

## Von Mitgliedsbeiträgen zur Community Vereins- und Verbandsmanagement



### Daten & Fakten

Lebensphase: **Leistungssport** Cluster: **24/7 Sport-Community**

Potentielle Auswirkungen: **Sehr Niedrig** **Eher Hoch** Zeithorizont: **0-5 Jahre**

### Sportwelt 2040




Lea öffnet ihr Smartphone und unterstützt mit einem Mikro-Beitrag die neue Tartanbahn ihres Vereins – transparent, projektbezogen, in wenigen Sekunden. Klassische Finanzierungsquellen wie Mitgliederbeiträge, öffentliche Zuschüsse und Sponsoring sichern weiterhin die Grundfinanzierung. Doch für größere Investitionen und besondere Entwicklungsprojekte hat sich Crowdfunding vom Nischenwerkzeug zu einem systemischen Bestandteil der Vereinsfinanzierung entwickelt. Der Breitensportverein des Jahres 2040 operiert in einem hybriden Ökosystem, in dem traditionelle und innovative Finanzierungsansätze ineinandergreifen. Unterstützer wie Lea werden nicht ausschließlich als finanzielle Beitragsleistende adressiert, sondern als Teil eines gemeinschaftlichen Entwicklungsprozesses. Als Gegenleistung erhält sie ein limitiertes Vereinsmerch – ein Symbol für Zugehörigkeit und Wertschätzung. So stärkt Crowdfunding nicht nur die Finanzbasis, sondern auch die soziale Kohäsion innerhalb des Vereinsumfelds.

### Trend: Direct-to-Fan-Erlöse & Crowdfunding

Crowdfunding beschreibt die Beschaffung finanzieller Mittel über digitale Plattformen bei einer Vielzahl potenzieller Unterstützer. Diese Plattformen übernehmen eine vermittelnde Funktion zwischen Projektanbietern und Community.

Häufig erfolgt die Beteiligung der Unterstützer im Austausch gegen eine Gegenleistung, wodurch Crowdfunding neben der finanziellen auch eine kommunikative und partizipative Dimension besitzt.

### Faktencheck Sportwelt 2040

- Finanzierungsbedarfe werden in klar, transparente und abgegrenzte Teilprojekte strukturiert überprüfbar Ergebnissen für Mitglieder und Unterstützer. 
- Niedrigschwellige Mikro-Beiträge und symbolische Gegenleistungen steigern Beteiligungsbereitschaft und stärken die soziale Bindung an den Verein. 
- Digitale Kampagnen fördern Kompetenzen in Kommunikation und Datenanalyse und führen zu strategischerer, transparenterer Vereinsführung. 

### Relevanz



Wachsender Finanzbedarf



Ungenutztes Potential



Hohe Erfolgsquote




Rückhalt in der Community

### Praxisbeispiel:

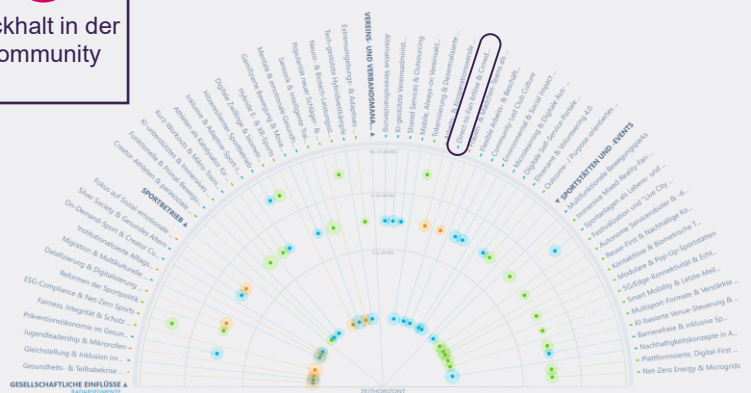
Projekt „Rettet unser Team!“

 Crowdfunding zur Rettung einer Tischtennis-Damenmannschaft

 Alles-oder-Nichts-Kampagne über 3 Wochen mit externem Fördertopf, Social Media Kampagne und lokaler Medienunterstützung.

 Ergebnis: 130 % überfinanziert – Ligaverbleib und Nachwuchsförderung gesichert.

Quelle: <https://magazin.fairplaid.com/tischtennis-damen-rettet-bundesliga-platz/>



www.trendradarsport.de  
Prof. Dr. Susanne Burger

