

IN 5 SCHRITTEN ZU EINEM

---

# ERFOLGREICHEN KURSSYSTEM

---

FÜR DEINEN VEREIN

## Was du in diesem Workbook lernen wirst:

- 1.** Drei einfache Techniken, mit denen du Kursideen findest, die einschlagen “wie eine Bombe”
- 2.** Welche vier Fehler du in der Kursplanung auf jeden Fall vermeiden solltest
- 3.** Welche Formate und Konditionen am besten sind, um neue Mitglieder zu gewinnen und bereits aktive Mitglieder zu halten
- 4.** Fünf Tipps, wie du deine Kurse erfolgreich bewirbst und warum ohne Tipp Nr. 1 alles umsonst sein kann
- 5.** Wie du deine Kurse verwaltest, ohne in Arbeit zu versinken

## Über den Autor



Julian Eckmann ist seit vielen Jahren in seinen beiden Heimatvereinen bei Freiburg ehrenamtlich aktiv. Als Kursleiter beim SV Kirchzarten (> 3.000 Mitglieder) und Sportwart beim TC Kirchzarten (~ 200 Mitglieder) hat er viele erfolgreiche Kurssysteme mit aufgebaut.

Aktuell startet Julian eine Ballschule für Kinder und zeigt in diesem Workbook sein Vorgehen Schritt für Schritt.

Auch beruflich ist Julian als Mitgründer von [Yolawo](#) - dem Buchungssystem für Vereine - täglich mit Kurssystemen in Vereinen in Kontakt.

Durch die Begleitung von über 400 Vereinen hat Julian gesehen, was funktioniert und was schief laufen kann.

# Warum sollte dein Verein auf Kurse setzen?

Ihr bietet bei euch im Verein noch keine Kurse an? Dann wird es höchste Zeit! Die rapiden Veränderungen in unserer Gesellschaft erfordern von Vereinen, mit dem Zahn der Zeit zu gehen. Die beiden folgenden Megatrends führen dazu, dass immer mehr Vereine in Zukunft Kurse anbieten werden.

## Mobilität

Willkommen im Zeitalter der Mobilität. Früher war es üblich, als Kind Mitglied des lokalen Sportvereins zu werden und dem Verein bis ins hohe Alter treu zu bleiben. Heute finden Ortswechsel immer häufiger statt (z. B. für das Studium, den ersten Job...) und führen automatisch zu einer höheren Fluktuation im Verein.

Daher wird es für Vereine immer wichtiger, kontinuierlich neue Mitglieder in unterschiedlichen Altersgruppen zu gewinnen.

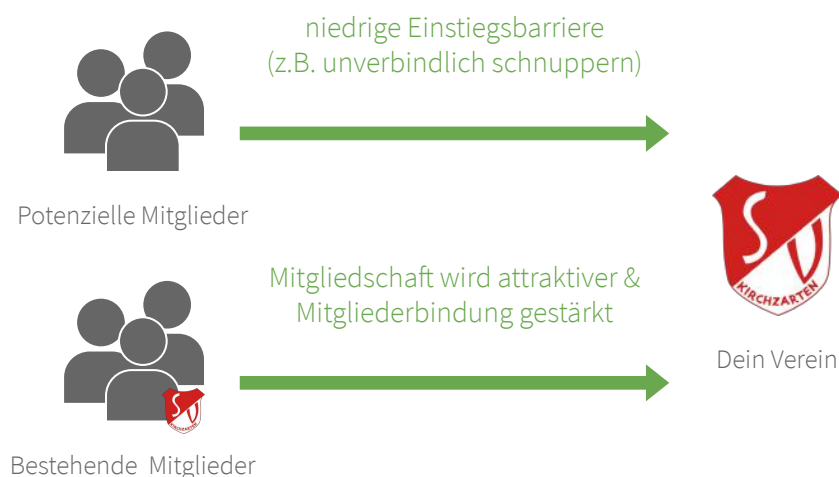
Und hier liegt die große Chance von Kursen. Kurse bieten Nichtmitgliedern eine ideale Möglichkeit, zeitlich begrenzt und ohne Verpflichtungen deinen Verein kennenzulernen.

Durch die geringe Einstiegshürde ist es wahrscheinlicher, dass sich Interessenten trauen, teilzunehmen. So kommt dein Verein mit mehr potenziellen Mitgliedern in Kontakt.

## Individualisierung

Ein weiterer Megatrend ist die fortschreitende Individualisierung unserer Gesellschaft. Menschen möchten zunehmend neue und abwechslungsreiche Erfahrungen machen. Dies gilt auch für das Sporttreiben. Immer den gleichen Sport zu machen reicht oftmals nicht. Trendsportarten wie Zumba, HIIT und dergleichen sind aktuell sehr gefragt.

Auch hier bieten Kurse (z. B. als Workshop oder 10-Wochen-Kurs) die ideale Möglichkeit, um das Sportangebot in deinem Verein abwechslungsreich zu gestalten. Daher solltest du Kurse stets als große Chance sehen, die Mitgliedschaft für bereits vorhandene Mitglieder attraktiver zu machen.



**Zusammengefasst kannst du mit Kursen für deinen Verein neue Mitglieder gewinnen, bereits aktive Mitglieder halten und höhere Einnahmen erzielen.**

# Drei einfache Techniken, mit denen du Kursideen findest, die “einschlagen, wie eine Bombe”



## Motivation

Bevor du die drei Techniken zum Finden von Kursideen anwendest, solltest du für dich selbst beantworten, was deine primäre Motivation hinter einem neuen Kurs ist. Möchtest du neue Mitglieder gewinnen? Bestehende Mitglieder halten? Einfach nur mehr Geld in die Vereinskassen bekommen?

Indem du dir deine Motivation vor Augen führst, kannst du die folgenden Techniken besser anwenden.

### Praxis-Beispiel

In meinem Verein haben wir mit einer zunehmenden Überalterung unserer Mitgliederstruktur zu kämpfen. Meine primäre Motivation ist es, junge Neumitglieder zu gewinnen.



## Technik 1: Trendanalyse

Die erste Technik, die du anwenden kannst, um neue Kursideen für deinen Verein zu sammeln, ist eine Trendanalyse. Welche Sportangebote liegen aktuell im Trend? Mit welchen Angeboten haben andere Vereine und Anbieter Erfolg?

Um dir diese Recherche zu vereinfachen, habe ich dir hier drei nützliche Quellen zusammengestellt:

- [Gymwelt-Kurse](#)
- [Liste der erfolgreichsten Kurse in 2020 \(Yolawo\)](#)
- [DTB Programme](#)

### Praxis-Beispiel

Über meine Recherche konnte ich einige interessante Ideen entdecken, wie z. B. eine Ballschule für Kinder, ein Tennis Fast-Learning-Kurs, Mutter-Kind-Tennis oder Cardio Tennis.



# Drei einfache Techniken, mit denen du Kursideen findest, die “einschlagen, wie eine Bombe”



## Technik 2: Qualitative Befragung

Bei der zweiten Technik geht es primär darum, Gespräche mit deiner Zielgruppe zu führen. In diesen Gesprächen solltest du ein Gefühl bekommen, welche Angebote deine Zielgruppe aktuell wahrnimmt und welche Angebote sie sich gerne wünschen würde. Nach drei bis fünf Gesprächen wirst du erste Muster erkennen und sehen, welche Kurse interessant sein könnten.

### Praxis-Beispiel

Um herauszufinden, welche Sportangebote sich Eltern für ihre Kinder wünschen, habe ich das Gespräch zu einigen befreundeten Eltern gesucht. Gleich in meinem ersten Gespräch sagte eine Mutter: “Leider gibt es im Dreisamtal keine Ballschule”. Auch andere Eltern sagten, dass sie nach mehr Angeboten für ihre Kinder suchen und waren von einer Ballschule angetan.



## Technik 3: Quantitative Umfrage

Auch mit quantitativen Methoden kannst du neue Kursideen finden oder Feedback auf deine Kursideen einholen. In Mitgliederumfragen kannst du beispielsweise folgende Fragen mit aufnehmen:

Welche Sportangebote würdest du dir im Verein wünschen? (offene Frage)

Welche dieser Kurse sollten wir in Zukunft anbieten? (geschlossene Frage) Vorgaben: [Zumba, HIIT, Jumping]

### Praxis-Beispiel

In meinem Verein habe ich mich gegen eine Umfrage entschieden, da ich über eine Mitgliederumfrage nicht die richtige Zielgruppe ansprechen würde. In meinem Verein fehlen nämlich gerade junge Familien.

**Mitgliederbefragung**

Welche Sportangebote / Kurse / Workshops sollten wir deiner Meinung nach anbieten?

Meine Antwort: \_\_\_\_\_

An welchen dieser Kurskonzepte hättest du am meisten Interesse?

Ballschule für Kinder

# Drei einfache Techniken, mit denen du Kursideen findest, die “einschlagen, wie eine Bombe”



## Passt die Kursidee zu meinem Verein?

Durch die drei vorgestellten Techniken solltest du eine Reihe an neuen Kursideen für deinen Verein sammeln können. Meiner Meinung nach solltest du jedoch nicht jede Kursidee, die erfolgreich sein könnte, auch umsetzen. Du solltest vorher überprüfen, ob die Kursidee auch wirklich zu deinem Verein passt. Passt die Kursidee zu den weiteren Angeboten in deinem Verein? Könnten die Kursteilnehmer mittelfristig zu Mitgliedern in deinem Verein werden?

### Praxis-Beispiel

Eine Ballschule bietet Kindern einen Einstieg in verschiedene Ballsportarten und kann daher auch das Interesse an der Sportart Tennis wecken. Daher passt die Idee einer Ballschule definitiv zu unserem Verein.



## Konkurrenz-Check

Wenn du eine oder mehrere Kursideen hast, die zu deinem Verein passen, gilt es, sich einen Überblick über die Konkurrenzsituation zu verschaffen. Bieten bereits zu viele Anbieter deine Kursidee an, wirst du dich schwer tun, Teilnehmer zu finden. Versetze dich in die Situation deiner Teilnehmer und überprüfe, welche Angebote du über Google findest.

### Praxis-Beispiel

Über Google konnte ich schnell sehen, dass in unserer näheren Umgebung noch kein Verein oder kommerzieller Anbieter eine Ballschule anbietet. Dies hat mir weiteres Zutrauen gegeben, das Projekt in meinem Verein anzugehen.



# Aktionsliste

Drei einfache Techniken, mit denen du Kursideen findest, die "einschlagen, wie eine Bombe"

## 1. Deine Motivation

Warum möchtest du ein Kurssystem in deinem Verein aufbauen (z. B. Neumitglieder gewinnen)?

---

---

---

## 2. Trendanalyse (Technik 1)

Welche Trend-Kurse erscheinen dir interessant?

---

---

---

## 3. Qualitative Befragung (Technik 2)

Welche Angebote fehlen nach der Meinung von Bekannten/Freunden/Mitgliedern?

---

---

---

## 4. Quantitative Umfrage (Technik 3)

Formuliere eine mögliche Frage für eine Mitgliederbefragung

---

---

---

## 5. Passt die Kursidee zum Verein?

Entscheide dich für eine Kursidee und die nächsten Schritte!

---

---

---

## 6. Konkurrenz-Check

Überprüfe die Konkurrenzsituation, indem du deine Kursidee mit Standort googelst (z. B. Kinder Hip Hop Offenburg)

---

---

---

# Welche vier Fehler du in der Kursplanung auf jeden Fall vermeiden solltest!

✘	Kursnamen verwenden, ohne Trainer mit der passenden Qualifikation		Moderne und kreative Kursnamen verwenden	✔
✘	Kurse nur anzubieten, wenn es vereinseigene Trainer dafür gibt		Externe Übungsleiter testen und bei Erfolg eigene Übungsleiter weiterbilden	✔
✘	Versicherungssituation und GEMA-Pflicht ungeklärt lassen		Versicherungssituation mit Vorstand besprechen	✔
✘	Kostenfaktoren wie Honorare, Materialkosten, Raumkosten nicht berücksichtigen		Eine Kostenaufstellung machen	✔

Fehler 1: Kursnamen verwenden, ohne Trainer mit der passenden Qualifikation

Die Kursnamen, die du verwenden möchtest, könnten namensrechtlich geschützt sein. Ein klassisches Beispiel ist Zumba. Trainer müssen Teil des "Zumba Instructor Network" sein, um Kurse geben zu dürfen.

**Mein Tipp:** Engagiere externe Trainer/innen mit der entsprechenden Lizenz oder werde kreativ in der Namensgebung. Statt Zumba könntest du deinen Kurs z. B. auch "Latin Aerobic Dance Mix" nennen.

### Praxis-Beispiel

Der Begriff "Ballschule" ist nicht namensrechtlich geschützt. Allerdings gibt es ein Qualitätssiegel der "Heidelberger Ballschule", das nur benutzt werden darf, wenn Übungsleiter/innen eine Zusatzausbildung bei der Heidelberger Ballschule absolviert haben.

Fehler 2: Kurse nur anbieten, wenn es vereinseigene Trainer dafür gibt

Bei einigen deiner Kursideen kann es vorkommen, dass ihr in euren Reihen keine(n) Übungsleiter(in) habt, die den Kurs durchführen kann. Dies ist meiner Meinung nach kein Grund, um den Kopf in den Sand zu stecken.

**Mein Tipp:** Kurse bieten deinem Verein die Chance, freiberufliche Trainer zu testen. Wenn deine Kursidee gut angenommen wird, kannst du immer noch intern Trainer in diesem Bereich weiterbilden.

### Praxis-Beispiel

In unserem Verein gibt es leider keine Übungsleiter, die sich im Bereich "Ballschule" weitergebildet haben. Ohne zu wissen, ob das Kursangebot gut angenommen wird, kam für mich eine Weiterbildung interner Übungsleiter nicht in Frage. Daher habe ich Kontakt mit der Freiburger Ballschule aufgenommen, die uns Übungsleiter für einen vertretbaren Stundensatz stellen wird.



# Welche vier Fehler du in der Kursplanung auf jeden Fall vermeiden solltest!

✘	Kursnamen verwenden ohne Trainer mit der passenden Qualifikation		Moderne und kreative Kursnamen verwenden	✔
✘	Kurse nur anzubieten, wenn es vereinseigene Trainer dafür gibt		Externe Übungsleiter testen und bei Erfolg eigene Übungsleiter weiterbilden	✔
✘	Versicherungssituation und GEMA-Pflicht ungeklärt lassen		Versicherungssituation mit Vorstand besprechen	✔
✘	Kostenfaktoren wie Honorare, Materialkosten, Raumkosten nicht berücksichtigen		Eine Kostenaufstellung machen	✔

Fehler 3: Versicherungssituation und Gema-Pflicht ungeklärt lassen

An deinen Kursen werden höchstwahrscheinlich Nichtmitglieder teilnehmen. Daher solltest du klären, wie die Versicherungssituation in deinem Verein aussieht. Der Vorstand oder Abteilungsleiter sollten euch weiterhelfen können. Für deine Kursteilnehmer gelten die gleichen Regeln wie beispielsweise für Gastspieler in der Fußballmannschaft.

**Mein Tipp:** Falls dein Verein keine Zusatzversicherung für Nichtmitglieder hat, findest du über deinen Landessportbund oft günstige Angebote.

Eine GEMA-Pflicht ist dann zu prüfen, wenn in euren Kursen GEMA-pflichtige Musik gespielt wird.

**Mein Tipp:** GEMA-freie Musik nutzen oder eine Passiv-Mitgliedschaft in den betroffenen Kursen verpflichtend machen.

## Praxis-Beispiel

In meinem Verein besteht bereits eine Zusatzversicherung für Nichtmitglieder. Im Kurs wird keine GEMA-pflichtige Musik gespielt.

Fehler 4: Kostenfaktoren wie Honorare, Materialkosten oder Raumkosten nicht berücksichtigen

Dein Ziel sollte natürlich sein, dass bei euren Kursen ein Überschuss für deinen Verein entsteht, oder zumindest eine "schwarze Null". Daher solltest du einen guten Überblick über eure Kosten behalten.

**Mein Tipp:** Lade dir meine [Muster-Kostenaufstellung](#) als Excel-Datei herunter.

## Praxis-Beispiel

Über die Kostenaufstellung konnte ich ermitteln, dass ich bei einer Kursgebühr von 50€ und acht Teilnehmern gerade so die Kosten decken könnte. Da unser Fokus mehr auf der Akquisition von Mitgliedern als auf dem Profit liegt, habe ich eine moderate Marge von 30% eingeplant. Daher ergibt sich eine Kursgebühr von 65€.

# Aktionsliste

Welche vier Fehler du in der Kursplanung auf jeden Fall vermeiden solltest

## 1. Kursnamen-Check

Googel, ob mit deiner Kursidee Namenrechte, Markenrechte in Verbindung stehen (z. B. Zumba Name geschützt?)

---

---

---

---

## 2. Übungsleiter-Brainstorming

Notiere dir vereinseigene und externe Übungsleiter, die für den Kurs in Frage kommen könnten. Nimm anschließend Kontakt auf und kläre das Interesse, Qualifikationen, und Honorare ab

---

---

---

---

## 3. Versicherungs-Check

Kontaktiere deinen Vorstand, um die Versicherungssituation von Nichtmitgliedern zu klären

---

---

---

---

## 4. Kostenaufstellung

Lade dir die Muster-Kostenaufstellung [hier](#) herunter und trage die zu erwartenden Kosten ein

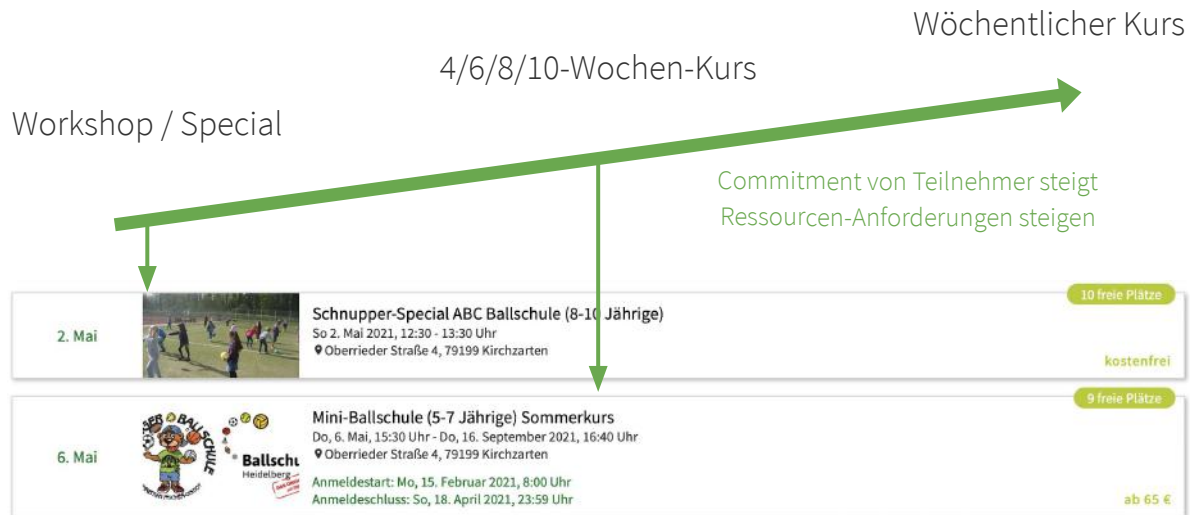
---

---

---

---

# Welche Formate und Konditionen am besten sind, um neue Mitglieder zu gewinnen und bestehende Mitglieder zu halten



## Kursformate

Prinzipiell könnt ihr eure Kurse in einem von 3 Formaten anbieten: Tageskurse (Workshops), Blockkurse (z. B. 10 Termine) oder regelmäßige, wöchentliche Kurse.

**Mein Tipp:** Teste deine Kursideen zuerst mit Workshops, da hier die Einstiegshürde am geringsten ist und die Ressourcen-Anforderungen (z. B. Hallenzeiten) am geringsten sind. Bei guter Resonanz kannst du einen Blockkurs anbieten und das Angebot so Stück für Stück weiter ausbauen.

Für neue Mitglieder bieten gerade Workshops eine ideale Möglichkeit, den Verein kennenzulernen. Bestehende Mitglieder freuen sich, ab und zu mit einem Blockkurs neue Angebote auszuprobieren.

## Praxis-Beispiel

Ich starte die Ballschule mit einem Schnupperkurs (1 Stunde). Kurze Zeit später startet ein 10-Wochenkurs. Wenn die Kurse gut angenommen werden, kann ich mir einen Übergang in ein wöchentliches Kursangebot mit Monats- oder Quartals- Beiträgen vorstellen.

# Welche Formate und Konditionen am besten sind, um neue Mitglieder zu gewinnen und bestehende Mitglieder zu halten

## Unsere Mitgliedsbeiträge

Tarif	im 1. Jahr	ab dem 2. Jahr
Kinder bis 14 Jahre	20€	40€
Jugendliche 15-18 Jahre	25€	50€
Azubis, Studenten, FSJ (19 bis max. 26 Jahre)	50€	100€
Erwachsene	109€	218€
Ehegatten / Lebenspartner von Mitgliedern	68,50€	137€
Familien-Tarif ab 2. Kind	frei	frei
Passives Mitglied	30€	30€
Zweitmitgliedschaft	halber Beitrag	halber Beitrag

Nicht-Mitglieder: 85€

?

+

Mitglieder: 65€

Kursgebühr	Erwartete Teilnehmerzahl	16
	Break-Even Kursgebühr	50,00 €
	Marge	30,00%
	<b>Finale Kursgebühr</b>	<b>65,00 €</b>

## Kursgebühren

Ausgehend von deiner Kostenkalkulation solltest du einen ersten Wert für deine Kursgebühr ermittelt haben. Vergleiche nun diesen Wert mit vergleichbaren Angeboten an anderen Orten und Angeboten vor Ort, mit dem dein Kurs in Konkurrenz steht. So kannst du deine Kursgebühr an die Marktgegebenheiten anpassen.

Besonders wichtig ist es, dass deine Kursgebühren widerspiegeln, dass sich eine Mitgliedschaft im Verein lohnt.

**Mein Tipp:** Wähle die zusätzliche Gebühr für Nichtmitglieder so, dass sich eine Mitgliedschaft oder zumindest die Passiv-Mitgliedschaft sehr schnell für den Teilnehmer lohnt.

## Praxis-Beispiel

Über meine Kostenkalkulation habe ich eine Kursgebühr von 65€ als ersten Wert ermittelt. Im Internet konnte ich Ballschul-Kurse mit 10 Terminen für 40€ finden, aber auch für 100€. Meine errechnete Kursgebühr scheint daher weder besonders günstig noch besonders teuer.

Eine Mitgliedschaft für Kinder unter 14 Jahren kostet in unserem Verein im ersten Jahr 20€ anstatt der regulären 40€. Daher hat sich für mich die perfekte Möglichkeit ergeben, den Nichtmitglieder-Tarif auf 85€ zu setzen.

So kann ich aktiv kommunizieren, dass sich schon mit der ersten Kursteilnahme eine Mitgliedschaft im Verein lohnt.

# Aktionsliste

Welche Formate und Konditionen am besten sind...

## 1. Kursformat

Lege fest, welches Kursformat für dich am besten geeignet ist. Welcher Wochentag + Uhrzeit wäre am besten geeignet? Bekommst du hierfür Hallenzeiten/Räumlichkeiten?

---

---

---

---

---

---

---

## 2. Kurskonditionen

Analysiere deine Mitgliedsbeiträge und finde ein Premium für Nicht-Mitglieder, sodass sich eine Mitgliedschaft lohnt

---

---

---

---

---

---

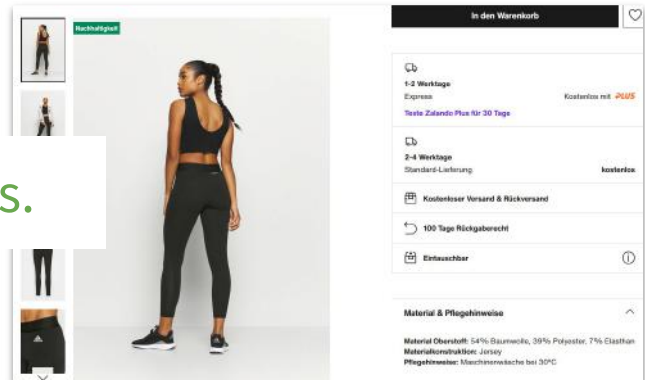
---

# Fünf Tipps, wie du deine Kurse erfolgreich bewirbst und warum ohne Tipp Nr.1 alles umsonst sein kann

**Kurse und Termine:**

<b>Zumba</b>	Dienstag 19.00-20.00 Uhr	ÜL: Julia Walliser
<b>Bodyworkout</b>	Mittwoch 19.15-20.15 Uhr	ÜL: Marion Fischer u. Natalja Anziferow
<b>Beckenbodengymnastik</b>	Mittwoch 18.15-19.15 Uhr	ÜL: Marion Fischer u. Natalja Anziferow
<b>Ausgleichsgymnastik</b>	Dienstag 18.00-19.00 Uhr	ÜL: Franziska Weiblen
<b>Seniorinnengymnastik</b>	Donnerstag 18.30-19.30 Uhr	ÜL: Ursula Weissgärber
<b>KörperFit (Pilates, Kräftigung und Koordination)</b>	Donnerstag 19.30-20.30 Uhr	ÜL: Natalia Anziferow
<b>Fitnessstraining für Männer Ü39 nur Winterhalbjahr</b>	Freitag 18.30-20.00 Uhr	ÜL: Roland Braun, Kontaktperson:Ulrich Binder

V.S.



Tipp 1: Die Präsentation der Kurse auf eurer Vereinshomepage muss top sein!

Ohne eine Top-Präsentation auf eurer Vereinshomepage verpuffen deine Werbemaßnahmen. Wenn deine Kursbeschreibung deine Zielgruppe nicht anspricht, kannst du noch so viel "Traffic" (Besucher) auf deine Webseite schicken. Du wirst mit den Teilnehmerzahlen schlichtweg unzufrieden sein.

Hier sehe ich die größten Schwachstellen bei Vereinen. Tausende Vereine präsentieren Ihre Kurse wie im Beispiel oben links: Kursname, Uhrzeit, Übungsleiter... das war's.

Falls du denkst, dass doch alle wichtigen Infos zu finden sind, hier ein kurzer Vergleich. Stell' dir vor, du suchst online nach einer Sporthose und siehst folgendes Angebot: "Damen-Sporthose, schwarz, Größe 40 von Adidas. Würdest du diese Hose bestellen? Vermutlich nicht. ;) Es benötigt mehr Überzeugungskraft, um einen Menschen von einer Kaufentscheidung zu überzeugen.

Schauen wir uns das Beispiel oben rechts an. Bilder verschaffen einen viel besseren Eindruck, als reiner Text (Bilder sagen mehr als 1000 Worte). Zudem möchte man genau wissen, was vom Produkt zu erwarten ist und für welche Zwecke es sich eignet.

Und selbst, wenn wir sehr angetan sind von einem Produkt, sind wir Menschen oft sehr zögerlich. Daher müssen wir aktiv angesprochen und aufgefordert werden, den nächsten Schritt zu gehen. Deswegen ist der "In den Warenkorb"-Button immer schön sichtbar.

## Praxis-Beispiel

Bei der Präsentation auf unserer Vereinshomepage habe ich versucht, die Elemente, die im Online-Shopping funktionieren, auf unsere Ballschule zu übertragen. Gerne kannst du dir selbst einen Eindruck von der Seite machen: <https://tennis-kirchzarten.de/de/ballschule/>

### Die neue Ballschule in Kirchzarten

In nur 80 Minuten pro Woche zum Bewegungs- und Ball-Anwender

In der Ballschule wird den Kindern nicht zu einem Spezialisten in nur einer Sportart, sondern zu einem vielseitigen Aktivator ausgebildet. In unseren wöchentlichen Kursen für 5-7-Jährige und 8-10-Jährige, werden das vielseitige und sportbezogene Spielen mit unterschiedlichen Bällen im Vordergrund. Dieses neue gemeinsame Projekt des TC Kirchzarten, SV Kirchzarten und der Freizeitsportvereine wird 2021 zum ersten Mal in Kirchzarten angeboten.

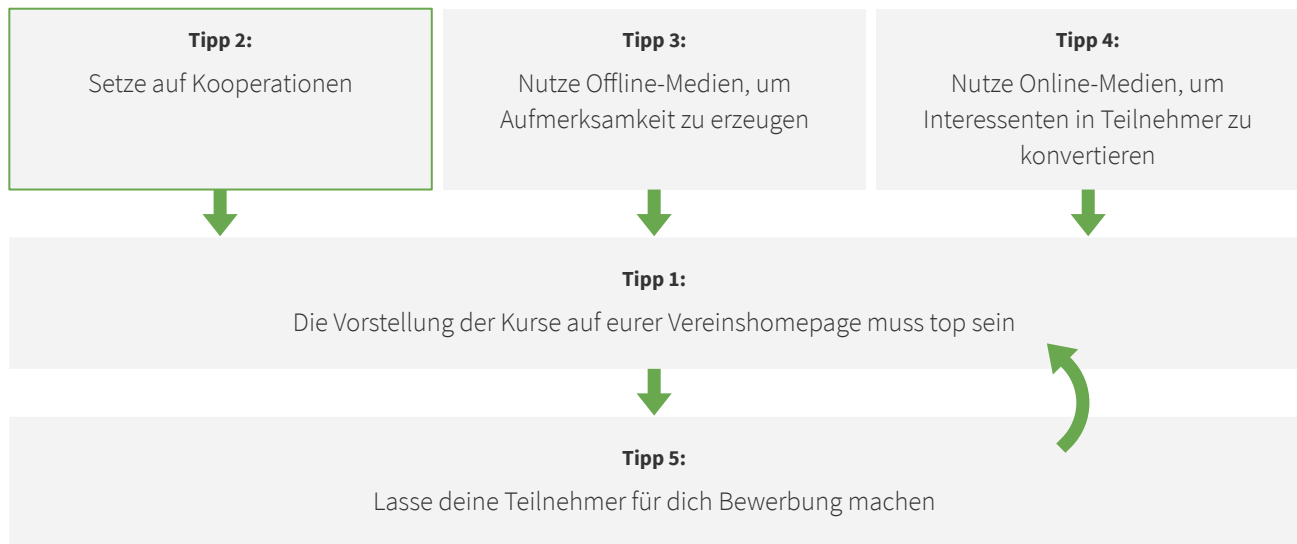
Zur Anmeldung

Die Plätze für die Sommerkurse 2021 sind stark begrenzt. Schnell sein lohnt sich!



Mir war es wichtig, die Eltern direkt anzusprechen und die Vorteile der Ballschule direkt deutlich zu machen. Der Anfang der Seite sollte zuerst einmal Interesse wecken, mehr über die Ballschule zu erfahren. Erst wenn das Interesse geweckt worden ist und der Webseitenbesucher weiter nach unten scrollt, kommen genauere Informationen (Key Facts und Häufig gestellte Fragen). An mehreren Stellen wird der Besucher durch den Button "zur Anmeldung" aufgefordert, eine Aktion vorzunehmen (Call-to-Action). Die Anmeldung erfolgt in wenigen Schritten direkt über die Seite. Ich möchte es so einfach und unkompliziert wie möglich machen, sich für die Ballschule anzumelden.

# Fünf Tipps, wie du deine Kurse erfolgreich bewirbst und warum ohne Tipp Nr.1 alles umsonst sein kann



## Tipp 2: Setze auf Kooperationen

Sobald du eure Kurse ansprechend auf eurer Vereinshomepage beschrieben hast, gilt es, über verschiedene Kanäle eure Zielgruppe auf euer Angebot aufmerksam zu machen.

Meiner Erfahrung nach haben viele Vereine großen Erfolg mit Kooperationen. Mögliche Kooperationspartner sind z. B. Kindergärten, Schulen, andere Vereine oder auch Unternehmen. Ob eine Kooperation für euch Sinn ergibt, kannst du dir mit folgender Frage selbst beantworten:

**“Erreiche ich über die Kooperation meine Zielgruppe?”**

Wenn du beispielsweise einen Kurs “Fit Mix 50+” anbieten möchtest, sind Kooperationen mit Kindergärten natürlich weniger interessant, In diesem Fall könnte eine Kooperation mit beispielsweise einer Physiotherapie mehr Sinn ergeben.

## Praxis-Beispiel

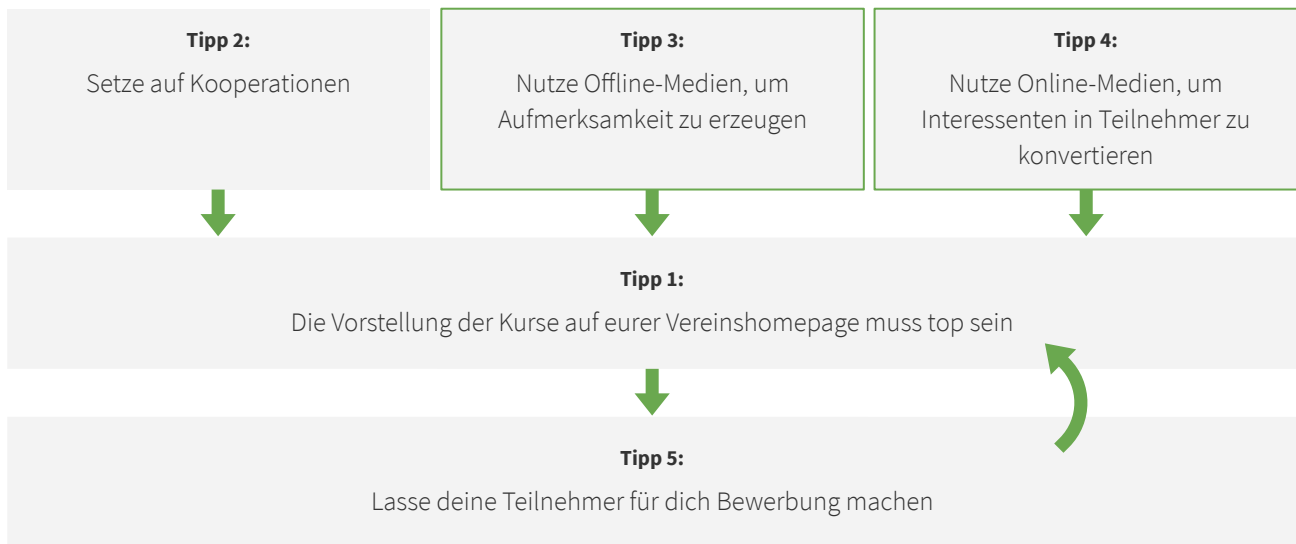
Als kleiner Verein mit rund 200 Mitgliedern war für mich schnell klar, dass wir auf Kooperationen setzen sollten, um eine höhere Reichweite zu erzielen. Der größte Sportverein in unserem Ort hat über 3.000 Mitglieder und dementsprechend eine viel größere Bekanntheit. Mit dem Geschäftsführer des Vereins konnte ich folgende Vereinbarung treffen:

- Mitglieder seines Vereins erhalten genauso wie unsere Mitglieder den vergünstigten Kursbeitrag
- Er wird die Ballschule auch über die Vereinshomepage und die Kanäle des Vereins bewerben
- Bei einzelnen Ferienfreizeiten des Vereins kann die Ballschule Teil des Angebots werden

Zusätzlich bietet sich (nach Corona) die Möglichkeit, im lokalen Kindergarten und der Grundschule ein Schnupper-Event anzubieten.



# Fünf Tipps, wie du deine Kurse erfolgreich bewirbst und warum ohne Tipp Nr.1 alles umsonst sein kann



**Tipp 3:** Nutze Offline-Medien, um Aufmerksamkeit zu erzeugen

Auch, wenn die Werbung über Online-Kanäle immer mehr an Bedeutung gewinnt, kann Offline-Werbung weiterhin funktionieren. Gerade bei neuen Kursangeboten kann man über Plakate und Flyer Aufmerksamkeit erzeugen. Wichtig ist dabei, dass die richtigen Orte für Plakate und Flyer ausgewählt werden. Auch hier ist entscheidend, dass große Teile eurer Zielgruppe an diesen Orten Zeit verbringen.

Und auch lokale Zeitungen berichten gerne über neue Sportmöglichkeiten in der Umgebung. Beachte jedoch, dass dies meistens nur einmalig möglich ist.

### Praxis-Beispiel

Zielgruppe der Ballschule sind Kinder im Alter von 5 - 10 Jahren in meinem Ort und der näheren Umgebung. Idealerweise bringen die Kinder schon eine gewisse Sportaffinität mit. Daher bietet das lokale Sportgeschäft eine gute Örtlichkeit für Plakate und Flyer. Weitere Orte, die ich ausprobieren werde, sind Kinderarztpraxen und ein Supermarkt in der Nähe eines Wohngebiets mit vielen Familien.

Und die lokale Zeitung werde ich natürlich auch ansprechen.

**Tipp 4:** Nutze Online-Medien, um Interessenten in Teilnehmer zu konvertieren

In der heutigen Zeit ist es unausweichlich, Werbung für deine Kurse auch über Online-Medien zu machen. Der große Vorteil von Online-Medien ist, dass der Weg zu deiner Homepage (und der Anmeldung) nur einen Klick entfernt liegt. Bei Offline-Medien muss man hoffen, dass die Zielperson sich noch daran erinnert, das Plakat gesehen zu haben und dementsprechend die Vereinshomepage aufruft.

Auch bei Online-Kanälen gilt: Deine Zielgruppe muss dort vertreten sein, damit sich die Arbeit lohnt. Bei einem Kurs für 50+ ist Instagram für dich nicht das richtige Medium, Facebook aber definitiv. Neben Sozialen Medien funktionieren in der Regel auch E-Mail-Newsletter und Whatsapp-Nachrichten sehr gut.

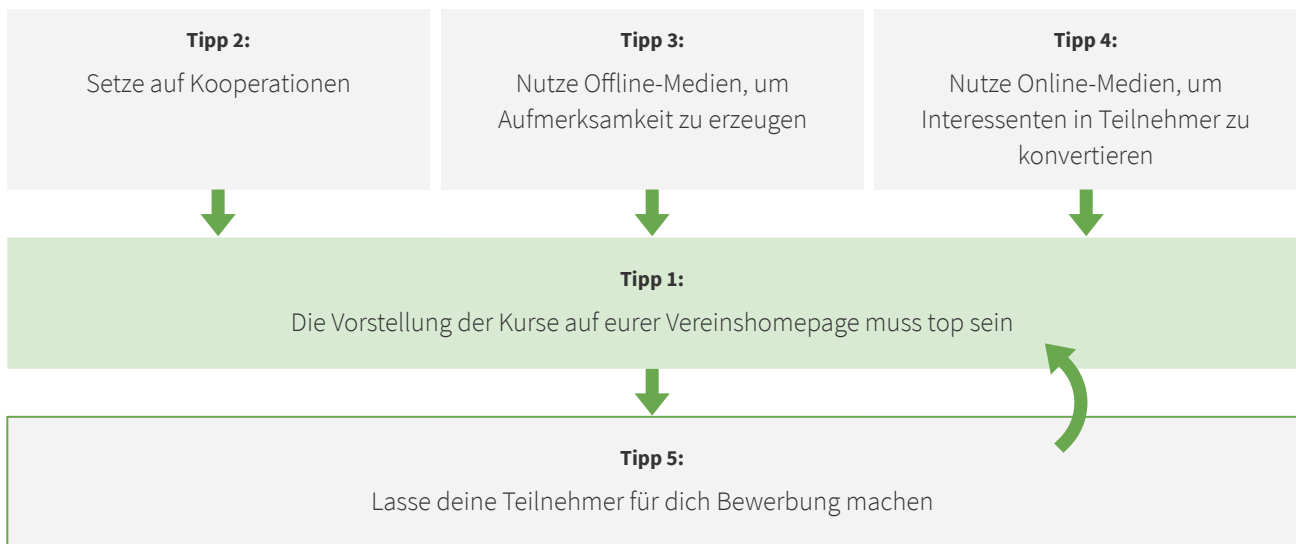
### Praxis-Beispiel

Die Eltern von möglichen Ballschulkindern erreiche ich am besten über Facebook und Instagram. Außerdem versuche ich, diese Zielgruppe über den Newsletter des Kooperationsvereins erreichen zu können.

Da einige Eltern sich schon als Fan von unserer Idee geoutet haben, werde ich diesen "ersten Fans" eine Whatsapp-Nachricht zum Weiterverbreiten in ihren Gruppen schicken.



# Fünf Tipps, wie du deine Kurse erfolgreich bewirbst und warum ohne Tipp Nr.1 alles umsonst sein kann



## Tipp 5: Lasse deine Teilnehmer für dich Werbung machen

Kooperationen sowie Offline- und Online-Werbung sind wichtig, um euer Kursangebot in Gang zu bringen. Die beste und am Ende kostengünstigste Werbung ist aber immer noch Mund-zu-Mund-Propaganda.

Dafür brauchst du natürlich erst einmal Teilnehmer, die begeistert von deinem Kurs sind. Erst dann werden sie Freunden und Bekannten davon erzählen.

Eventuell kann es sich für deinen Verein lohnen, einen kleinen Anreiz zu schaffen für bestehende Teilnehmer.

Anreize könnten z. B. ein Rabatt für einen Folgekurs, ein Vereins-Handtuch o. ä. sein. Deine Kreativität ist hier gefragt.

## Praxis-Beispiel

Aktuell biete ich noch keinen Anreiz für Teilnehmer, weitere Teilnehmer zu werben. Ich bin optimistisch, dass wir die 20 Teilnehmer auch ohne Rabatt für das Werben von Teilnehmern erreichen.

Sollten wir jedoch in Zukunft mehrere Gruppen anbieten, werde ich auf diese Werbemöglichkeit zurückgreifen.

# Aktionsliste

Fünf Tipps, wie du deine Kurse erfolgreich bewirbst

## 1. Eigenschaften

Überlege dir, welche Eigenschaften deinen Kurs ausmachen (z. B. für Zumba, "Musik, Tanzen, Fitness, Workout")

---

---

---

---

---

---

## 2. Vorteile

Überlege dir, was die Vorteile deines Kurses sind. Was haben deine Teilnehmenden konkret davon? Nutze dazu die Eigenschaften als Ausgangspunkt (z. B. was ist der Vorteil von Musik bei Zumba? -> z. B. Spaß, Motivation)

---

---

---

---

---

---

## 3. Fragen & Unsicherheiten

Überlege dir, welche Unsicherheiten und Fragen ein möglicher Interessent haben könnte (z. B. Muss ich tanzen können, um Zumba zu machen?)

---

---

---

---

---

---

# Wie du deine Kurse verwaltest, ohne in Arbeit zu versinken

In den ersten vier Abschnitten dieses Workbooks hast du gesehen, wie du ein erfolgreiches Kurssystem in deinem Verein aufbaust. Wenn du den Schritten bis hierhin folgst, werden die Teilnehmer bei dir Schlange stehen. Die Frage, die sich dann stellt, ist, wie du das Ganze neben Job, Familie und Hobbies handeln kannst. Die Antwort darauf: **Ohne Unterstützung wirst du es nicht schaffen!** Zu viele Stunden werden draufgehen für E-Mails mit Teilnehmern, Excel-Listen für die Teilnehmerverwaltung, der Koordination mit Übungsleitern und der Abrechnung.

Wenn du deinen Verein wirklich nach Vorne bringen möchtest, konzentrierst du dich auf das Wesentliche und versuchst, lästige Arbeit weitestgehend zu automatisieren und zu vereinfachen. Wie das geht?

**Mit Yolawo - dem Buchungssystem für Vereine.** Ohne dieses Tool würde ich die Ballsschule für meinen Verein nicht in die Hand nehmen. Ich hätte schlichtweg nicht die Zeit dafür. Aber bei was hilft das Yolawo-System konkret?

The image shows three overlapping screenshots of the Yolawo booking system. The leftmost screenshot is the 'Anmeldeportal Erwachsene' (Adult Registration Portal) for a sports offer, displaying a weekly course schedule for KW42 (12.10.20 - 18.10.20) with columns for Monday, Tuesday, Wednesday, and Thursday. The middle screenshot shows a grid of 'Pilates Mini-Gruppen' (Pilates Mini-Groups) with details like 'Mindestteilnehmerzahl: 5 | Maximale Teilnehmerzahl: 10' and 'Ort: Jahressportzentrum - Spiegelfalle'. The rightmost screenshot is a 'Zahlung' (Payment) confirmation page for 'Max Mustermann', showing a total amount of 30 € and a 'JETZT ANMELDEN' (Register Now) button.

## Vorteil 1: Einfache Online-Anmeldung über eure Vereinshomepage

Mit Yolawo kannst du Interessenten eine einfache Online-Anmeldung - direkt über eure Vereinshomepage - anbieten. Interessenten sehen sofort, wie viele Plätze noch verfügbar sind und müssen keine umständlichen Formulare ausfüllen. Du sparst dir die Arbeit, die Anmeldungen einzusammeln oder aus deinem E-Mail-Programm rauszusuchen.

Alle Daten, die du von deinen Teilnehmern benötigst, kannst du im Buchungsprozess abfragen. So sparst du dir nervige Rückfragen bei deinen Teilnehmern. Bei der Zahlungsabwicklung kannst du (bzw. euer Kassierer) viel Zeit durch eine SEPA-Sammellastschrift oder eine direkte Online-Zahlung sparen.

## Praxis-Beispiel

Auf der Vereinshomepage unseres Vereins bieten wir Interessenten direkt die Möglichkeit, sich für unsere Schnupper-Specials oder den Sommerkurs anzumelden. In der Anmeldung lasse ich mir von den Eltern eine Einwilligung zu unserem Corona-Hygiene-Konzept und alle wichtigen Daten (z. B. Geburtsdatum, Notfallnummer) geben.

The image shows two examples of course listings from the Yolawo system. The first listing is for a 'Schnupper-Special ABC Ballsschule (8-10 Jährige)' on May 2nd, from 12:30 to 13:30, at Oberrieder Straße 4, 79199 Kirchzarten. The second listing is for a 'Mini-Ballschule (5-7 Jährige) Sommerkurs' from May 6th to September 16th, from 15:30 to 16:40, at the same address. It includes an 'Anmeldedat: Mo, 15. Februar 2021, 8:00 Uhr' and 'Anmeldeschluss: So, 18. April 2021, 23:59 Uhr'.

# Wie du deine Kurse verwaltest, ohne in Arbeit zu versinken

### Buchungsbestätigung

#### PILATES Minigruppe 7

Hallo Max,

vielen Dank für deine Buchung.

**Buchungsnummer:** 1B4-16FA  
**Angebot:** PILATES Minigruppe 7  
**Datum:** Do., 06. August 17:15 Uhr -  
 Uhr  
**Ort:** Jahnsportzentrum Spiegeh

**Teilnehmer:**  
 Max Mustermann (Mitglieder-Tarif) 24,00 €  
**Buchungsbetrag:** 24,00 €

Die Teilnahmegebühr von 24,00 € wird demnächst per SEPA-Lastschrift von deinem Konto eingezogen.

*Wir bitten dich vor dem Unterricht die Teilnahmebedingungen "Schutzmaßnahmen COVID-19" genau durchzulesen und vor allem einzuhalten. Nur so können wir einen kontakt- und reibungslosen Ablauf*

Warteliste
Einstellungen

➤ PLÄTZE ANBIETEN
➤ TEILNEHMER HINZUFÜGEN
3 wartend

Position ↑	Name	Wartet seit	Gefragt am
1	Paul Flamm	Sa, 10. Oktober 2020, 11:07	Sa, 10. Oktober 2020, 11:07
2	Axel Lorenz	Sa, 10. Oktober 2020, 11:07	
3	Ursel Lorenz	Sa, 10. Oktober 2020, 11:07	

## Praxis-Beispiel

Bei der Ballschule plane ich mit zehn Kindern je Gruppe. Daher habe ich für beide Kurse eine Kapazität von "10" hinterlegt. Sollten zehn Anmeldungen eingegangen sein, öffnet sich automatisch die Warteliste und ich kann weitere Interessenten sammeln. Sollte ein Teilnehmer absagen, wird automatisiert direkt die oder der erste auf der Warteliste per E-Mail informiert.





## Vorteil 2: Entspanntes Anmelde-Management

Mit ihrer Buchung bekommen Teilnehmer, sofern noch freie Plätze verfügbar sind, direkt eine Bestätigung per E-Mail. Auch Stornierungen können vom Teilnehmer online vorgenommen werden (natürlich werden hierbei eure Stornierungsregeln beachtet). Bei sehr gefragten Kursen gibt es zudem eine intelligente Warteliste, die Personen auf der Warteliste automatisch informieren kann, wenn Plätze frei werden.

So läuft das gesamte Anmelde-Management quasi auf Autopilot und für dich ohne Zeitaufwand.

## Vorteil 3: Immer die Auslastung aller Kurse im Überblick

In deinem Online-Verwaltungsbereich bei Yolawo kannst du für alle deine Kurse immer die aktuelle Auslastung sehen und hast so jederzeit den Überblick.

	<b>Schnupper-Special Miniballschule (5-7 Jährige)</b> So 2. Mai 2021, 11:30 - 12:30 Uhr	●	0 / 10	0
	<b>Schnupper-Special ABC Ballschule (8-10 Jährige)</b> So 2. Mai 2021, 12:30 - 13:30 Uhr	●	0 / 10	0
	<b>Mini-Ballschule (5-7 Jährige) Sommerkurs</b> Do, 6. Mai, 15:30 Uhr - Do, 16. September 2021, 16:40 Uhr	●	1 / 10	0
	<b>ABC-Ballschule (8-10 Jährige) Sommerkurs</b> Do, 6. Mai, 16:45 Uhr - Do, 16. September 2021, 17:55 Uhr	●	0 / 10	0

# Wie du deine Kurse verwaltest, ohne in Arbeit zu versinken

The screenshot displays the Yolawo management interface for a Pilates class. The main window shows a table of participants with columns for number, name, tariff, value, and status. A mobile app interface is overlaid on the right, showing a 'Checkin' screen for the same class with a list of names and checkboxes for attendance.

Teilnehmer	Buchungen	Kapazität
2-D2-1	Karl Franz	Mitglieder-Tarif
2-D2-0	Birte Franz	Mitglieder-Tarif
2-D1-3	Adele Baum	Beitragsfreie Teilnahme
2-D1-2	Viona Mieß	Gäste-Tarif
2-D1-1	Günter Mieß	Gäste-Tarif
2-D1-0	Klaus Kleber	Gäste-Tarif
2-C5-2	Fritz Walter	Mitglieder-Tarif
2-C4-4	Norbert Müller	Mitglieder-Tarif
2-C4-3	Rosalie Klein	Beitragsfreie Teilnahme
2-C4-2	Mike Groß	Mitglieder-Tarif

Mobile app interface (Checkin screen):

- Carrier
- 9:29 AM
- go-dev.yolawo.de
- Pilates Minigruppe 3
- Do 24. Dezember 2020, 8:00 - 22:00 Uhr
- ✓ Checkin Fertig
- Do 24. Dezember 2020, 8:00 - 22:00 Uhr
- Baum, Adele
- Franz, Birte
- Franz, Karl
- Groß, Mike
- Kleber, Klaus
- Klein, Rosalie
- Mieß, Günter
- Mieß, Viona

## Vorteil 4: Einfache Teilnehmerverwaltung & Kommunikation

Mit Yolawo sparst du dir auch das lästige Erstellen von Teilnehmerlisten in Excel. Alle Teilnehmer und deren Daten findest du übersichtlich im System. Alle Teilnehmer können direkt über das System kontaktiert werden. Du musst also keine Angst haben, dass du bei einer wichtigen Mitteilung eine Teilnehmerin vergessen hast.

Deinen Übungsleitern kannst du natürlich auch einen Zugriff auf die Teilnehmerlisten ihrer Kurse geben. So sparst du dir auch hier Zeit und die Übungsleiter können direkt online die Anwesenheit dokumentieren.

## Praxis-Beispiel

Ich gebe der Übungsleiterin der Freiburger Ballschule einen Übungsleiter-Zugang. Dann kann sie sehen, welche Kinder in der jeweiligen Gruppe sind und dokumentieren, welche Kinder je Termin anwesend waren. Damit haben wir auch gleich die Corona-Bestimmungen eingehalten und können das Kind mit den meisten Teilnahmen einfach bestimmen und einen kleinen Preis verleihen.

Mehr Informationen findest du unter  
[www.yolawo.de](http://www.yolawo.de)



Yolawo UG | Freiburger Straße 5 | 79199 Kirchzarten | Tel. 0178/5880980  
E-Mail: [contact@yolawo.de](mailto:contact@yolawo.de) | Internet: [www.yolawo.de](http://www.yolawo.de)