehmer unter bestimmten Voraussetzungen auch gegen Insolvenz des Veranstalters absichern. Dieses Gesetz gilt auch für Vereine und Verbände.

Was bedeutet diese gesetzliche Regelung für den Sport?

Nehmen wir mal an, ein Verein plant eine Jahresabschlussfahrt, an der neben den Spielern auch Eltern, Geschwister und Freunde teilnehmen können. Der Schatzmeister bucht einen Reisebus und außerdem eine Unterkunft. Der Verein hat hier im Sinne des Gesetzes zwei Einzelleistungen einer Reise erbracht und ist damit als Reiseveranstalter zum Abschluss einer Insolvenzabsicherung verpflichtet.

Wie hilft die ARAG?

Die ARAG bietet den Vereinen und Verbänden eine Veranstalter-Haftpflichtversicherung einschließlich der gesetzlich vorgeschriebenen

Insolvenzabsicherung (Kautionsversicherung) an. Dafür zahlen sie je ReisetTeilnehmer nur 0,61 € – unabhängig von der Reisedauer. Die vom Gesetzgeber geforderten Sicherungsscheine können unkompliziert beantragt und an die ReisetTeilnehmer ausgehändigt werden. Bei Bedarf kann für die ReisetTeilnehmer auch eine Unfall-, Haftpflicht-, Reisegepäck- oder Auslands-Krankenversicherung abgeschlossen werden.

Wo können sich die Vereine informieren?

Am besten sprechen sie uns direkt an. Einen ersten Eindruck erhalten die Vereine aber auch auf www.ARAG.de/sport-reiseversicherung/ Dort finden sie alle Infos und einen Beitragsrechner. Natürlich kann die ARAG Reiseversicherung auch online abgeschlossen werden.



Jochen Grahn

Büroleiter
ARAG Allgemeine Versicherungs-AG
Versicherungsbüro beim
Landessportbund NRW e.V.
Telefon 0203 600 10 70
vsbduisburg@ARAG-Sport.de

Schmerzmittel und Sport

HÄUFIG
UND GÄNGIGE
PRAXIS

Studien zum Thema Schmerzmittel im Leistungssport zeigen, dass die Verwendung von Schmerzmitteln häufig und gängige Praxis ist. Dabei variieren die Angaben zum Gebrauch in Abhängigkeit der untersuchten Sportarten.

Während im Fußball beispielsweise Häufigkeiten von 16,7 bis 54,2 Prozent in Befragungen angegeben werden, sind es im Tennis 2,8 Prozent. Nur wenige Daten gibt es zu diesem Thema im Breiten- und Freizeitsport. In den Ausdauer- bzw. Ultraausdauerdisziplinen ist jedoch ebenfalls nach Auswertungen von Befragungen im Rahmen von Laufveranstaltungen von einer weit verbreiteten Verwendung von Schmerzmitteln auszugehen.

Ein erheblicher Teil der Sportler nimmt Schmerzmittel ohne akut vorliegende Beschwerden oder Symptome prophylaktisch ein. Auf diese Weise sollen Schmerzen unterdrückt und etwaige Leistungseinbußen vermieden werden, sei es im Verlauf einer langen Saison oder, wie im Ultraausdauersport, vor intensiven und langen Wettkämpfen.

SCHMERZ ALS WICHTIGES WARNSIGNAL

Diese Überlegungen bergen jedoch erhebliche Risiken. Schmerz ist ein wichtiges Warnsignal des Körpers. Wer Belastungsgrenzen überschreitet, erhöht das Risiko für Verletzungen und Überlastungen wie Sehnenreizungen und Stressfrakturen. Letztendlich kann es hierdurch zu langen Ausfällen mit verbundenen Leistungseinbußen kommen.



© picture alliance / dpa-tmn | Christian Klose

Hinzu kommen Gefahren durch direkte Nebenwirkungen der verwendeten Schmerzmittel. Die Nebenwirkungen können eine Vielzahl von Organsystemen betreffen, erwähnt seien Beeinträchtigungen des Herz-Kreislaufsystems, des Magen-Darmtraktes und der Nierenfunktion, insbesondere durch nichtsteroidale Antirheumatika (NSAR).

Ein weiterer, oft nicht beachteter Aspekt betrifft die Trainingsanpassung und Regeneration. Durch Schmerzmittel, die oftmals gleichzeitig eine entzündungshemmende Wirkung haben, können notwendige Regenerations- und Reparationsprozesse (z.B. nach Verletzungen) beeinträchtigt werden und somit auch einen Leistungsaufbau oder eine schnelle Rehabilitation verzögern.

Schmerzmittel sind zweifellos wichtige Medikamente in der Medizin. Im sportlichen Kontext sollten sie jedoch nur bei medizinischer Indikation eingesetzt werden. Statt Leistungsgrenzen medikamentös verschieben zu wollen, sollte das Anerkennen der eigenen Leistungsfähigkeit im Vordergrund stehen. Das Verständnis um die eigene Leistungsfähigkeit ist eine wichtige Voraussetzung für physiologische Leistungsentwicklungen durch Training.


Quelle: Leyk D, Rüter T, Hartmann N, Vits E, Staudt M, Hoffmann MA. Analgesic Use in Sports. Dtsch Arztebl Int. 2023 Mar 10;120:155-161. doi:10.3238/arztebl.m2023.0003



WESTLOTTO
TOPTALENTE
NRW INITIERT VOM
LANDESSPORTBUND NRW

Rollstuhlbasketball : **Maximilian Lammering**

Verein: BBC Münsterland, Trainer: Marcel Fedde

Interview im  magazin.lsb.nrw // Video  go.lsb.nrw/2026toptalent3

Jahrestreffen einmal anders

MITGLIEDERVERSAMMLUNG IM MARKTPLATZ-FORMAT

Text Markus Hoffmann

Auch beim Schwimmverein Westfalen Dortmund von 1896 war die Mitgliederversammlung immer eine eher „trockene“ Angelegenheit. Bis die Idee aufkam, aus einer Pflichtaufgabe ein spannendes Event zu machen.

Statt wie früher stundenlang die Tagesordnung abzuarbeiten, veranstaltet der Verein seine Versammlung seit 2023 als öffentliche Netzwerk-Messe. Während sich die Abteilungen an Präsentationsständen vorstellen, können Vereinsverantwortliche, Mitglieder und Gäste sowie Vertreter aus Wirtschaft und Politik ins Gespräch kommen. Das alles in einem lockeren Rahmen inklusive Gastronomie, Kinderbetreuung und interaktivem Quiz.

**WIR WOLLTEN WEG VON
LANGWEILIGEN VERSAMMLUNGEN
UND HABEN DIESES NEUE
KONZEPT, DAS ZUM MITMACHEN
EINLÄDT, EINGEFÜHRT.**

Uwe Weckelmann, verantwortlich für Öffentlichkeitsarbeit und Marketing | SV Westfalen Dortmund

Der formale, nicht öffentliche Teil wird dabei bewusst kompakt gehalten: Entlastungen, Wahlen und Ehrungen finden in einem

separaten Raum statt, zuletzt in gerade einmal 30 Minuten. Anschließend geht das bunte Miteinander weiter. Beim rund 500 Mitglieder starken SV Westfalen kommt das Konzept gut an, die Teilnehmerzahl wächst stetig.

„Neue Zeiten brauchen neue Wege, auch im Verein“, sagt der Vorsitzende Ümit Acar. „Mit dem neuen Angebot reagieren wir auf den gesellschaftlichen Wandel und sind dadurch offener, zugänglicher und näher an den Menschen.“ So schaffe man es, Mitglieder zu halten und neue für den Verein zu begeistern. „Ich bin überzeugt: Mit solchen innovativen Ansätzen können wir dem Vereinssterben nicht nur etwas entgegensetzen - wir können zeigen, wie Zukunft im Verein funktioniert.“

ANGEBOT SOLL WEITER WACHSEN

Mittelfristig soll sich das moderne Format als Netzwerk-Börse etablieren. Auf der sich alle präsentieren können – von den eigenen Abteilungen wie Unterwasser-Rugby oder Flossenschwimmen über bestehende oder potenzielle Partnerunternehmen bis hin zu anderen Vereinen.

„Der Vielfalt sind hier keine Grenzen gesetzt und wir würden uns freuen, die Veranstaltung kontinuierlich ausbauen zu können“ sagt Weckelmann, der berichtet, dass bei der jüngsten Auflage der Marktplatz-MV neben lokalen Firmen auch erstmals eine soziale Einrichtung vertreten war. Und der sich wünscht, Vorbild für andere zu sein, so dass „das Beispiel auch bei anderen Vereinen möglichst Schule macht.“



WENN PFEILE DURCH DIE KIRCHE FLIEGEN

In der Sport- und Bewegungskirche St. Joseph in Köln-Ehrenfeld verbindet das Projekt „Joseph träumt“ Spiritualität mit Bewegung. Angebote wie spirituelles Bogenschießen zeigen, wie Kirche und Sport gemeinsam neue Begegnungsräume schaffen.

Der Altar ist hell erleuchtet, doch ein Gottesdienst findet heute nicht statt. Zwischen Bleiglasfenstern und Heiligenstatuen sind stattdessen Zielscheiben aufgebaut. Dieses für eine Kirche ungewöhnliche Setting bildet den Rahmen für eine Veranstaltung, bei der Glaube und Sport in Köln-Ehrenfeld auf besondere Weise miteinander verschmelzen. In der Sport- und Bewegungskirche St. Joseph wird spirituelles Bogenschießen angeboten.

„Die Initiative entstand durch eine Anfrage aus der Gemeinde, den Kirchenraum wieder stärker mit Leben zu fül-

len“, erklärt Pastoralreferent a.D. Ulrich Fink. Die ehemalige Gemeindekirche wurde zuletzt nicht mehr regelmäßig für Gottesdienste genutzt – ihre Wiederbelebung entsprach auch dem Anliegen des katholischen Sportverbandes Deutscher Jugendkraft (DJK), Glaube und Bewegung neu zusammenzudenken. Gemeinsam setzt man nun das Projekt „Joseph träumt“ um, zu dem auch das Bogenschießen gehört.

Dass der Kursleiter an diesem Abend – umgeben von Christusdarstellungen und Heiligenfiguren – ausgerechnet zwölf Teilnehmer*innen um sich versammelt, ist allerdings kein



GUT ZU WISSEN

Der DJK-Sportverband entstand Anfang des 20. Jahrhundert als katholischer Sportverband. Dem Bundesverband mit Sitz in Langenfeld/Rheinland gehören heute rund 1.000 Vereine an, die in der Regel auch Mitglied in Fachverbänden und Stadt- und Kreissportbünden sind. DJK steht für Deutsche Jugendkraft, ein zur Zeit der Gründung gängiger Begriff, der die positiven Eigenschaften der Jugend umschrieb.

bewusst gewähltes biblisches Motiv. Für mehr Schütz*innen ist in der Kirche, die sich im Umbau befindet, schlicht kein Platz. Zwischen Kirchenbänken und mobilen Zielscheiben entsteht gerade aus dieser Nähe eine besondere Atmosphäre: Der Klang der Schritte auf dem Boden, das Spannen der Sehne, das kurze Innehalten vor dem Schuss – zusammen mit der sakralen Architektur wird hier Konzentration und Kontemplation gleichermaßen gefördert.

Sportsgeist trifft Spiritualität

Die Übungen und Vorträge Finks haben mit einer klassischen Predigt nichts gemein. Viel mehr lädt der 66-Jährige zur Achtsamkeit ein, auf den eigenen Körper zu hören. Dies ist auch Aufgabe in der ersten Übung des Tages: Vor dem Schuss sollen die Teilnehmer ganz bewusst innehalten und den Schussablauf mit ihrem Atem in Einklang bringen.

„Atem ist im Ersten Testament das Wort für den ‚Geist Gottes‘. Diese Verbindung wird bewusst hergestellt“, erläutert Fink den Bezug dieser Übung zum Glaube. Schnell wird klar: Hier wird niemandem etwas aufgezwungen, sondern Spiritualität mit spielerischen Elementen verbunden. „Der Glaube ist dabei präsent, aber nicht im belehrenden Sinne“, fasst der Kursleiter zusammen.

Diese Verbindung schätzt auch Rolf Wollschläger, der seit eineinhalb Jahren regelmäßig dabei ist. „Das Spirituelle mit dem Glauben zu kombinieren, erfüllt innerlich doppelt. Ulrich lässt sich dafür auch immer etwas Neues einfallen, sodass es nie langweilig oder eintönig wird“, lobt Wollschläger, der aus sportlicher Sicht schon ein Routinier am Bogen ist.

Für Thomas Blum ist es dagegen die erste Teilnahme am Bogenschießen. „Ich hatte vorher schon Berührungspunkte mit dem Bogenschießen und auch dem DJK. Von daher passt es für mich sehr gut und es ist schön, sich darauf einzulassen“, freut sich der Neueinsteiger.

Jeder ist willkommen

„Joseph träumt“ ist kein abgeschlossenes Projekt, sondern ein lebendiges Netzwerk aus Ideen und Aktivitäten, getragen von Ehrenamtlichen, Hauptamtlichen und Partnern wie dem DJK. Dieser besteht bereits seit 1920 und fördert Projekte, die Sport mit christlichem Glauben verbinden.

„Es gibt keine Voraussetzungen, was den Glauben oder die sportliche Erfahrung betrifft“, macht Fink

deutlich und fügt lächelnd hinzu: „Außer der Bereitschaft, sich auf die Übungen einzulassen.“

Dafür bietet die Sportkirche vielfältige Angebote: vom Bibel-Yoga bis hin zum inklusiven Churchtrail, einem spirituellen Lauf durch mehrere Kirchen Kölns, der in St. Joseph startet und endet. Auch das Bogenschießen verbindet körperliches Tun mit geistlicher Reflexion. Teilnehmende erhalten Einführungen, Sicherheitshinweise und Impulse, bevor sie in die Übungen starten. Um dem gerecht zu werden, hat der Übungsleiter extra eine Fortbildung absolviert. Die Erklärungen sind ruhig und herzlich, die Stimmung besinnlich. Heißt es dann „Feuer frei“, gilt die gesamte Konzentration dem perfekten Schuss.

Eine Kirche im Wandel ----->

Umgeben von Bauzäunen, Holzbänken und Fangnetz entsteht an diesem Abend in der noch klirrend kalten Kirche eine ganz besondere Aura. Der sportliche Erfolg steht nicht im Vor-

dergrund, und doch entlockt es dem ein oder anderen Teilnehmer ein breites Lächeln, wenn ein Pfeil in der Mitte der Scheibe einschlägt. „Es geht uns darum, Glaube erlebbar zu machen – körperlich, sinnlich und gemeinschaftlich“, so Fink.

Das Leitmotiv „Joseph träumt“ greift bewusst eine biblische Geschichte auf: Joseph, der im Schlaf Visionen empfängt und zu seinem Weg im Leben findet. Dieses Bild steht symbolisch für die Idee, Spiritualität und Alltag in Bewegung zu bringen und dabei dynamisch auf Menschen zuzugehen. Fink schafft dies, ohne biblische Personen explizit zu benennen oder den christlichen Glauben zu vermarkten. Vielmehr setzt er auf die Vermittlung von Werten und das kommt altersübergreifend an. Der jüngste Teilnehmer ist gerade mal zwölf Jahre alt und schon jetzt ein begeisterter Bogenschütze.

Indes entsteht in der Sportkirche bereits das nächste Projekt an. Schon bald soll dort der erste Hochseilgarten Deutschlands unter einer Kirchendecke gebaut werden. Das Bogenschießen geht weiter. Wer sich spirituell darauf einlässt, blendet Bauzäune ohnehin aus.

ANZEIGE



VEREINSARBEIT LEICHT GEMACHT

CLOUDBASIERTE SOFTWARE FÜR SPORTVEREINE

Effizient. Sicher. All-in-One Verwaltungssoftware - seit über 16 Jahren für Sportvereine entwickelt.

- ✓ **Einfache Kommunikation**
Nachrichten, Termine und Infos zentral steuern - für Trainer und Mitglieder über zwei Apps.
- ✓ **Alles an einem Ort**
Mitglieder, Kurse, Buchhaltung, SEPA, Webshop & mehr – alle Abläufe in einem System.
- ✓ **Finanzen auf Autopilot**
Automatisierte SEPA-Zahlungseinzüge, individuell einstellbare Rabatte und Rechnungsstellung.
- ✓ **Immer und überall**
100% cloudbasiert und DSGVO-konform. Keine Installationen nötig.

www.clubway.de

Kostenloses Kennenlerngespräch
für Deinen Verein buchen.



Drum prüfe, wer sich (ewig) bindet

Mitgliederlisten in Excel, Beitragszahlungen per Hand nachverfolgen, Termine über fünf verschiedene Kanäle streuen: So läuft das in vielen Vereinen. Gleichzeitig wachsen die Anforderungen durch gesetzliche Regulierungen und auch die Ansprüche der Mitglieder steigen. Die Lösung: Eine Software, die Regularien erfüllt, Prozesse automatisiert und Funktionäre wieder mehr Luft zum Atmen lässt.



„Warentest“ Vereinssoftware

Die Kinder der Autorin waren jahrelang klassische Vereinswechsler. „Nee, ich möchte doch kein Leichtathletik mehr machen – lieber Hapkido!“ Das führte zu Probemitgliedschafts-, Anmelde- und Beitragszahl-Wirrwarr – und irgendwann wurde der Familie klar, dass sie bei einem dieser Wechselvereine drei Jahre keine Beiträge gezahlt hatte. Das war dem Verein bis dahin nicht aufgefallen, dessen Prozesse offenbar auf Durcheinander nicht ausgelegt waren.

Kein Sonderfall, meint Matthias Tausch, Vereinsberater beim LSB mit Schwerpunkt Digitalisierung. „Vereine lassen Geld, Nerven und Zeit liegen, wenn sie keine IT-Lösungen haben, die über die Office-Produkte hinausgehen. Der Einsatz von Software hilft, die normalen Vereinsalltagsprozesse abzubilden und sich auf das Wesentliche – die Mitglieder – zu konzentrieren.“

Was Software leisten muss

– und was nicht

Eine Vereinssoftware kann Struktur bringen und Abläufe vereinfachen. Nur welche? „Was brauchen wir denn“ muss stets die erste Frage am Anfang einer Entscheidungsfindung sein. Denn die Vereinslandschaft ist extrem heterogen: Schon zwei ähnliche Karatevereine können organisatorisch komplett unterschiedlich funktionieren. Darin liegt das Problem, zugleich aber die Lösung: Ein klares Anforderungsprofil – individuell für den Verein, seine Menschen und seine Abläufe definiert – ist Basis für die Kaufentscheidung.

„Es geht immer um das Meistern des Vereinsalltages“, sagt Matthias Tausch. Und wie der aussieht, weiß am besten die Vereinsmanager*in. Wie arbeitet der Verein? Welche personellen und finanziellen Ressourcen stehen zur Verfügung? Wo sind Baustellen, welche Verbesserungen sind gewünscht? Welche Ziele sollen erreicht werden?

Um konkret einzusteigen, gehen wir zurück zu den beitrags säumigen Kindern der Autorin. Hat der Verein viel Fluktuation im Kinderbereich? Also muss er für sich definieren: Wie werden Probemitgliedschaften hinterlegt?

Anbieterneutral und kostenlos: Das LSB-Vergleichsportal lsb-vergleichsportal.de unterstützt Sportvereine bei der Auswahl passender Softwarelösungen. Gelistet sind u. a. Tools für Mitgliederverwaltung, Buchhaltung, Kommunikation und Organisation. Anbieterprofile zeigen Funktionen und Einsatzbereiche. Das Portal ermöglicht einen strukturierten Vergleich über Filter oder eine geführte Suche, die Nutzung ist kostenfrei und ohne Anmeldung zugänglich.

Gibt es in der Mitgliederverwaltung beispielsweise eigene Zugänge für Übungsleitungen, wo datenschutzkonform und individualisiert nur die eigenen Kurse abgebildet sind? Wie wird eine Anwesenheitskontrolle nachgehalten?

Händisch organisiert flutschen Mitglieder unter Umständen durchs System – digital organisiert sind alle erfasst. „Die

Mitgliederverwaltung ist die Basis, der Pflichtteil jeder Vereinssoftware. Die Unterschiede liegen im Detail: Zusatzfeatures wie zum Beispiel das Abbilden einer Mitgliedshistorie, das Zufügen individueller Felder, Daten-Importierbarkeit oder das Hinterlegen von Notizen sind Module, die nicht jeder Verein braucht – manche aber doch.“ Darum sei das Anforderungsprofil so wichtig, sagt Matthias Tausch. „Es gilt immer zu prüfen, welche Detailtiefe und Funktionalitäten All-in-One Lösungen bereitstellen.“

Leitplanke im Anbieter-Dickicht

Was eine Software für einen Verein leisten kann, ist also immer von dessen Anforderungen abhängig. Mehr als 50 Anbieter tummeln sich im Markt, dabei reicht die Bandbreite von spezialisierten Tools bis zu umfassenden All-in-One-Systemen. Einige arbeiten modular, andere setzen auf Zusatzfunktionen per In-App-Kauf. Wieder andere konzentrieren sich bewusst auf einzelne Bereiche wie Kommunikation oder Buchhaltung. Populäre Software-Lösungen kommen etwa von Kurabu, Campai, Clubway oder (speziell für den Fußball) von DFBnet Verein.

Ein zentraler (jedoch höchst subjektiver) Faktor für eine Kaufentscheidung ist die Usability. Systeme sollten intuitiv bedienbar sein, sonst können sie an der Akzeptanz im Verein scheitern. Gerade im Ehrenamt fehlt die Zeit für lange Einarbeitungsphasen. Entsprechend kommt dem Support eine tragende Rolle zu: Viele Anbieter leisten einen einfachen und umfassenden Support und sind gerade für Anfänger*innen im Bereich Digitalisierung eine wertvolle Hilfe.



Erste Ideen, welche Software die richtige für den Verein sein könnte, liefert das LSB-Vergleichsportal. Es funktioniert als geführte Anbietersuche: Vereine definieren, was ihnen wichtig ist – etwa Funktionen, Schnittstellen oder Kommunikationsmöglichkeiten wie Newsletter – und erhalten darauf basierend passende Vorschläge. Das Portal ist eine Kooperation mehrerer Landessportbünde und wird intensiv genutzt, rund 3.000 Zugriffe pro Monat zeigen den Bedarf.

Beim Klären der eigenen Bedarfe und der Entscheidungsfindung helfen weitere Angebote des LSB: Schulungen, individuelle Vereinsberatung, das Wissensportal VIBSS sowie Formate wie die Vereinstalks, die regelmäßig online stattfinden – auch immer wieder zum Thema Digitalisierung.

bündelt zentrale Funktionen wie Mitglieder- und Terminverwaltung in einem System, ergänzt um buchbare Zusatzmodule. Vereine sollen nur das nutzen, was sie tatsächlich brauchen.

Der Grundgedanke ist stets Entlastung der Ehrenamtlichen. Mitglieder können eigene Daten pflegen, sich zu Trainings anmelden oder ihre Teilnahme dokumentieren. Rollen- und Rechtekonzepte sorgen dafür, dass Aufgaben klar verteilt sind und sensible Daten geschützt bleiben. Änderungen werden protokolliert – „darum kann man nichts verkehrt machen“, sagt Kölbl. Und ein Teil der Verantwortung liegt auf den Vereinsmitgliedern: Sie können selbst ihre Stammdaten pflegen oder Kurs-Anmeldungen vornehmen.

Das Vereinsoftware-Ökosystem

Moderne Vereinssoftware deckt weit mehr ab als nur die Mitgliederverwaltung. Die folgende Übersicht zeigt die wichtigsten Funktionsbereiche, die ein vollständige Plattform abdecken sollte

Verbandsmeldungen

Lizenzen, Pässe, Meldungen automatisch übertragen

Standorte

Mehrere Sportstätten und Abteilungen abbilden

Ressourcen

Material, Räume, Geräte ausleihen verwalten

Dokumente

Satzungen, Protokolle, Formulare digital verwalten



Mitgliederverwaltung

Stammdaten, Ein-/Austritt, Mitgliederstatus

Beiträge & Finanzen

SEPA-Lastschrift, Buchhaltung, Mahnwesen

Kommunikation

E-Mail, Newsletter, Push-Benachrichtigungen

Kurse & Trainings

Buchungen, Anwesenheit, Trainer-Zuweisungen

Veranstaltungen

Anmeldung, Ticketing, Teilnehmerlisten

Vom Excel-Chaos zur Systemlogik

Viele Anwendungen kommen direkt aus der Praxis, wie das Beispiel Clubway zeigt. Als die Firma 2009 in Finnland gegründet wurde, sah der Vereinsalltag vielerorts ähnlich aus: Papier, Excel, überlastete Ehrenamtliche, fehlende Übersicht. „Teilweise wusste im Verein niemand genau, wie die aktuelle Situation ist“, beschreibt Mitgründer und Entwicklungsleiter Wolfgang Kölbl die Ausgangslage. Aufgaben gingen unter, Fristen auch.

Der Ansatz bestand darin, Prozesse zusammenzuführen, Abläufe zu vereinfachen, und Verantwortung sichtbar zu machen. Die Software – eine All-in-One-Lösung –

Die Software richtet sich vor allem an Vereine ab etwa 300 Mitgliedern, wird aber auch von größeren Organisationen genutzt. Aktuell arbeiten rund 1.200 Vereine in Deutschland, Österreich und Finnland damit. Entwickelt wird ausschließlich im eigenen Haus, mit Fokus auf Benutzerfreundlichkeit. Neue Funktionen entstehen prototypisch, sie werden dann ausgerollt, wenn ihr Nutzen im Vereinsalltag auf der Hand liegt.

Ein wesentlicher Bestandteil ist die Einführung der Software im Vereinsalltag. Clubway setzt auf begleitete Inbetriebnahme mit Mentoren, die technisch unterstützen sowie Prozesse hinterfragen und vereinfachen. Der Support ist niedrigschwellig, Antworten kommen in der Regel kurzfristig, bei Bedarf auch im direkten Austausch.

Der Ehrentag 2026

Für dich. Für uns. Für alle.

Eine demokratische Gesellschaft braucht Engagement. Also lasst uns die Menschen feiern, die engagiert sind! An alle Ehrenamtlichen – und die, die es werden wollen – richtet sich der erste bundesweite Ehrentag am 23. Mai. Also auch an die Sportvereine in NRW.

Aktionszeitraum 16. - 31. Mai 2026

Vielleicht ist der Ehrentag so etwas wie der Muttertag der Demokratie: Da rückt in den Fokus, was wir oft für selbstverständlich halten, aber ohne das wir alle ein schlechteres Leben hätten.

Nun, Muttertag ist jedes Jahr – der Ehrentag ist neu. Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier ruft ihn in diesem Jahr erstmalig aus: Am 23. Mai, dem 77. Geburtstag des Grundgesetzes, soll sich der Blick der Öffentlichkeit auf viele kleine und große ehrenamtliche Aktionen richten. An diesem bundesweiten Mitmachtag können Vereine, Organisationen, Unternehmen, Kommunen oder Einzelpersonen Begegnung und Gemeinschaft aktiv gestalten. Und wer hat mehr Erfahrung darin, das Ehrenamt sichtbar zu machen, als der Sport?

Im Aktionszeitraum vom 16. bis 31. Mai können Sportvereine ihr Ehrenamt zeigen. Der Aufhänger oder die Aktion kann klein oder groß sein: ein Training, ein Turnier, ein gemeinsamer Arbeitseinsatz, ein Fest, eine Ehrung. Was immer die Sportvereine in NRW rund um ihr Ehrenamt zeigen können, ist willkommen.

Verlosung von 15 x 15 Ehrenamts-Hoodies

Vereine, die sich beteiligen und eine schöne, öffentlichkeitswirksame Idee haben, erzählen einfach davon: Zwischen dem 16. und 31. Mai können sie ihre Aktion auf ihren Sozialen Kanälen posten und mit ihrem Vereinsnamen und den Hashtags #SPORTEHRENAMT und #EHRENTAG versehen. Und sind damit nicht nur in der Welt sichtbar, sondern nehmen automatisch an der Verlosung der beliebten Ehrenamts-Hoodies (15 mal 15 Hoodies, gesponsert vom Partner WestLotto) teil.

Wer über die Reichweite im eigenen Feed hinausgehen möchte, kann seine Veranstaltung im Aktionsfinder auf ehrentag.de eintragen. Wer dort gelistet ist, erreicht Menschen, die gezielt nach Aktionen und Engagement am eigenen Ort suchen. Im besten Fall entsteht ein Kontakt zu neuen Ehrenamts-Interessierten.

Der Ehrentag ist eine gemeinsame Initiative des Bundespräsidenten und der Deutschen Stiftung für Engagement und Ehrenamt.



ehrentag.de

Sportplatz Kommune 2.0

Frisches Geld

für frische Bewegungsideen



31.
MAI

Fortsetzung für ein Erfolgskonzept: Das Förderprogramm Sportplatz Kommune ist zurück, und das mit einer erweiterten Zielgruppe. Noch bis Ende Mai können pro Projekt und Förderjahr 5.000 bis 15.000 Euro beantragt werden, rund 1,7 Millionen Euro stehen dafür insgesamt bereit.

Mit dem Geld wird die Umsetzung von Ideen unterstützt, die noch mehr Menschen den einfachen Zugang zu Sport und Bewegung ermöglichen. Das können Bewegungsangebote in Kooperation mit sozialen Einrichtungen sein, regelmäßige Schnupperaktionen oder auch zusätzliche Schwimmkurse.

Stand beim Vorgängerprojekt insbesondere die Sportentwicklung für Kinder und Jugendliche im Mittelpunkt, wurden für Sportplatz Kommune 2.0 ältere Menschen und vulnerable Gruppen ergänzend aufgenommen.

Antragsberechtigt sind neben den Mitgliedsorganisationen des LSB alle gemeinnützigen Sportvereine, die einem Stadt- oder Kreissportbund oder einem Sportfachverband in NRW angehören. Für die Antragsstellung wird ein kommunaler Kümmerer, also eine konkrete Ansprechperson bei Stadt oder Gemeinde, benötigt. Anträge können noch bis zum **31. Mai** gestellt werden, ausschließlich digital an den LSB.

WEITERE INFOS, FÖRDERAUFRUF, ANTRAGSFORMULAR UND KONTAKTDATEN:



go.sportjugend.nrw/sportplatz-kommune-2-0

Förderfähig sind:

Breitensportorientierte Bewegungs-, Spiel- und Sportangebote

für die genannten Zielgruppen, um einfache Zugänge zu Sport und Bewegung zu gestalten

Bewegungs-, Spiel- und Sportangebote

mit integrativem und inklusivem Charakter, um allen den Zugang zu Sport und Bewegung zu ermöglichen

Bewegungs-, Spiel- und Sportangebote

mit gezielter Ansprache von Menschen mit Einsamkeitserleben, um einsamkeitsreduzierend oder -vorbeugend zu wirken

Förderung von Schwimmangeboten,

einschließlich Ausbildung und Einsatz von Trainer*innen sowie Schwimmassistenten

Aufbau eines regionalen Netzwerkes,

das die Zusammenarbeit relevanter Akteure im Sport, in der Kommunalverwaltung und in sozialen Einrichtungen stärkt



Nicht unter Wert verkaufen

KIYO KULBACH, LSB-Ressortleiterin Marketing/Kommunikation



Dass in der Fußball-Bundesliga, in der Formel 1 oder auch beim Tennis Millionen Euro im Sponsoring fließen, ist völlig normal – während sich gleichzeitig manche „kleine“ Sportvereine offensichtlich schwertun, Geldgeber zu finden. Dabei hat der Sport, unabhängig von Disziplin und Spielklasse, universelle Werte zu bieten, von denen Sponsoren profitieren können.

Egal, ob Fußball oder Rhythmische Sportgymnastik, egal, ob Kreis- oder Erste Liga, von einem Image, das für Fairness und Teamgeist, für Engagement und Leistungsbereitschaft, für ein Miteinander und die größte Bürgerbewegung des Landes steht, kann nahezu jeder Partner Nutzen für sich ziehen.



Der organisierte Sport darf sich nicht unter Wert verkaufen.



DAMIT AUF SPONSORENSUCHE ZU GEHEN, IST IMMER NOCH VIEL ARBEIT. Und auch nicht jedermanns Sache. Festzuhalten ist: Es ist weit weg vom Bittstellertum. Wer im Namen eines Sportvereins, eines Teams oder auch für Einzelsportler*innen potenzielle Geldgeber anspricht, hat ein reelles Angebot mit einem echten Mehrwert in der Tasche.

Wenn der Amateur- und Breitensport etwas von Profi-Fußball und Co. lernen kann, dann, dass man sich dort des eigenen Wertes bewusst ist. Im Zweifel bleibt eine Trikot-Brust frei, bevor man sich selbst verscherbelt.

Ein gesundes Selbstbewusstsein, die Überzeugung, mehr bieten zu können als „nur“ Werbefläche, das kann ein Gamechanger in der Sponsorensuche sein. Der organisierte Sport darf sich nicht unter Wert verkaufen. Denn er ist jeden Euro wert.

Foto © LSB NRW / Andrea Bowinkelmann

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

Landessportbund
Nordrhein-Westfalen e.V.

HAUSADRESSE

Friedrich-Alfred-Allee 25
47055 Duisburg

POSTADRESSE

Postfach 10 15 06
47015 Duisburg
Telefon 0203 7381-0
lsb.nrw

Wir-im-Sport@lsb.nrw

magazin.lsb.nrw

ISSN: 1611-3640

REDAKTION

Ilja Waßenhoven (V.i.S.d.P.)
Kiyo Kuhlbach (Leitung)
Sven Schlickowey
(Geschäftsführender Redakteur)
Andrea Bowinkelmann
(Verantwortliche Bildredakteurin)
Julia Wiatr
(Redaktionsassistentin)
Sinah Barlog
Hanna Pokropowit
Frank-Michael Rall
Maximilian Rembert

SERVICE VEREINE

Betreuung kostenfreier Vereinsbezug
Landessportbund NRW
Evelyn Dietze
Telefon 0203 7381-937

GESTALTUNG

Entwurfswerk GmbH, Düsseldorf
Kontakt@entwurfswerk.de

TITELFOTO

© LSB NRW | Andrea Bowinkelmann

DRUCK

Dierichs Druck+Media GmbH
und Co. KG, Kassel

ANZEIGENVERWALTUNG

Luxx Medien
Stephanstraße 17
50321 Brühl
Telefon 02232 9504-647
ANSPRECHPARTNER ANZEIGEN
Jörn Bickert
Bickert@luxx-medien.de

Redaktionsschluss 05.06.2026
Anzeigenschluss 05.06.2026



natureOffice.com/DE-219-PG5AY4Z



Klima schützen
mit Deutsche Post



ARAG



Jetzt informieren
und absichern!

ARAG Veranstaltungsausfall-Versicherung

Ihre Veranstaltung, *unser Schutz.*

Sie investieren viel Herzblut, Zeit und Geld in die Veranstaltungen Ihres Vereins. Doch was ist, wenn Sie absagen oder verlegen müssen, zum Beispiel weil das Wetter die rote Karte zeigt? Dann trägt unsere **Veranstaltungsausfall-Versicherung** die entstandenen Kosten. So bleibt Ihr Verein finanziell im Spiel!

Mehr Infos unter www.ARAG-Sport.de

