



© MARKETINGPROFESSOR IM PORTRÄT

Wer beim Namen Prof. Dr. Alfons Madeja an einen weltfremden Uni-Wissenschaftler denkt, der in seinem Kämmerlein vor sich hinforscht, liegt komplett falsch. Der Professor für Betriebswirtschaft und Sportmanagement ist wie kaum ein anderer dicht an der Realität der Sportvereine - vom Kreisligisten bis zum Proficlub. Deshalb wird er in den künftigen Ausgaben von INSIDE SPORTS Ostalb praxisnahe Tipps für Vereine aller Sportarten geben, mit denen sie ihre Situation verbessern können.

## PROFICLUBS SCHWÖREN AUF MADEJAS TIPPS

TEXT: MARIELE HANDEL - FOTO: THOMAS SCHLEIBER

Die professionellen Fußball-, Handball- und Eishockey-Vereine schwören auf das „Bundesliga-Barometer“, das Professor Madeja entwickelt hat und im halbjährlichen Rhythmus in führenden Fachmagazinen wie der „Sport Bild“, der „Handball-Woche“ und der „Eishockey-News“ veröffentlicht. Das Besondere daran: Madeja lässt Fans ihre jeweiligen Vereine in den Kategorien Ticketing, Verkehr, Stadion, Gastronomie, Event-Charakter, Verein, Merchandising und Image bewerten. „Diese unveränderbaren Parameter lassen sich unabhängig von Spielklasse und Sportart überprüfen, so dass wir auch Bezirksligavereine mit Bundesligisten vergleichen können“, erklärt Madeja stolz. Dabei setzt Madeja auf seine eigenen Erfahrungen, zum Beispiel als Jugendsportwart eines kleinen Tennisclubs.

„Ich hatte die Idee, die größte Tennis-Veranstaltung für Kinder in meiner Region zu organisieren. Weil Eltern von Kindern zwischen neun und 13 Jahren die wichtigste Zielgruppe für Versicherungen sind, bin

### «Vereine schätzen das Bundesliga-Barometer»

ich auf einen Versicherer aus der Region zugegangen und hab ihm seinen Nutzen von einem Sponsoring ausgerechnet. So habe ich 25.000 Euro für eine Reiseveranstaltung eingefahren. Und das Turnier gibt es heute noch.“ Was Madeja an diesem Beispiel zeigen will: „Es reicht heute nicht mehr, einfach die Hand bei den Sponsoren aufzuhalten. Wenn

ich dem Unternehmer zeige, wie groß sein Nutzen durch sein Engagement bei mir ist, gibt er sein Geld gerne.“ Um jedoch seine individuellen Stärken zu kennen, sei eine Eigenanalyse wie durch das „Bundesliga-Barometer“ nötig. Eine solche Befragung stellt Madeja auch einer anderen zündenden Idee zur Fußball-WM 2006 in Deutschland voran: dem Public Viewing. Der Nürnberger Professor war es, der die Begeisterung der Bevölkerung für das Miteilen der WM an Mega-Leinwänden auf großen Plätzen vorhersagte. Er gab dem WM-Komitee die Empfehlung zur Organisation von Fanmilen. Deshalb weiß Madeja auch heute schon: „Die Fußball-WM in Südafrika wird für die Deutschen in Deutschland stattfinden – und zwar auf den Fanmilen von Hamburg bis München.“ ■

## PROF. DR. ALFONS MADEJAS KOLUMNE



Vereine in Deutschland haben eine hohe gesellschaftliche Bedeutung. Dies spiegelt sowohl die Entwicklung der Anzahl der Vereine als auch die Anzahl der Mitglieder wider. Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten übernehmen die Vereine als Träger des Sports eine besondere soziale und gesellschaftliche Verantwortung, da die öffentlichen Haushalte in ihrer Finanznot viele Bereiche vernachlässigen. Vereine sind interkulturell, sozial verbindend und bieten die Plattform für körperliche Erleichterung, gesellschaftliche Ereignisse und dies in einem breiten Spektrum von Spaß, Sport und Emotion. Allein diese genannten Merkmale bieten eine hervorragende Marketingplattform zur weiteren Gewinnung von Menschen, die neben dem Alltag ihre Ziele in Sport und Freizeit erfüllen wollen – und dies in einem teambildenden Gemeinschaftsgefühl! Ein besonderes Abhebungsmerkmal im Angebot Sport und Freizeit der Vereine ist das hervorragende Preis-Leistungsverhältnis

### «Machen Sie Ihren Verein professionell!»

Unternehmen und die Kommune der Region. In den kommenden Ausgaben von INSIDE SPORTS Ostalb werde ich verschiedene Ursachen für die Finanz- und Strukturprobleme von Vereinen beleuchten und ihnen als Ratgeber für eine solide Zukunftspannung zur Seite stehen. Aus meiner Erfahrung kenne ich die hervorragende Arbeit der Vereine und insbesondere ihrer vielen ehrenamtlichen Helfer, auf die sie zu Recht stolz sein können.

Im Sport zu praktizieren und zu erleben. Diese besondere Stellung der Vereine bedarf jedoch der großen Herausforderung, die gestiegenen Bedürfnisse der Menschen professionell zu erfüllen. Voraussetzung hierfür sind solide Finanzierungsgrundlagen durch Bewusstseinsbildung des Wertes des Vereines für die Bürger, die

In der täglichen Arbeit treffe ich aber auch immer wieder auf die verschiedenen Problemfelder: Auswirkungen der Finanznot der öffentlichen Hand, ungenutztes Potenzial im Mitgliederbereich für die Personalpolitik, fehlendes zielgerichtetes konzeptionelles Denken, ungenügende Organisation sowie unzureichende Vermarktung und Sponsoring. Mit meiner Kolumne möchte ich praxisnahe Lösungsansätze für diese Probleme aufzeigen, damit die Vereine besser gerüstet sind für die Herausforderungen gegenüber Mitgliedern, Wirtschaft und Region sowie den darin schlummernden Potenzialen.

### ÜBER SLC MANAGEMENT

Die SLC Management versteht sich als Partner aller Unternehmen, Vereine, Verbände, Betriebe, Medien und Veranstalter, die in Sport, Freizeit und Kulturmarkt tätig sind. SLC benutzt Instrumente wie das „Bundesliga-Barometer“, um den Vereinen Lösungsweg zu bieten: Mitglieder gewinnen und -betreuung, Realisierung von Investitionen, Verbesserung des Images und zur Generierung von höheren Sponsoringsummen durch große, mittelständische und kleine Betriebe zu bieten.

### BEWERBEN SIE SICH!

Nehmen Sie mit INSIDE SPORTS Ostalb und Prof. Madeja an einer Qualitätsmanagementstudie nach dem Vorbild des „Bundesliga-Barometers“ teil! Messen Sie Ihr Kundenpotenzial in 10 verschiedenen Kategorien und vergleichen Sie diese mit denen der aktuellen Proficlubs.

Alles, was Sie tun müssen, ist sich bis spätestens 30. April per E-Mail unter Angabe des Vereines,

Adresse und Vorstands bei m.hanadel@schwaebische-sportung.de zu bewerben. Schreiben Sie uns, welche Vision Sie mit Ihrem Verein verknüpfen wollen, welcher Sponsor Ihr Bundesliga-Barometer präsentieren könnte und wo Sie Ihr größtes Verbesserungs-potenzial sehen. Die Interessentinnen Bewerberinnen werden von INSIDE SPORTS Ostalb und Prof. Madeja persönlich ausgewählt.

## Eilwanger Wellenbad

- ~ Wellenbaden
- ~ Solarium
- ~ Liegewiesen
- ~ Spielmöglichkeiten

- ~ Sauna / Dampfsauna
- ~ Massage
- ~ Restaurant - Kegeln



Tel.: 0 79 61 / 5 22 80  
www.eilwanger-wellenbad.de



## VEREINE, FIRMEN und ARBEITSKLEIDUNG MIT LOGO

Textildruck und Stickerei, Accessoires, Werbemittel bestickt, bedruckt, beflockt oder blank.



Neresheimer Straße 6 · 73441 Bopfingen  
Telefon: 0 73 62 - 92 19 72 · info@cdw-vde · www.cdw-vde

### Info ... Info ... Info ...

Vereinen bieten wir einen Fan-Shop für Vereinskleidung an – **wichtig!** Der Verein muss keine Artikel auf Lager legen. Die Mitglieder und Fans können auch Kleinmengen und Einzelteile bei uns ordern.

### Info ... Info ... Info ...