

Mitarbeiter*innenmarketing

Interesse am freiwilligen Engagement für den Verein wecken

Bevor der Verein potenzielle Mitarbeiter*innen ansprechen kann, sollte er die Aufgaben im Verein identifizieren. Was ist überhaupt zu tun? Wen braucht man dafür, wen hat man schon? Sind die vorhandenen Ehrenamtlichen mit ihren Aufgaben zufrieden oder sollte nachjustiert werden? Der nächste Schritt besteht im Finden der „Neuen“. Ob Menschen innerhalb des Vereines angesprochen werden sollen oder Externe – in jedem Fall dienen Stellenbeschreibungen für einen ersten Überblick.

Geeignete Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind in der heutigen Zeit ein zentraler und bedeutsamer Überlebensfaktor für jeden Sportverein. Ohne diese Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Sportorganisation gäbe es keine Weiterentwicklung, keine Innovationen und keinen Sportbetrieb im Verein. Wie beim Sportbetrieb ist daher eine systematische Planung erforderlich, die die Qualität (Qualifikation) und auch die Quantität (Anzahl) der Mitarbeiter*innen in den Mittelpunkt stellt.

Diese systematische Planung von Mitarbeitern (z.B. Übungsleiter*in, Abteilungsleiter*in, Kassierer*in usw.) verfolgt im Wesentlichen das Ziel, dem Sportverein zur richtigen Zeit die geeigneten Mitarbeiter und die passende Anzahl der richtig qualifizierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zur Verfügung zu stellen. Eine gezielte Mitarbeiterplanung ist eingebettet in ein Gesamtkonzept für das **Mitarbeitermanagement**.