

# Zwischen Präsenz und Permanenz

## Segment Vereins- und Verbandsmanagement

Prof. Dr. Burger, Susanne; Hokschi, Laura; Mara Verjé; Yannick Staupe; 05.01.2026

Lea's typischer Vereinsalltag beginnt nicht mehr im Vereinsbüro, sondern im digitalen Vereins-Hub. Noch bevor sie ihren ersten Kaffee trinkt, hat die Vereins-KI bereits eingehende Rückmeldungen gefiltert, organisatorische Anpassungsbedarfe erkannt und ihr als Teil des Vereinsmanagements konkrete Handlungsoptionen vorgeschlagen. Eine Terminverschiebung beim Nachmittagstraining wird automatisch kommuniziert, ohne dass Lea selbst tätig werden muss.

Für Jona beginnt der Tag ähnlich unaufgeregt. Auf dem Weg zum Training erhält er auf seinem Gerät ein kurzes Trainingsfeedback von der letzten Einheit, dazu einen organisatorischen Hinweis zur neuen Hallenzeit. Seine Eltern haben seine Teilnahme längst bestätigt und ihn gleich für ein zusätzliches Angebot angemeldet, alles mit wenigen Klicks erledigt.

### Trend: Mobile und Always-on-Vereinsaktivität

Der Trend bezeichnet die kontinuierliche digitale Begleitung des Vereinslebens über mobile Endgeräte. Kommunikation, Organisation und Beteiligung sind dabei zunehmend zeit- und ortsunabhängig gestaltet und ergänzen das analoge Vereinsgeschehen. Vereine, die auf Always-on-Kommunikation und digitale Organisationsstrukturen setzen, integrieren sich aktiv in den Alltag ihrer Mitglieder und steigern Effizienz, Gemeinschaftsgefühl sowie Teilhabe.



Abb. 1: Sportwelt 2040.

Lea trifft er später am Vereinsgelände, wo sie ihre ehrenamtliche Aufgabe für den Tag übernimmt, klar umrissen, zeitlich flexibel und digital unterstützt organisiert. Die Vereins-KI regelt im Hintergrund die Routinekommunikation, moderiert kleinere Absprachen und filtert mögliche Konflikte bereits im Vorfeld heraus, sodass die Belastung für Lea und alle anderen Vereinsakteurinnen und Vereinsakteure spürbar sinkt.



### ***Trendbeschreibung***

Der Trend der mobilen und Always-on-Vereinsaktivität beschreibt die Verlagerung zentraler Kommunikations-, Organisations- und Aktivierungsprozesse von Sportvereinen in permanent verfügbare und mobile digitale Umgebungen. Vereinsinteraktion erfolgt dabei nicht mehr primär punktuell zu festen Zeiten oder an spezifischen Orten, sondern kontinuierlich über mobile Endgeräte und digitale Kommunikationsplattformen. Charakteristisch ist die dauerhafte digitale Erreichbarkeit des Vereins sowie die Möglichkeit, Mitglieder zeitnah, individuell und über niedrighschwellige Angebote anzusprechen (vgl. Trendradar Sport, 2025). Messenger-Dienste, mobile Community-Funktionen sowie soziale Kurzvideoformate werden dabei zur zentralen Schnittstelle zwischen Sportvereinen, Verbänden und ihren Zielgruppen. Insbesondere Kinder, Jugendliche und Familien organisieren ihre sportbezogenen Aktivitäten vorrangig über mobile Endgeräte und erwarten eine mobile und personalisierte Kommunikation (vgl. Trendradar Sport, 2025).

Abzugrenzen ist der Trend von einer allgemeinen Digitalisierung des Vereinswesens. Während Digitalisierung häufig auf die Einführung einzelner digitaler Werkzeuge oder Verwaltungsprozesse abzielt, geht die mobile und Always-on-Vereinsaktivität darüber hinaus. Sie verändert nicht nur technische Abläufe, sondern auch Kommunikationslogiken, Erwartungshaltungen und Organisationskulturen. Der Verein entwickelt sich zu einer hybriden Organisation, die analoge Sportangebote mit einer kontinuierlichen digitalen Begleitung verknüpft (vgl. Trendradar Sport, 2025.).

Als zentrale Treiber lassen sich mehrere Entwicklungen identifizieren: der technologische Fortschritt mobiler Endgeräte, die hohe Verbreitung von Messenger-Diensten und sozialen Plattformen sowie veränderte Medien- und Kommunikationsgewohnheiten, die vor allem jüngere Zielgruppen und Familien betreffen. Hinzu kommt ein steigender Professionalisierungsdruck im Vereinsmanagement, der effiziente, skalierbare und verlässliche Kommunikationslösungen fordert. Plattformanbieter entwickeln ihre Angebote dabei gezielt weiter, sodass sie sich zunehmend auch für den organisierten Sport eignen. Während einzelne Sportvereine bereits systematisch auf mobile Kanäle und digitale Event-Workflows setzen, wie etwa der THW Kiel in Kooperation mit Holstein Kiel, nutzen viele Vereine diese Möglichkeiten bislang nur informell oder fragmentiert (vgl. DFL Stiftung, 2022).

Kennzeichnend für den Trend ist die wachsende Bedeutung von Direct Messaging als zentralem Zugangskanal des Vereins. Vereine verlagern ihre Online-Aktivitäten zunehmend auf mobile Kanäle wie WhatsApp-Channels, Communities oder vergleichbare Plattformfunktionen (vgl. Trendradar Sport, 2025). Plattformanbieter bauen diese Funktionen gezielt aus, etwa durch strukturierte Event-Workflows, Ankündigungen durch Administratorinnen und Administratoren oder kanalbasierte Abonnementsysteme, die eine bessere Überschaubarkeit und Planbarkeit von Vereinsangeboten ermöglichen und zu einer deutlichen Vereinfachung der Informationsverteilung sowie einer Reduktion administrativer



Aufwände beitragen. Parallel dazu gewinnen Social-Video-Formate als zentrales Kommunikationsformat an Bedeutung. Kurzvideoformate wie Reels oder Shorts etablieren sich als primäre Reichweiten- und Interaktionsformate, wobei KI-gestützte Tools als unterstützende Maßnahme wirken, durch die Trainingssequenzen, Highlights oder Beteiligungsformate mit geringem Aufwand erstellt und verbreitet werden können (vgl. Alcántara, 2025). Dadurch kreieren Vereine niedrighschwellige Storytelling-Formate, die sowohl die interne Kommunikation als auch die externe Sichtbarkeit fördern.

Die Auswirkungen des Trends sind vielschichtig. Auf Vereinsebene ermöglicht der Einsatz mobiler Communities eine verlässlichere Zustellung von Informationen, beispielsweise zu Trainingszeiten, Spieltagen oder kurzfristigen Ausfällen. Für Sportverbände eröffnen sich neue Möglichkeiten der Teilhabe und Zielgruppenansprache, da mobile Kommunikationsformate Feedbackprozesse, Umfragen und Beteiligungsformate erleichtern und zugleich die Sichtbarkeit des Verbandsengagements erhöhen (vgl. [commission.europa.eu](https://commission.europa.eu), 2025). Gleichzeitig steigen die Anforderungen an rechtliche Konformität. Datenschutz im Sinne der DSGVO, Transparenz, der Schutz Minderjähriger sowie die Einhaltung regulatorischer Vorgaben stellen zentrale Rahmenbedingungen für digitale Vereinskommunikation dar (vgl. Deutsche Gesellschaft für Datenschutz, o. D.; Qi et al., 2024, S. 8). Die Umsetzung entsprechender Governance-Strukturen sowie die Schulung von Vereinen in Bezug auf Content-Regeln und Datenschutz werden daher zu zentralen Aufgaben der Verbandsarbeit (vgl. [commission.europa.eu](https://commission.europa.eu), 2025).

Darüber hinaus birgt die dauerhafte digitale Erreichbarkeit das Risiko einer Entgrenzung von Engagement und einer zusätzlichen Belastung für Ehrenamtliche (vgl. Fahrner, 2024, S. 63–81). Ohne klare Rollenverteilungen und Zuständigkeiten besteht die Gefahr einer Überlastung einzelner Funktionsträgerinnen und Funktionsträger. Langfristig ist davon auszugehen, dass Always-on-Kommunikation zu einem zentralen Bestandteil im organisierten Sport wird, da Plattformen die Entwicklung von Discovery-Funktionen, Creator-Tools und KI-gestützter Content-Produktion weiter vorantreiben (vgl. Alcántara, 2025). Die mobile und Always-on-Vereinsaktivität ist daher nicht als kurzfristiger Digitalisierungsschritt zu verstehen, sondern als struktureller Wandel der Vereinskommunikation und -organisation, der technische, organisatorische und kulturelle Anpassungen gleichermaßen erfordert (vgl. [reuters.com](https://reuters.com), 2025).



## Die Sportwelt 2040

Im Jahr 2040 ist der Vereinsalltag im organisierten Sport eng mit mobilen und dauerhaft verfügbaren digitalen Kommunikations- und Organisationsstrukturen verknüpft. Mobile und Always-on-Vereinsaktivität beschreibt dabei die Nutzung von Smartphones und kontinuierlicher Internetverfügbarkeit, um Vereinsprozesse zu begleiten, Kommunikation zu erleichtern und die Einbindung der Mitglieder zu unterstützen. Digitale Anwendungen ersetzen das Vereinsleben vor Ort nicht, sondern ergänzen bestehende Strukturen und machen den Zugang zum Verein flexibler und besser mit dem Alltag der Mitglieder vereinbar.

Im praktischen Vereinsbetrieb zeigt sich diese Entwicklung insbesondere in der Organisation sportlicher Angebote. Trainingszeiten, Spielpläne und Veranstaltungsinformationen werden zentral über mobile Anwendungen bereitgestellt und regelmäßig aktualisiert. Kurzfristige Änderungen, etwa wetterbedingte Absagen oder organisatorische Anpassungen, lassen sich unmittelbar kommunizieren und erreichen die Mitglieder zeitnah. Rückmeldungen zur Teilnahme erfolgen digital, wodurch Trainingsgruppen und Abläufe flexibler geplant werden können. Der Informationsaustausch ist nicht mehr an feste Zeiten oder physische Aushänge gebunden, sondern erfolgt situationsbezogen und kontinuierlich. Automatisiert erzeugte Kurzvideos aus Trainings- und Spielsituationen erfüllen dabei sowohl kommunikative als auch sportfachliche Funktionen. Sie dienen der internen Rückmeldung und Motivation der Mitglieder sowie der Trainingssteuerung durch Trainer. Gleichzeitig können Verbände anonymisierte Daten aus diesen Formaten nutzen, um Entwicklungen zu analysieren und Maßnahmen in der Talententwicklung und Angebotssteuerung abzuleiten.

Zusätzlich erfährt das Ehrenamt eine deutliche Aufwertung. Klare Zuständigkeiten, flexible Einsatzmöglichkeiten und die Automatisierung administrativer Routinetätigkeiten erhöhen die Attraktivität ehrenamtlichen Engagements. Ehrenamtliche übernehmen verstärkt spezialisierte Rollen, etwa in der Community-Moderation oder Content-Koordination. Gleichzeitig entstehen neue Anforderungen, etwa im Umgang mit digitalen Kommunikationsräumen oder bei der Auswahl geeigneter Formate für unterschiedliche Zielgruppen. Ehrenamtliches Engagement verändert sich damit weniger in seinem Umfang als in seiner Ausgestaltung.

Im Bereich der Mitgliederbindung gewinnt die kontinuierliche digitale Präsenz des Vereins weiter an Bedeutung. Über vereinsinterne Plattformen und soziale Medien werden Einblicke in den Vereinsalltag geteilt, etwa durch kurze Berichte, Bilder oder Videos von Trainingseinheiten, Spieltagen oder Veranstaltungen. Mitglieder werden zunehmend eingebunden, indem sie selbst Inhalte beitragen oder Rückmeldungen geben können. Dadurch bleibt das Vereinsleben auch zwischen den sportlichen Aktivitäten sichtbar und präsent, ohne eine dauerhafte aktive Beteiligung einzufordern.

Mobile Kommunikationskanäle ermöglichen einen direkten Austausch zwischen Abteilungen, Trainerinnen und Trainern sowie Mitgliedern. Diese Formen der Kommunikation erleichtern



Abstimmungen im Alltag, erfordern jedoch zugleich klare Strukturen, um Übersichtlichkeit zu gewährleisten. Kommunikationsräume werden daher zunehmend thematisch oder organisatorisch gegliedert, um Informationsüberflutung zu vermeiden. Mobile und Always-on-Vereinsaktivität ist damit nicht nur eine technische Entwicklung, sondern auch mit organisatorischen Regelungen und Verantwortlichkeiten verbunden.

Insgesamt zeigt sich, dass die Sportwelt 2040 durch eine tiefgreifende Integration mobiler Kommunikations- und Organisationstechnologien geprägt ist. Sportvereine entwickeln sich zu dauerhaft präsenten, transparenten und partizipativen Gemeinschaften. Die zentrale Veränderung liegt dabei weniger in der Technologie selbst als in der veränderten Organisationslogik: Digitale Systeme dienen nicht der bloßen Beschleunigung bestehender Abläufe, sondern der Neugestaltung von Kommunikation, Verantwortung und Teilhabe. Der Trend der Mobile-, Always-on Vereinsaktivität erweist sich somit als zentraler Treiber einer effizienteren, inklusiveren und zugleich menschlicheren Vereinsorganisation.

**Kontakt:**

Prof. Dr. Susanne Burger & Laura Hokschi  
Hochschule für angewandtes Management  
Standort Ismaning  
Steinheilstraße 4  
85737 Ismaning  
E-Mail: [trendradarsport@fham.de](mailto:trendradarsport@fham.de)

**Mehr zum Trendradar Sport:**[trendradarsport.de](https://trendradarsport.de)**Partner:**  **ITONICS**

Zur Unterstützung der Texterstellung sowie der Erstellung von Abbildungen wurden KI-basierte Werkzeuge verwendet.



## Literaturverzeichnis

Alcántara, A. M. (2025). *Google puts its popular AI video generator into YouTube Shorts*. *The Wall Street Journal*. <https://www.wsj.com/tech/ai/youtube-shorts-veo-3-ai-video-03103dc7>.

Commission européenne. (2025). *Commission publishes guidelines on the protection of minors*. Abgerufen am 18. Dezember 2025 von <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/commission-publishes-guidelines-protection-minors>.

Deutsche Gesellschaft für Datenschutz. (o. D.). *Datenschutzanforderungen für Vereine*. Abgerufen am 23. Dezember 2025 von [https://dg-datenschutz.de/datenschutzanforderungen\\_fuer\\_vereine/](https://dg-datenschutz.de/datenschutzanforderungen_fuer_vereine/).

DFL Stiftung. (2022, 14. Dezember). „Jugend, Trainer, STÄRKEN“: *Social Media im Sportverein* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Px8EJTo3Imk>.

Fahrner, M. (2024). Digitalisierung und organisationaler Wandel von Sportvereinen und Sportverbänden. In A. Behrens, S. B. Bauers & G. Hovemann (Hrsg.), *Entwicklungstendenzen im Sportmanagement: Struktur und Wertewandel, Nachhaltigkeit, Globalisierung und Digitalisierung* (S. 79–101). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-42798-6>.

Qi, Y., Sajadi, S. M., Baghaei, S., Rezaei, R., & Li, W. (2024). Digital technologies in sports: Opportunities, challenges, and strategies for safeguarding athlete wellbeing and competitive integrity in the digital era. *Technology in Society*, 77, 102496. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2024.102496>.

Reuters. (2025, 27. Februar). *Meta fixes error that flooded Instagram Reels with violent videos*. Reuters. Abgerufen am 18. Dezember 2025 von <https://www.reuters.com/technology/meta-fixes-error-that-flooded-instagram-reels-with-violent-videos-2025-02-27/>.

Trendradar Sport. (2025). *Trendradar Organisierter Sport: Mobile, Always-on Vereinsaktivität*. Abgerufen am 18. Dezember 2025 von <https://trendradarsport.de/trendradar-ham/>.

