

Mitgliedergewinnung

Wie kann ich Spielerinnen für mein Team gewinnen?

Zusammenfassung der Informationen aus der Videokonferenz Frauenfootball Hessen.

Zielgruppen

- ▶ Welche Zielgruppen kann ich ansprechen?

Das hängt sehr stark von den lokalen Möglichkeiten ab:

- ▶ Studentinnen
 - ▶ Besonders hilfreich bei einer Sport Uni
- ▶ Lesben-Szene
- ▶ Crossfit-Studio
- ▶ Football-Teams
 - ▶ Viele Spielerinnen haben Freunde/Familie im eigenen Verein. Aber auch bei anderen Vereinen ohne Frauenteam könnte man aktiv werden.
- ▶ Andere Sportarten
 - ▶ Wenn man erfahren hat, dass z.B. das örtliche Handball Team Probleme hat, kann man hier gezielt Spielerinnen ansprechen

Feedback

Die wenigsten Teams fangen auf der grünen Wiese an.
In der Regel sind zumindest die Gründungsmitglieder schon da.

FRAGT EURE SPIELERINNEN!!
(besonders die Neuen)

- ▶ Wie seid Ihr zum Football gekommen?
- ▶ Was macht ihr neben Football?
- ▶ Wo geht ihr aus?

Über diese Fragen kann man lernen, welche Werbe-Maßnahmen erfolgreich waren, wer die Zielgruppe ist und wo man sie findet.

Maßnahmen

Grundsätzlich gibt es zwei verschiedene Arten von Maßnahmen.

- ▶ Große Reichweite

Die große Reichweite erhöht den Bekanntheitsgrad des Teams und des Frauenfußballs.

Das Ziel ist es durch die höhere Bekanntheit im Gespräch zu sein, die Rahmenbedingungen bei Stadt, Verein und Umfeld zu verbessern und vielleicht auch die eine oder andere Spielerin zu finden

- ▶ Gezielte Ansprache

Bei einer gezielten Ansprache versucht man die Effektivität zu steigern, in dem man so gezielt wie möglich Personen oder Zielgruppen anspricht.

Große Reichweite

- ▶ Specials in den Zeitungen
 - ▶ Besonders in ländlichen Gegenden hat die Zeitung eine große Reichweite
- ▶ Fastnachtsumzug
- ▶ Feste
 - ▶ Info-Stand, Verkaufsstand
- ▶ Wohltätigkeit
- ▶ Kombinierte Aktionen mit anderen Vereinen oder Verband
- ▶ #SportVereintUns bei lsbh

Hinweis: Bei großen Veranstaltungen kommt das Publikum auch aus einem großen Einzugsgebiet und entspricht dabei wenig den Zielgruppen

Gezielte Ansprache

Dies Maßnahmen richten sich direkt an die Zielgruppen

- ▶ Werbung bei Football-Spielen (Herren und Jugend)
 - ▶ Nach Absprache mit Nachbarvereinen nicht nur bei eigenen Spielen
- ▶ Veranstaltungen der Zielgruppe besuchen
 - ▶ Festivals, Sportveranstaltungen, Vorlesungen
 - ▶ Auffallen, Informieren, gezielt Frauen ansprechen
- ▶ Demo-Training an der Sport Uni

Hinweis:

Veranstaltungen wie „ToughMudder“ sind zwar inhaltlich die richtige Zielgruppe, aber die Teilnehmer reisen von weit an und sind lokal keine Zielgruppe.

Online

Online Aktivitäten haben große Vorteile

- ▶ Große Reichweite
- ▶ Durch Vernetzung gezielte Ansprache von Zielgruppen
- ▶ Flexibler Zeitaufwand
 - ▶ Man kann die Arbeit auf verschiedene Personen, Zeiten, Tage aufteilen

Online Medien

- ▶ Homepage
 - ▶ Beste Möglichkeit um umfangreiche Informationen bereit zu stellen
- ▶ Instagram
 - ▶ Bei den meisten Zielgruppen die größte Reichweite
- ▶ Facebook
 - ▶ Etabliert. Vorteile beim Verteilen von Links und umfangreichen Informationen
- ▶ TikTok
 - ▶ Schwierig bei Akkreditierung von Zielgruppen. Eher für die Bindung von Follower sinnvoll.

Design

„Nicht in Schönheit sterben“

- ▶ Potentiell neue Spielerinnen werden sich nicht durch das Design alleine melden. Ihr müsst sie mit euren Informationen erreichen
- ▶ Natürlich werden Beiträge mit gutem Design gerade in sozialen Medien häufiger geteilt und erhöhen damit das primäre Ziel „Reichweite“
- ▶ Im Internet gibt es zahlreiche Anbieter von Designs wie z.B. Freepik.com, die zahlreiche Vorlagen liefern.
- ▶ Beim Drucken von Flyern bieten fast alle Anbieter auch Designer an, die für diese Zwecke ausreichend sind. 1000 Flyer für 25€

Unterstützung

- ▶ Die Landessportbünde helfen den Vereinen bei vielen allgemeinen Aufgaben. Mitgliederwerbung und Mitgliederbindung ist eines der Themengebiete, mit denen alle Sportvereine zu kämpfen haben
 - ▶ Der lsb hessen unterstützt mit seinem Vereinsberater
 - ▶ <https://www.lsbh-vereinsberater.de/vereinsmanagement/organisation-und-verwaltung/mitgliederrueckgang/>

Mundpropaganda

- ▶ Die beste Werbung ist eine begeisterte Spielerin, die überall erzählt, dass sie Football spielt und wie toll das ist

Tryout vs Schnuppertraining

Der erste Eindruck entscheidet

- ▶ Der Großteil der Spielerinnen kommen vorbei, weil sie Spaß am Football haben wollen.
 - ▶ Ein professionelles Tryout schreckt ab. „Ich bin nicht gut genug“
 - ▶ Beim normalen Training kann man fast nur zuschauen. Frustration
 - ▶ Eine Schnuppertraining, bei dem z.B. alle ohne Ausrüstung trainieren kann sehr sinnvoll sein, die Hemmschwelle zu senken und den Spaßfaktor zu erhöhen
- ▶ Für den Einstieg können zusätzliche „Rookie-Einheiten“ sinnvoll sein, bei denen den Neuen das Basiswissen vermittelt wird.

Mitglieder-Bindung

Im Marketing sagt man es ist einfacher einen Kunden zu halten als einen neuen zu gewinnen.

- ▶ Je besser die Mitgliederbindung ist, je geringer die Fluktuation ist, um so leichter lässt sich ein Team aufbauen und halten.
- ▶ Zu diesem Thema gibt es auch zahlreiche Hinweise beim Landessportbund.
- ▶ Ein Möglichkeit ist es, das Training möglichst einfach und mit viel Spaß zu gestalten. In Kürze werden wir dafür einen Ansatz veröffentlichen
 - ▶ Trainingskonzept
 - ▶ Einfach halten
 - ▶ Erstmal auch ohne Ausrüstung
 - ▶ **Spielen, Spielen, Spielen**
 - ▶ Nur einmal pro Woche Training, damit alle da sind
 - ▶ Frustrationslevel niedrig halten



Ideensammlung Frauenfootball Konferenz Hessen

Gesammelt von Andreas Gebek / AFV Hessen

Hinweise und Ergänzungen bitte am pressesprecher@afvh.de

Stand: Juli 2021