

### 4.3.3. Beispiel eines einfachen Terminplanes

<b>Aufgabe</b>	<b>3 Monate vorher</b>	<b>1 Monat vorher</b>	<b>2 Wochen vorher</b>	<b>1 Woche vorher</b>	<b>1 Tag vorher</b>	<b>Am Wett- kampftag</b>	
ÖA	Infoschreiben in der Zeitung	Einladung rausschicken	Plakate bestellen	Flyer drucken	Plakate aushängen	Fotografieren, Filmen, Interview geben ...	
Finanzen	Finanzkonzept erstellen Sponsoren werben	Sponsoring- vertrag unterzeichnen	Mitglieder- spendenak- tion ausrufen	Getränke und Waren bestellen ...	Wechselgeld holen und in Handkasse einsortieren	Kassierung der Meldgelder	
Technik	Neue Beschallungsan- lage planen		Beschallung installieren		Beschallung testen, Musik bereitlegen	Hintergrund- musik und Moderation	
Platzwart	Kontrolle aller Sicherheitseinric- htungen und Fluchtwege	Rasen düngen	Neue Tornetze bestellen	Tornetze anbringen	Linien nachzeichnen		
xxx	...						
xxx	...						
xxx	...						

### 4.3.4. Beispiel eines aufwendigeren Terminplanes

Jahresplanung der Kommission Presse- und Öffentlichkeitsarbeit 2008		RBJ	FW	UH	FH	DMH	SB	TH	Vorstand	TSP	n. Absprache	erledigt
Monat	Aufgabe											
Januar	Jahresplan ausgeben								x			x
	Ergo WK MÜhlberg Bericht									x		
	Sachsen Cup Ergo Bericht									x		
	Schwimmwettkampf Bericht									x		
	Ergo WM Dresden Bericht											x
Februar	Rosenmontagsumzug Bericht, Fotos		x					x				
	Winterlager RJS Bericht									x		
März	Aushänge an Schulen aktualisieren		x				x					
	Anrudern Aushang		x									x
	Arbeitseinsatz Aushang		x									x
	Redaktionsschluss Clubinfo (bei Bedarf auch bis April)					x						x
	Clubmeisterschaft Ergo Bericht										x	
	Tischtennisturnier Aushang, Bericht										x	
April	Kuchenbasar Aushang		x									
	Anrudern Bericht		x			x						x
	Trainingslager Bericht									x		
	Langstrecke Leipzig Bericht											
	Regatta Zschornowitz Bericht									x		
	Aktualisierung Schaukästen			x	x							
	Ausschreibung Regatta Eilenburg ins Internet		x					x				
	Regatta Eilenburg Plakate		x				x					
Mai	Regatta Eilenburg Ankündigung		x				x					
	Regatta Eilenburg Bericht									x		
	Regatta Eilenburg Film, Foto		x									
	Regatta Rüdersdorf, Dresden, Bernburg - Bericht									x		
Juni	Zwischenstand Kilometerwettbewerb Aushang									x		
	Aushang Sommerfest							x				
	RJ Wochenende Bericht, Fotos							x				
	DJM Brandenburg, BW Werder Bericht								x	x		
Juli	Aushang Sommercamp RJ							x				
	Regatta Lobenstein, Radebeul Bericht									x		
	Wandertfahrt Elbe Kurzbericht										x	

### **4.3.5. Netzplantechnik**

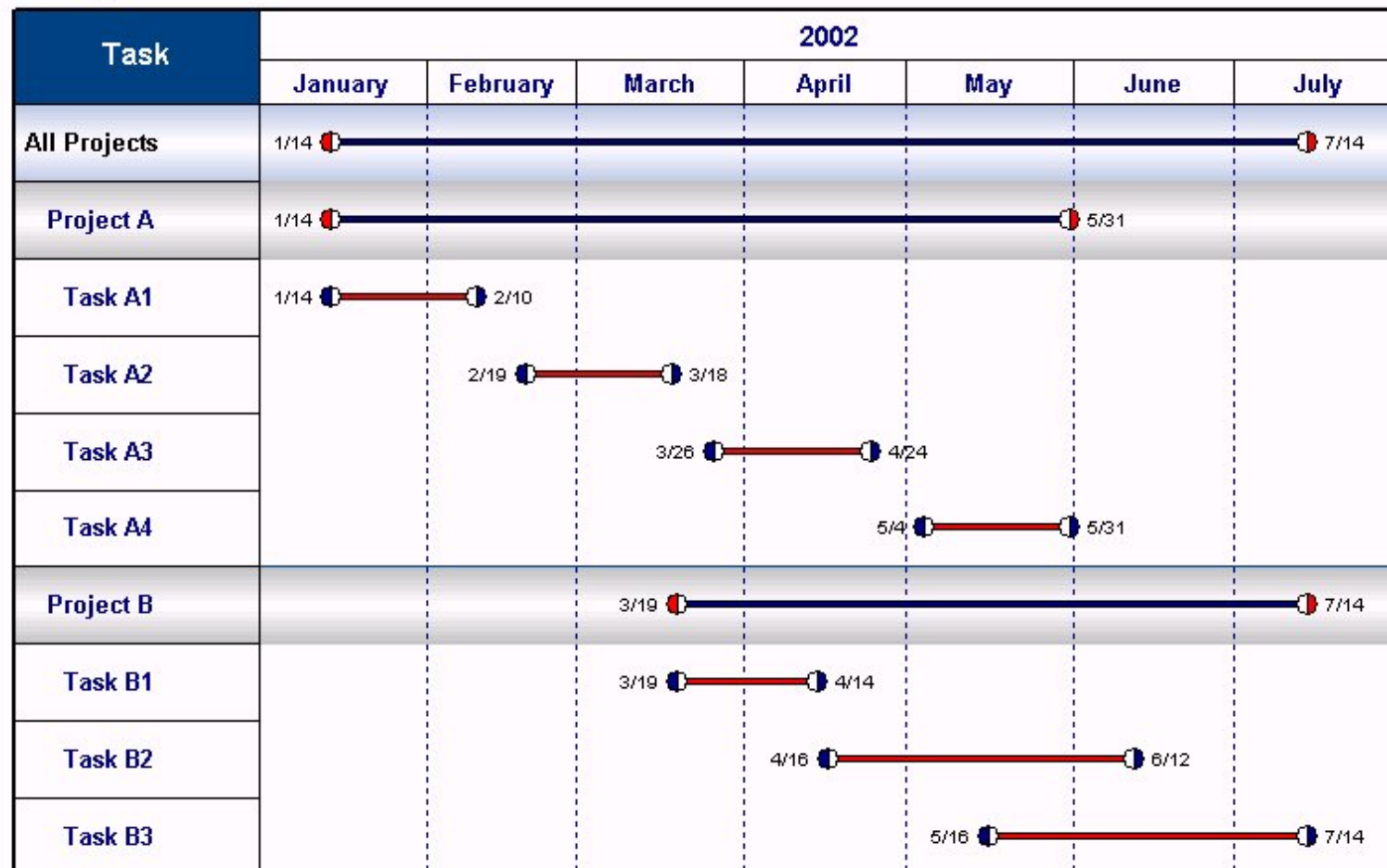
Netzplantechnik ist eine Möglichkeit um Projekte zu planen und ihre Ausführung zu überwachen. Die Methode der Netzplantechnik wird vom Computer unterstützt. Das Ziel der Netzplantechnik ist die möglichst schnelle, reibungslose und kostengünstige Abwicklung von Projekten.

# Grafik: Gantt Chart

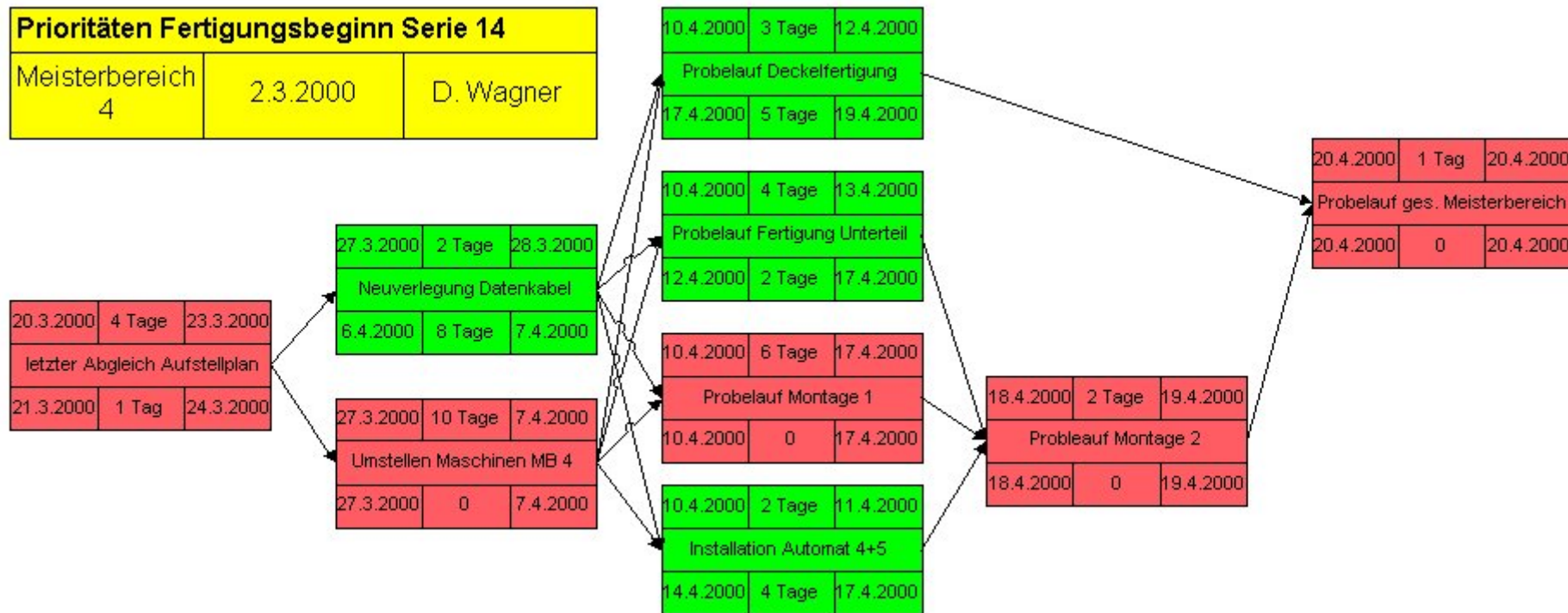
Milestones Professional Solution:  
Basic Gantt Chart



## Widgets-R-Us



# Grafik: PERT - DIAGRAMM



## **4.4. Materielle und technische Planung (1)**

- Wettkampfgeräte auflisten (beschaffen)
- Techn. Geräte für Kampf- / Schiedsrichter
- Stromanschluss (230 V / Starkstrom 400 V)
- Wasseranschluss (Trinkwasser / Abwasser)
- Sitze, ggf. Tische (für Zuschauer)
- Sitze für Teilnehmer (Ruheraum / Massage)
- Anzeigetafeln (Flachbildschirme / klassisch)
- Sprecheranlage (Mikrofonierung / Pausenbeschallung / Hintergrundmusik)

## **4.4. Materielle und technische Planung (2)**

- Pausenmusik (vorher zusammenstellen)
- Müllentsorgung / Mülltrennsystem
- Reinigungsgeräte / Chemie
- Umkleidemöglichkeiten (mit Hinweisschildern)
- Sanitäranlagen (mit Hinweisschildern)
- Notausgänge bestimmen und markieren
- Parkplätze absperren und ausschildern
- Erste Hilfe sichern (selbst / DRK, ASB)

## 4.4. Materielle und technische Planung (3)

Was ist bei selbst organisierter Gastronomischer Versorgung zu beachten?

- Hygienevorschriften beachten, Hygienepass vorhanden?
- Schankanlagenverordnung, Schankgenehmigung
- Abdeckung der Speisen und Getränke bzw. Aufbewahrung in geschlossenen Gefäßen
- Ausreichende Kühlmöglichkeiten
- Abgetrennter WC und Waschbereich
- Wasser, Abwasser, Stromanschluss (s. Technik)

## 4.4. Materielle und technische Planung (4)

### Planung der Bestellmenge im gastronomischen Bereich und bei besonderen Artikeln für die Veranstaltung

- Planungsgröße Nr. 1 ist logischerweise die zu erwartende Anzahl an Besuchern (anhand von Erfahrungswerten, Befragungen, Beobachtungen ähnlicher Veranstaltungen, Auskunft von Branchenkennern)
- Im gastronomischen Bereich: Sobald zu erwartende Besucherzahl 100 deutlich übersteigt ist fachkundige Hilfe bei einem Cateringunternehmen einzuholen. Meist ist diese Menge mit dem normalerweise vorhandenen Küchenequipment nicht mehr zu bewerkstelligen.
- Ausnahme: Kuchenbasar. Hier gilt für Vereine eine Sonderregelung, nach der auch mitgebrachte Kuchen (wenn sie bestimmte Auflagen erfüllen) verkauft werden dürfen. Hier sind Mengen größer als 100 Portionen möglich.

## 4.5. Finanzplanung

Grundlage für die Finanzplanung ist ein Finanzkonzept. Dieses sollte so detailliert wie möglich ausgearbeitet sein und Erfahrungswerte einbeziehen.

Hand-out: Möglichkeit einer Finanzplanung

## 4.5.1. Arten der Finanzplanung

Zwei Möglichkeiten:

Softwaregestütztes Abrechnungssystem mit betriebswirtschaftlicher Standardsoftware oder einfache Einnahmen-Überschussrechnung (von Hand / MS Excel)

	Einnahme	Ausgaben
Posten 1	<del>XX</del> EUR	XX EUR
Posten 2	XX EUR	XX EUR
Posten 3	XX EUR	XX EUR
Summe	Überschus	Verlust

## 4.5.2. Vorüberlegungen zur Finanzplanung

Zur besseren Übersicht wird vor der eigentlichen Finanzplanung langfristig eine Übersicht über die wichtigsten Einnahmen und Ausgaben mit Schätzwerten angefertigt:

- Festlegungen zu Einnahmen und Ausgaben
- Startgelder und Eintrittsgelder grob aufsummieren
- Fördermittel (Zuschuss) erfragen
- Gebühren ermitteln (GEMA, Ordnungsamt...)
- Aufwandsentschädigung für Personal abschätzen
- Büro-, Telefon-, Porto- u. Kopierkosten schätzen
- andere Einn./ Ausg. (Versicherung, Betriebskosten, Reinigungskosten, Honorare, Druckkosten) ermitteln

## 4.5.2. Einnahmekategorien zur Finanzplanung

Einnahmen:

<i>Kat.</i>	<i>Position</i>
1	Teilnehmer / Besucher
2	Werbung (Vergabe von Rechten)
3	Zuschüsse der öffentlichen Hand
4	Sponsoren
5	Sonstige Einnahmen

## 4.5.2. Ausgabekategorien zur Finanzplanung

Ausgaben:

<i>Kat.</i>	<i>Position</i>
1	Nutzung der Sportstätten
2	Veranstaltungskosten
3	Personalkosten
4	Geschäfts- / Bürokosten
5	Werbung
6	Siegerehrung
7	Rahmenprogramm
8	Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
9	Abgaben, Gebühren, Steuern
10	Sonstige Ausgaben

## 4.5.2. Grundsätze ordentlicher Buchführung

Keine Buchung ohne Beleg!

(Belege müssen vollständig, zeitgerecht und geordnet erfasst und aufbewahrt werden §257 IV HGB: mindestens 10 Jahre)

Richtigkeit, Klarheit, Vollständigkeit!

Sachliche und zeitliche Richtigkeit!

Niederstwertprinzip: Verluste werden sofort angezeigt, Gewinne erst, wenn sie wirklich realisiert sind!

### 4.5.3. Sponsoring und Spenden (1)

#### **Spenden**

Nach §10b EStG  
Ausgaben, die freiwillig  
und unentgeltlich (ohne  
Gegenleistung) für  
einen besonders  
förderungswürdig  
anerkannten Zweck  
(Sport ist ein solcher)  
geleistet werden

#### **Sponsoring**

Leistungsaustausch  
zwischen dem Geld-  
bzw. Sachmittel  
bereitstellenden  
Sponsor und dem die  
Gegenleistung (meist  
Werbung)  
bereitstellendem  
Gesponserten

### 4.5.3. Sponsoring und Spenden (2)

#### **Spenden**

Der Spender (Unternehmer bzw. Privatperson) bucht Sonderausgaben.

Der Verein erhält Einnahmen im steuerfreien ideellen Tätigkeitsbereich.

Spender darf maximal 5% seiner Einkünfte oder 0,02% seiner Umsätze jährlich spenden und erhält dafür Spendenbescheinigung.

#### **Sponsoring**

Der Sponsor bucht Betriebsausgaben.

Der Verein erhält Einnahmen im zu versteuernden wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb.

Grundlage für die Höhe und die Art der Leistungen bildet der Sponsoringvertrag.

# Muster der Spendenbestätigung eines gemeinnützigen Vereins, der selbst zur Ausstellung von Spendenbestätigungen berechtigt ist

(Anlage 4 – Muster 2 der Einkommensteuer-Richtlinien 1996)

## 4.5.3. Spendenquittung

Aussteller (Bezeichnung der Körperschaft o. ä.)
---

### Bestätigung

über Zuwendungen an eine der in § 5 Abs. 1 Nr. 9 des Körperschaftsteuergesetzes bezeichneten Körperschaften, Personenvereinigungen oder Vermögensmassen

Name und Wohnort des Zuwendenden		
Betrag/Wert der Zuwendung in Ziffern	in Buchstaben	Tag der Zuwendung
Bei Sachzuwendungen: genaue Bezeichnung des Gegenstandes		

Wir sind wegen Förderung der (genaue Angabe der Zwecke)

nach dem letzten uns zugegangenen Steuerbescheid/Freistellungsbescheid des Finanzamts für die Jahre .....<sup>1)</sup> als

Zwecken dienend anerkannt

und nach § 5 Abs. 1 Nr. 9 des Körperschaftsteuergesetzes von der Körperschaftsteuer befreit.

durch Bescheinigung des Finanzamtes vorläufig ab .....<sup>1)</sup> als

Zwecken dienend und zu den in § 5 Abs. 1 Nr. 9 des Körperschaftsteuergesetzes bezeichneten Körperschaften, Personenvereinigungen oder Vermögensmassen gehörig anerkannt worden.

Bezeichnung des Finanzamts	Steuernummer	Datum des Bescheids/der Bescheinigung <sup>1)</sup>
----------------------------	--------------	---

Es wird, bestätigt, daß die Zuwendung nur zu folgenden – angekreuzten – Zwecken verwendet wird, und zwar zu

- mildtätigen Zwecken (§ 53 Abgabenordnung).
  - kirchlichen oder religiösen Zwecken (§§ 52, 54 Abgabenordnung).
  - wissenschaftlichen Zwecken (§ 52 Abgabenordnung).
  - kulturellen Zwecken im Sinne der Nummer 4  
(nur bei nach § 48 Abs. 4 EStDV anerkannten Körperschaften)
  - als besonders förderungswürdig anerkannten  
gemeinnützigen Zwecken im Sinne der Nummer \_\_\_\_\_
  - Der Verwendungszweck liegt im Ausland.
- } der Anlage 7 Einkommensteuer-Richtlinien

Der zugewendete Betrag wird entsprechend den Angaben des Zuwendenden an die folgende Körperschaft, Personenvereinigung oder Vermögensmasse im Sinne des § 5 Abs. 1 Nr. 9 des Körperschaftsteuergesetzes weitergeleitet, die vom Finanzamt als begünstigte Empfängerin anerkannt ist:

Ort, Datum und Unterschrift

<sup>1)</sup> Diese Bestätigung wird nicht als Nachweis für den Spendenabzug anerkannt, wenn das Datum des Steuerbescheids/Freistellungsbescheids länger als 5 Jahre bzw. das Datum der vorläufigen Bescheinigung länger als 3 Jahre seit der Ausstellung der Spendenbestätigung zurückliegt (BMF vom 15.12.1994 – BStBl I S. 884).

## 4.5.4. Sponsoring (1)

**Sponsoringkonzept** erstellen, dazu:

- Höhe der benötigten Mittel bestimmen
- Werbemöglichkeiten prüfen (Werbeflächen, Fahnenwerbung, Reiterwerbung u.a.)
- Informationsveranstaltung für Presse und potentielle Sponsoren planen
- Angebote für Plakate mit Titelsponsor und Nebensponsoren einholen
- Entscheidung über Pokale / Preise treffen
- Einkleidung des Organisationsausschusses und der Helfer mit gesponserter Kleidung planen
- Angebote zum Programmdruck einholen
- Klärung der Verwendung der Geld- und Sachspenden
- Planung des Dankeschöns an die Sponsoren

## 4.5.4. Sponsoring (2)

Laut Nielsen (Unternehmensberatung) wurden 1995 2,5 Mio. DM durch deutsche Unternehmen für Aufwendungen im Sponsoring eingesetzt.

Jahr	Sportsponsoring In Mio. DM	Kultursponsoring In Mio. DM	Umwelt- / Sozialsponsoring In Mio. DM
1986	400	30	20
1988	800	150	50
1995	1.800	400	300

## 4.5.4. Sponsoring (3)

### Rock und Pop laufen dem Sport im Sponsoring den Rang ab

Sponsoring-Award geht an VW Sound Foundation / Stadionwerbung ausverkauft / Industrie weicht aus

HAMBURG, 26. Oktober (dpa). Ohne zusätzliche Geldquelle geht im Konzertbereich heute nichts mehr: Schon bei der Planung von Tourneen haben die Veranstalter Sponsoren im Auge, wie Jens Michow, Chef des Bundesverbands der Veranstaltungswirtschaft, sagt. „Große Stars sind ohne Sponsoring nicht mehr möglich.“ Zu 20 bis 30 Prozent laufe die Finanzierung solcher Großereignisse über Sponsoring. Und da hat die Szene kaum Probleme, Ansprechpartner in der Industrie zu finden.

Die Rolling Stones werben für ein Bier aus Dresden. Maffay singt unter dem Logo einer nordischen Brauerei. Pur lässt sich von einer Bausparkasse sponsern. Ohne diese Werbung könnten die Eintrittspreise auch nicht so konstant bleiben, meint Michow.

Dabei läuft die Rock/Pop-Szene dem Sport sogar langsam den Rang in der Werbung ab. Michow: „Die Bandenwerbungen in den Stadien sind ausverkauft. Deshalb weicht die Industrie aus.“ Zwar treffe man bei Konzerten weniger Leute als im Sport, aber es entstehe ein wesentlich direkterer Draht, fand das Möllner Marktforschungsinstitut Inra heraus. „Es wird ein extrem hoher Bekanntheitsgrad erreicht, und die Akzeptanz im Publikum

für den Sponsor ist groß“, analysiert Folkert Lammers, Leiter der Sponsoringforschung bei Inra. „Schließlich sorgt der Sponsor dafür, dass der Künstler auf der Bühne steht.“ Eine „Vorreiter-Rolle“ im erfolgreichen Sponsoring, so Michow, hat Volkswagen. Für sein „erfolgreiches und beispielhaft vernetztes Rock/Pop-Sponsoring“ wird die VW Sound Foundation am morgigen Donnerstag sogar mit dem Internationalen Sponsoring Award 99 in München ausgezeichnet. Inra stellte bei einer Umfrage fest, dass das Unternehmen in der Bevölkerung mittlerweile der bekannteste Unterstützer von Rock- und Pop-Konzerten in Deutschland ist. „VW hat sich mit Langfristigkeit und Kontinuität das Image aufgebaut“, meint Lammers. „Das bleibt in den Köpfen hängen.“ VW suchte 1992 mit dem Rock-Projekt Genesis neue Wege im Sponsoring. „Im Sport gibt es einfach sehr viele Konkurrenten“, meint Markus Dück von VW Sound Foundation. Im Rock-Bereich habe man dagegen Aufmerksamkeit auch in Medien gefunden, die sich sonst nicht für VW interessieren. Natürlich habe es Identifikationschwierigkeiten der Stars mit der „bösen Wirtschaft“ gegeben, räumt Dück ein. Und natürlich liege VW daran, sein Image mit Hilfe der Künstler zu verjüngen.

„Aber wir wollen die Bands nicht okkupieren. Die Bühne ist Hoheitsgebiet der Stars.“ Selbst Eric Clapton, sehr kritisch gegenüber kommerzieller Werbung, schwenkte 1998 auf die VW Sound Foundation ein. „Wir setzen uns für junge Bands ein. Da wurde Clapton interessiert“, sagt Dück.

Von Superstar Madonna weiß er, dass sie alles mache. „Man muss es nur bezahlen.“ Für die Rolling Stones musste der Autohersteller einen zweistelligen Millionenbetrag hinlegen. Doch künftig wolle sich VW mit der Sound Foundation mehr für junge Bands als für Topstars engagieren.

Wichtig sei immer, dass Künstler und Produkt zusammenpassen, betont Lammers von Inra. Rockstar Joe Cocker etwa bezeichnete für seine „Sail Away“-Tour 1997 eine Brauerei als „angemessenen Sponsor“. „Ich trinke gern. Außerdem soll sich in Deutschland keiner beschweren. Da gehört Bier doch zu den Grundnahrungsmitteln“, sagte er. Im Umgang miteinander seien Künstler und Industrie in den letzten zehn Jahren immer professioneller geworden, stellte Jens Michow fest. „Allerdings darf man nicht vergessen, dass die Sponsoren Kaufleute sind. Es handelt sich nicht um Mäzenatentum.“

#### 4.5.4. Sponsoring (4)

- **Vorraussetzung für erfolgreiches Sponsoring ist die Übereinstimmung der Ziele des Sponsors mit denen des Gesponserten**

Im Idealfall:

- schließen SG und SN einen Sponsoringvertrag
- sind Sponsoringmaßnahmen auf Dauer angelegt und dienen nicht der einseitigen Erfüllung dringender Bedürfnisse

## 4.5.4. Sponsoringvertrag

zwischen: **Verein/ Veranstalter** .....  
vertreten durch .....  
und: **Firma** .....  
vertreten durch .....  
wird folgender Vertrag geschlossen:

Inhalte: §1 Vertragsgegenstand  
§2 Recheumfang, Rechte und Pflichten  
§3 Vergütungsregelung  
§4 Branchenexklusivität  
§5 Vertragsdauer, Kündigung  
§6 Dokumentation der Leistungen  
§7 Bereitstellung der Werbemittel und Fertigungskosten  
§8 sonstige Bestimmungen  
§9 Inkrafttreten

## 4.5.5. Steuern und Abgaben bei Veranstaltungen

In jedem Falle:

Umsatzsteuer auf Waren und Dienstleistungen  
(19%, 7% ermäßigt)

Anteilig am Gesamtgeschäftsbetrieb:

**Körperschaftsteuer** 2008 (15%)  
auf den Gewinn des Unternehmens / des Vereins  
bei Vereinen Anwendung einer Zweckbetriebsgrenze möglich

**Gewerbesteuer** (verschiedene Sätze)  
und zusätzlich Hebesatz der Gemeinde (z.B. 400%)

**Grundsteuer** (bei Grundstückseigentum)

**Rennwett- und Lotteriesteuer** (bei Tombola/Lotterie)  
(16 2/3% des Nennwertes der Lose sofern mehr als 1.200 DM)

## 4.6. Personalplanung

Die Personaleinsatzplanung (PEP) erfolgt im Rahmen der Zeit- und Terminplanung durch Stundenleistungen bei kleineren Veranstaltungen und mit Manntagen

(8h Arbeit einer Person an einem Tag)

bei größeren und zeitintensiveren Veranstaltungen.

Bei Festanstellung erfolgt oft auch eine Einsatzplanung nach Kalenderwochen.

### 4.6.1. Entlohnungsarten

Falls die Arbeitsleistung, nicht wie im Ehrenamt üblich unentgeltlich oder gegen eine geringe Aufwandsentschädigung erbracht wird, erfolgt die Entlohnung bei Sportveranstaltungen nach folgenden Methoden:

Lohnart	Zeitlohn	Akkordlohn	Prämienlohn
Bemessungsgrundlage	Zeit (Stunden, Schicht, Woche, Monat)	Stück je Zeiteinheit	Objektivierter, wünschenswerter Ausnahmetatbestand (Mehrleistung, bessere Qualität)

## 4.6.2. Entlohnungsgrundlagen

### gesetzliche Grundlagen

- Tarifverträge
- Betriebsvereinbarungen
- Einzelverträge
- Freiwillige Leistungen
- In Zukunft Mindestlöhne?

### Teile des Entgeltes

- Lohn
- Gehalt
- Provisionen
- Tantiemen
- Sachleistungen
- Sonstiges (Urlaubsgeld, Weihnachtsgeld)



### 4.6.3. Lohnsteuer und Abgaben

Bruttoentgelt ist Bemessungsgrundlage für:



- *Lohnsteuer*
- *Sozialversicherungsbeitrag*
- *Kirchensteuer (8 bzw. 9%)*
- *Solidaritätszuschlag (5,5%)*
- *Rentenversicherung (19,9%)*
- *Arbeitslosenversicherung (6,5%)*
- *Pflegeversicherung (1,7%)*

}  
50% Arbeitgeber  
50% Arbeitnehmer

Unabhängig vom Bruttoentgelt:

*Unfallversicherung (Berufgenossenschaft)*

## 4.6.4. Anhaltspunkte für den Personalbedarf

### **Mitarbeiter werden gebraucht für:**

- Auf- und Abbau der Wettkampfstätte
- Moderatortätigkeit / Beschallung
- Schreibarbeiten / Telefondienste
- Betreuung der Sportler, Gäste und VIPs
- Transportarbeiten / Reinigungsarbeiten
- Gastronomische Betreuung, Verkauf von Merchandiseartikeln
- Hilfsarbeiten im Wettkampf und bei der Organisation

## 4.6.5. Bestandserhebung MitarbeiterInnen

Um Personal verplanen zu können, muss zuerst eine aktuelle Personalerhebung durchgeführt werden

Nr.	Position	Anzahl Personen
1	Mitglieder Vorstand / Geschäftsführung	...
2	Erweiterter Vorstand / Assistenz der GF	...
3	Regelmäßige Aufgaben im Übungsbetrieb	...
4	Regelmäßige Aufgaben im Wettkampfbetrieb	...
5	Gelegentliche Helfer im laufenden Betrieb	...
6	Verwaltungsmitarbeiter	...
7	Mitarbeiter in externen Gremien und Sportverbänden	...