

## Erfolgsfaktoren

Das Sportvereinszentrum ist eine gute Antwort auf die demografische Entwicklung und nicht nur im Verbandsgebiet des WLSB ein Erfolgsmodell. SVZ-Vereine nehmen nachweislich eine sehr dynamische und positive Entwicklung und sehen sich besser aufgestellt für die Zukunft. Aufgrund der erforderlichen Investitionen bedeutet ein SVZ dennoch einen Kraftakt für die Vereine – finanziell und in der Entscheidungsfindung. Dazu sind aus unserer Erfahrung folgende Erfolgsfaktoren zu beachten:

- **Den ganzen Verein mitnehmen**  
Das SVZ sollte kein Projekt einzelner Protagonisten oder des Vorstands sein, sondern das gemeinsame Thema der Vereinsentwicklung
- **Standort entscheidet**  
Die Wahl des Standorts für ein SVZ ist entscheidend. Zu achten ist auf das Einzugsgebiet, die Erreichbarkeit, die Erschließung, die Umgebung, die räumlichen Rahmenbedingungen, Erweiterungsoptionen und die Voraussetzungen für Partnerschaften, z.B. mit Unternehmen, Schulen und anderen Vereinen
- **Professionell planen**  
Ein SVZ plant man nicht nebenher, sondern das erfordert viel Zeit und gute Strukturen. Der Verein muss sicherstellen, dass genügend Ressourcen und Knowhow zur Verfügung stehen. In der Regel ist das nur von hauptberuflichem Personal mit sportwissenschaftlichem und betriebswirtschaftlichem Hintergrund zu leisten
- **Politisch begleiten**  
Die lokalpolitische Zustimmung und Förderung eines SVZ ist eine Grundvoraussetzung. Ohne die Unterstützung der Stadtverwaltung und des Gemeinderats ist solch ein Projekt für den Verein nicht zu stemmen. Deshalb muss frühzeitig informiert und geworben werden – diese politische Kommunikation bleibt eine Daueraufgabe während der gesamten Planungsphase
- **Funktionell planen und bauen**  
Die finanzielle Situation der allermeisten Vereine bietet wenig Spielraum. Das zwingt zu einer Planung, die auf die gewünschten Funktionen reduziert ist. Ein „Wunschkonzert“ aus dem Verein und seinen Abteilungen sollte von Anfang an vermieden werden.
- **Stärken nutzen**  
Vereine haben die große Stärke, dass sie ein SVZ in eine gewachsene Struktur hinein planen und realisieren können. Es gibt Multiplikatoren im Verein, die Medien berichten über die Vereinsaktivitäten und die Vereinsveranstaltungen können für das SVZ-Marketing genutzt werden.