

Überschrift 2.1 Autonomie

1. Definition

Autonomie von Sportorganisationen, insbesondere innerhalb der Olympischen Bewegung, bedeutet, dass sie das Recht und die Pflicht haben, die Regeln des Sports unabhängig festzulegen und zu kontrollieren, ihre Struktur und Führung zu bestimmen und Wahlen frei von externen Einflüssen durchzuführen. Dieses Konzept ist in der Olympischen Charta des IOC ([2023](#)) verankert, die betont, dass Sportorganisationen innerhalb der Olympischen Bewegung gleichzeitig ihre Autonomie wahren und die Grundsätze guter Führung anwenden müssen. Regel 25 der Charta hebt die „Unabhängigkeit und Autonomie [jedes internationalen Verbandes] bei der Führung seines Sports“ hervor, und Regel 27.6 verpflichtet die Nationalen Olympischen Komitees, „ihre Autonomie zu wahren und jeglichem Druck jeglicher Art zu widerstehen, einschließlich politischem, rechtlichem, religiösem oder wirtschaftlichen Druck“, der sie an der Einhaltung der Olympischen Charta hindern könnte.

Der Anspruch auf Autonomie ist jedoch kein uneingeschränktes Recht. Die Urteile des Europäischen Gerichtshofs aus dem Jahr 2023 stellten klar, dass Autonomie das Ergebnis einer guten Regierungsführung, erhöhter Transparenz, wirksamen Rechenschaftsmechanismen und einer stärkeren Berücksichtigung der Interessengruppen sein muss und nicht einer völligen Unabhängigkeit oder dem Fehlen externer Kontrollen. Sportorganisationen und die Sportbewegung stehen nicht über dem Gesetz. Autonomie ist das Ergebnis eines laufenden Dialogs zwischen dem Sport und seinem rechtlichen und sozialen Umfeld auf nationaler und supranationaler Ebene. In der Entschließung des Rates ([2021](#)) heißt es: „Eine gute Regierungsführung im Sport ist eine Voraussetzung für die Autonomie und Selbstregulierung von Sportorganisationen und -verbänden im Einklang mit den Grundsätzen der Demokratie, Transparenz, Integrität, Solidarität, Gleichstellung der Geschlechter, Offenheit, Rechenschaftspflicht und sozialen Verantwortung.“

Das Wesen der Autonomie von Sportverbänden liegt darin, Selbstregulierung mit notwendigen, transparenten, verhältnismäßigen und diskriminierungsfreien Regeln in Einklang zu bringen, die ihren Zielen entsprechen, und gleichzeitig Rechtsgrundsätze einzuhalten. Konstruktive Partnerschaften zwischen Sportorganisationen und anderen Einrichtungen sind entscheidend, um die Interessen des Sports zu fördern und seine Missionen zu unterstützen. Diese Zusammenarbeit sollte sich auf die Entwicklung des Sports, die Unterstützung und den Schutz der Athleten, die Bekämpfung von Doping, Manipulation und Korruption sowie die Bekämpfung von Belästigung, Missbrauch oder Gewalt im Sport konzentrieren und gleichzeitig Jugendliche vor kriminellen Aktivitäten schützen.

Sportorganisationen müssen die Konsequenzen ihrer Autonomie berücksichtigen und können Abweichungen vom Gesetz nicht allein mit der „Besonderheit“ des Sports rechtfertigen. Sie müssen nachweisen, dass alle von ihnen auferlegten Einschränkungen für die ordnungsgemäße Durchführung von Sportwettbewerben, die Gewährleistung von Fairplay, die Wahrung des Wettbewerbsgleichgewichts und die Wahrung der Integrität des Sports erforderlich sind. Die Einhaltung gesetzlicher Vorschriften ist unerlässlich, und Sportorganisationen sollten sicherstellen, dass ihre Regeln und Vorschriften mit

umfassenderen rechtlichen Rahmenbedingungen in Einklang stehen, um rechtlichen Herausforderungen vorzubeugen und das Vertrauen der Öffentlichkeit zu wahren.

Auch die finanzielle Autonomie ist für die langfristige Nachhaltigkeit von Sportorganisationen von entscheidender Bedeutung. Die Diversifizierung der Einnahmequellen ist entscheidend, um die Abhängigkeit von einem einzigen oder einer begrenzten Anzahl öffentlicher und privater Akteure zu vermeiden. Dies kann zu Schwachstellen wie unangemessenem Einfluss oder finanzieller Instabilität führen, wenn eine Quelle ihre Unterstützung zurückzieht. Dies kann erreicht werden, indem man sich mehrere Sponsoren sichert, Einnahmequellen aus Merchandise-Verkäufen, Ticketverkäufen, Übertragungsrechten erschließt und Partnerschaften mit verschiedenen Interessengruppen eingeht. Eine breite finanzielle Basis ermöglicht es Sportorganisationen, Konjunkturschwankungen besser zu überstehen und ihre Entscheidungsautonomie zu wahren. Finanzielle Autonomie befähigt Organisationen, in Infrastruktur, Entwicklungsprogramme und Gemeinschaftsinitiativen zu investieren und so Wachstum und Innovation im Sport zu fördern. Darüber hinaus fördert sie mehr Transparenz und Rechenschaftspflicht im Finanzmanagement und schafft Vertrauen bei Interessengruppen wie Athleten, Fans und Sponsoren.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Autonomie von Sportorganisationen ein komplexes Gleichgewicht aus Selbstregulierung, Rechtskonformität, finanzieller Unabhängigkeit und kooperativen Partnerschaften darstellt. Durch die Einhaltung der Grundsätze guter Unternehmensführung und Transparenz können Sportorganisationen ihre Autonomie bewahren und gleichzeitig Integrität, Vertrauen und nachhaltige Entwicklung im Sportsektor gewährleisten.

2. Ideales Szenario

Für NOKs

Sportorganisationen üben ihre Autonomie in sportbezogenen Abläufen und der Verwaltung aus, wie in der Olympischen Charta dargelegt. Diese Autonomie ermöglicht es ihnen, ihre Regeln, Strukturen und Verwaltung ohne externe Einmischung unabhängig festzulegen und zu kontrollieren. Diese Selbstverwaltung wird durch formelle Vereinbarungen wie Kooperationspakte ergänzt, die eine respektvolle und kooperative Beziehung zu Regierungsstellen fördern. Diese Vereinbarungen ermöglichen eine ausgewogene Partnerschaft, die durch offenen Dialog und gegenseitigen Respekt für die unterschiedlichen Rollen und Befugnisse jeder Partei gekennzeichnet ist.

Eine effektive Zusammenarbeit und Koordination zwischen Sportorganisationen und Regierungen ist entscheidend, um sicherzustellen, dass ihre Aktionen für beide Seiten von Vorteil sind und die Autonomie des Sports gewahrt bleibt. Die gemeinsamen Ziele von Regierungen, der Olympischen Bewegung und anderen Interessenvertretern im Sport treiben die gemeinsamen Bemühungen zur Erreichung gemeinsamer Ziele voran. Die Aufrechterhaltung einer ausgewogenen Beziehung erfordert einen kontinuierlichen Dialog und eine kontinuierliche Zusammenarbeit, wobei die Beiträge und Rollen jeder Partei respektiert werden. Dieser kollaborative Ansatz unterstützt die Weiterentwicklung des Sports, hilft den Athleten und wahrt die Integrität sportlicher Wettkämpfe.

Um die finanzielle Nachhaltigkeit zu gewährleisten und einer Abhängigkeit von einer begrenzten Anzahl öffentlicher oder privater Sponsoren vorzubeugen, implementieren Sportorganisationen ein mehrstufiges Sponsoring- und Marketingprogramm mit mehreren Sponsoren. Dieser Ansatz diversifiziert die Einnahmequellen und mindert das Risiko finanzieller Instabilität und unangemessener Einflussnahme. Die Organisation hält sich an bestimmte Richtlinien, wie z. B. eine Richtlinie zu Interessenkonflikten, die ihre Zusammenarbeit mit kommerziellen Partnern bestimmen, während sie gleichzeitig ihre grundlegenden Integritätsprinzipien und -werte aufrechterhält. Indem Sportorganisationen durch dieses diversifizierte Sponsoringmodell ihre finanzielle Unabhängigkeit bewahren, verbessern sie ihre Stabilität und schützen ihre Autonomie.

Für NFs

Der nationale Verband sollte seine Autonomie in sportbezogenen Angelegenheiten im Einklang mit der Olympischen Charta wahren. Der nationale Verband hält hohe Standards der Führung aufrecht, nicht nur als Anforderung der Ministerien für den Umgang mit öffentlichen Geldern, sondern als Grundprinzip. Er muss unangemessenem externen Druck – politisch, religiös oder wirtschaftlich – widerstehen, der seine Einhaltung der Olympischen Charta gefährden könnte. Für seine Unabhängigkeit ist es unerlässlich, eine Finanzierung sicherzustellen, die mit den olympischen Prinzipien vereinbar ist, und Einnahmequellen zu diversifizieren.

Die Förderung der Zusammenarbeit zwischen Sportorganisationen und staatlichen oder nichtstaatlichen Stellen ist von entscheidender Bedeutung, um die Wertschätzung der Fachkompetenz von Sportorganisationen und die Übereinstimmung mit den olympischen Werten sicherzustellen. Eine enge Abstimmung zwischen Sportorganisationen und Regierungsbehörden ist entscheidend, um die sportliche Entwicklung voranzutreiben, Sportler zu schützen, Doping und Korruption zu bekämpfen und die Beteiligung junger Menschen am Sport zu gewährleisten. Diese Zusammenarbeit sollte unter gegenseitigem Respekt für die Zuständigkeit und Verantwortlichkeiten jeder Stelle und ohne unangemessene Einmischung erfolgen.

3. Risiken

- Schwieriges Verhältnis zur öffentlichen Hand bis hin zur Instrumentalisierung des Sports.
- Probleme mit Interessenkonflikten.
- Aufgrund der Abhängigkeit von öffentlichen Mitteln werden Kürzungen für die Organisation zu einer existenziellen Bedrohung.
- Entscheidungen der Regierung, die die Sportpolitik der Sportorganisation untergraben
- Untergrabung der Integrität des Sports und der daran beteiligten Personen.
- Finanzielle Abhängigkeit von einer begrenzten Zahl von Akteuren. Dies führt zu einem Unterordnungsverhältnis und zu Aktivitäten, die nicht mit der Vision und Mission der Sportorganisation im Einklang stehen.
- Mangelnde Kreativität und Eigeninitiative.
- Gefahr für die Entwicklung und Nachhaltigkeit der Sportorganisation
- Schlechte Leistung der Mitarbeiter, Freiwilligen und der Organisation als Ganzes

4. Instrumente und Schlüsselemente

<i>Instrumente</i>	<i>Wichtige Elemente</i>
Strategische Vereinbarung mit öffentlichen Behörden	<ul style="list-style-type: none"> • Klarheit und gegenseitiges Verständnis von Rollen und Verantwortlichkeiten. • Formalisierte Zusammenarbeit auf der Grundlage einer Partnerschaft und einer formellen Vereinbarung – Identifizierung von Bereichen der Zusammenarbeit. • Rechtliche Übereinstimmung der Sportregeln mit nationalem/europäischem Recht. • Verteilung von Subventionen und Fördermitteln an Sportorganisationen. • Anerkennung und Respekt für die Autonomie des Sports.
Sponsoringprogramm	<ul style="list-style-type: none"> • Vielfalt der Sponsoren und Einnahmequellen. • Vielfalt an Sponsoringprogrammen (Lizenzierung, Gastfreundschaft, soziale Verantwortung), abgestimmt auf die Marketingstrategie. • Klare Regeln im Umgang mit Sponsoren (können Teil des Verhaltenskodex sein). • Bestimmungen zu Interessenkonflikten und anderen Integritätsfragen (z. B. Sportwettenunternehmen als Sponsoren). • Verantwortungsvolle Werbung (denken Sie an die Auswirkungen von Werbung für Alkohol und Tabak).
Öffentliche Mittel	<ul style="list-style-type: none"> • Beitrag zur Diversifizierung der Einkommensquellen. • Ermöglicht die Arbeit an spezifischen Politikbereichen/Projektthemen. • Wahrung der Autonomie durch Berücksichtigung etwaiger an die Mittel geknüpfter Bedingungen, die ihre Unabhängigkeit oder Mission gefährden könnten. • Stellen Sie sicher, dass die mit öffentlichen Geldern finanzierten Aktivitäten zu den Gesamtzielen der Organisation beitragen und ihren Interessengruppen zugute kommen. • Führen Sie klare Aufzeichnungen über die Verwendung der Mittel.

5. Beispiele guter Praxis

Beispiel „Strategische Vereinbarung mit Behörden“

Organisation: Europäische Olympische Komitees (EOC)

Beschreibung: Die erneuerte Kooperationsvereinbarung zwischen dem EOC und der EU-Kommission ist ein Wegweiser für ihre Mission, Sport und gesunde Lebensweisen in ganz Europa zu fördern, und zeigt das Engagement für die Zusammenarbeit mit wichtigen institutionellen Partnern der EU in der EU-Politik. Diese Kooperationsvereinbarung erstreckt sich bis Ende 2027 und umfasst zentrale Ereignisse

wie die 4. Europaspiele in Istanbul, die Europas zentrale Rolle im globalen Sport stärken werden, sowie vier Ausgaben des Europäischen Olympischen Jugendfestivals (EYOF). Mit der Kooperationsvereinbarung verpflichten sich das EOC und die EU-Kommission zum regelmäßigen Austausch über Themen, die für den europäischen Sport von Belang sind, und formalisieren ihre Partnerschaft zu für beide Seiten vorteilhaften Themen.

Weitere Informationen: [EOC und EU-Kommission unterzeichnen Kooperationsvereinbarung - EOC EU-Büro \(eurolympic.org\)](#)

Beispiel „Patenschaftsprogramm“

Organisation: Internationales Olympisches Komitee (IOC)

Beschreibung: Wie in der Olympischen Charta festgelegt, ist die Autonomie der olympischen Bewegung angehörenden Sportorganisationen eines der Grundprinzipien des IOC. Mit den 15 Empfehlungen der Olympischen Agenda 2020+5 hat das IOC dieses Engagement weiter gestärkt. Empfehlung 15 bezieht sich direkt auf „Innovative Modelle zur Einnahmegenerierung“. Diese Empfehlung betont die Notwendigkeit, wichtige Grundprinzipien, die den kommerziellen Programmen des IOC zugrunde liegen, zu untersuchen, zu stärken und zu validieren, um sie auch in Zukunft weiterzuentwickeln. Als Reaktion auf eine sich rasch verändernde Medien- und Handelslandschaft erkennt das IOC die Notwendigkeit an, seine kommerziellen Strategien anzupassen, um einen gegenseitigen Nutzen für die Olympische Bewegung und ihre Partner sicherzustellen. In der Vergangenheit hat das IOC den Betrieb und die Verwaltung bestimmter Einnahmeprogramme wie das weltweite TOP-Programm und die Übertragungsrechte zentralisiert, um Effizienz und Mehrwert zu schaffen. Aufbauend auf diesem Ansatz führte die Olympische Agenda 2020 zur Schaffung eines globalen Lizenzierungsprogramms und einer Marketingallianz mit dem IPC, die ab dem 1. Januar 2021 in Kraft tritt. Um die Vorteile für alle olympischen Interessenvertreter weiter zu optimieren, plant das IOC, dieses zentralisierte Modell auf die Geschäftstätigkeit des Hospitality-Sektors auszuweiten. Darüber hinaus wird das IOC seine Einnahmequellen über traditionelle Kanäle wie Rundfunk, Sponsoring und Lizenzierung hinaus weiter diversifizieren, einschließlich der Schaffung neuer Immobilien.

Weitere Informationen: [Olympic-Agenda-2020-5-15-recommendations.pdf \(olympics.com\)](#)

Beispiel „Patenschaftsprogramm“

Organisation: Internationales Olympisches Komitee (IOC)

Beschreibung: Das IOC hat ein spezielles Sponsoringprogramm eingeführt, das der Organisation verschiedene Einnahmequellen bietet und sie so von der Abhängigkeit von einem einzigen Finanzpartner befreit. Sponsoring macht etwa 30 % der Einnahmequellen des IOC aus, die über die gesamte Olympische Bewegung verteilt werden.

Diese Strategie wird auf verschiedenen Ebenen umgesetzt. Auf weltweiter Ebene ist das Olympic Partner (TOP) -Programm die höchste Stufe des olympischen Sponsorings und bietet Sponsoren exklusive weltweite Marketingrechte für die Olympischen Sommer-, Winter- und Jugendspiele. Das IOC hat diese Verträge mit multinationalen Unternehmen ausgehandelt, die in der Lage sind, direkte finanzielle Unterstützung, Sponsorendienste oder Fachwissen für die Durchführung der Spiele bereitzustellen. Diese TOP-Partner erhalten exklusive globale Marketingrechte und -möglichkeiten innerhalb ihrer jeweiligen

Produktkategorien. Das TOP-Programm läuft über einen Zeitraum von vier Jahren und unterstützt die Organisationskomitees der Olympischen Spiele und Olympischen Winterspiele, die NOKs und das IOC

Gleichzeitig hat das IOC klare Regeln definiert, die es den Organisationskomitees der Olympischen Spiele (OCOGs) und den NOKs erlauben, ihre eigenen kommerziellen Programme zur Unterstützung der Durchführung der Spiele oder ihrer nationalen Aktivitäten zu verwalten. Diese Programme dürfen jedoch nicht in Konkurrenz zu den TOP -Sponsoren stehen. Programm .

Weitere Informationen:

<http://www.olympic.org/sponsors>

<http://www.olympic.org/ioc - Finanzierung - Einnahmen - Quellen - Verteilung>

[IOC-Marketing-Fact-File.pdf \(olympics.com\)](#)

[IOC – Finanzierung \(olympics.com\)](#)

Beispiel „Öffentliche Mittel“

Organisation: European Athletics

Beschreibung: Die Agentur für die Entwicklung der Leichtathletik in Europa (ADAE) wurde gegründet, um Projektvorschläge für EU-Fördermittel zu erleichtern und Projekte im Auftrag von European Athletics – mit Sitz außerhalb der EU in der Schweiz – und seinen Mitgliedsverbänden zu leiten. Die ADAE, ein internationaler nichtstaatlicher und gemeinnütziger Verein, unterstützt die europäischen Leichtathletikverbände bei der Förderung und Entwicklung der Leichtathletik in ganz Europa. Zu ihren Aufgaben gehört die Förderung freiwilliger Aktivitäten im Sport, sozialer Inklusion, Chancengleichheit und des Bewusstseins für die gesundheitlichen Vorteile körperlicher Betätigung. Die Agentur setzt sich auch für Fairplay und ethische Werte im Sport ein und bekämpft grenzüberschreitende Bedrohungen wie Doping, Gewalt, Intoleranz und Diskriminierung. Darüber hinaus unterstützt die ADAE European Athletics und seine Mitgliedsverbände bei ihren Interaktionen und Projekten mit europäischen Institutionen wie dem Europarat, der Europäischen Union und der Europäischen Kommission. Trotz der Komplexität, die oft mit dem Zugang zu europäischen Fördermitteln verbunden ist, insbesondere für Sportvereine oder -verbände, zielt die ADAE darauf ab, diese Möglichkeiten mit europäischen Leichtathletikentwicklungsprojekten zu verbinden. Weitere Informationen dazu, wie die ADAE helfen kann, finden Sie in einer Broschüre, die zum Download bereitsteht.

Weitere Informationen: [EU-Förderprogramm](#) | [European Athletics \(european-athletics.com\)](#)

Beispiel „Partnerschaftsprogramm“

Organisation: Sport New Zealand – öffentliche Einrichtung

Beschreibung: Dieser Leitfaden bietet Sportorganisationen einen Rahmen, um wertvolle kommerzielle Partnerschaften zu sichern, zu entwickeln und aufrechtzuerhalten, wobei ein flexibler Ansatz betont wird, der an spezifische Bedürfnisse und Erfahrungen angepasst werden kann. Er ist als Ergänzung zu anderen Quellen für Sponsoring-Expertise konzipiert, darunter Berater, Vorstandsmitglieder und Erkenntnisse aus

anderen Sportarten. Der Leitfaden gilt allgemein für alle kommerziellen Partner, ob Sponsoren oder Geldgeber, und definiert einen „Sponsor“ als jede Einheit, die Gelder im Austausch für das Recht bereitstellt, mit einem Sportverband oder dessen Vermögenswerten in Verbindung zu treten. Diese Vermögenswerte, die als „Eigentum“ bezeichnet werden, umfassen Wettbewerbe, Veranstaltungen, Teams, Athleten, Veranstaltungsorte und Websites. Im Kontext von Neuseeland, wo Unternehmen über erhebliche Marketingbudgets verfügen und Sponsoring zunehmend als Marketinginstrument nutzen, besitzen Sportorganisationen zahlreiche Vermögenswerte mit Sponsoringpotenzial. Während einige Organisationen jedoch erhebliche Einnahmen aus Sponsoring erzielen, fehlt vielen ein strategischer Ansatz, da sie sich oft auf persönliche Kontakte verlassen. Da große Sponsoren immer anspruchsvoller werden, verlangen sie ein klares Preis-Leistungs-Verhältnis, einzigartige Möglichkeiten und eine starke Ausrichtung zwischen ihrer Marke und dem Sporteigentum. Effektives Sponsoring ist nicht nur finanzielle Unterstützung; Ein guter Sponsor kann die Markenbekanntheit und den langfristigen Wert über die anfängliche Investition hinaus steigern. Erfolgreiche Sponsoringbeziehungen erfordern erhebliche Investitionen und Engagement beider Parteien, wobei Sponsoren finanzielle Mittel und Managementunterstützung bereitstellen, während Sportorganisationen sicherstellen müssen, dass sie solide Dienstleistungen und Systeme anbieten, um dem Sponsor einen Mehrwert zu bieten.

Weitere Informationen: [Kommerzielles Sponsoring und Partnerschaft | Sport New Zealand – Ihi Aotearoa \(sportnz.org.nz\)](#)

6. Schritte zum nächsten Level

Zur Ebene 2 ★★ „Beginnend“	Zur Ebene 3 ★★★ "Entwicklung"	Zur Ebene 4 ★★★★ "Gegründet"	Zur Stufe 5 ★★★★★ "Eingebettet"
<ul style="list-style-type: none"> Verstehen Sie die Autonomie als Produkt sportlicher, finanzieller, rechtlicher, politischer und technologischer Unabhängigkeit. Bewerten Sie die Autonomie der Organisation im Lichte der geltenden Gesetze und Vorschriften und besprechen Sie dies bei der nächsten Vorstandssitzung. Identifizieren Sie relevante 	<ul style="list-style-type: none"> Treffen Sie Bestimmungen, die Entscheidungsprozesse festlegen, Grenzen zwischen der Organisation und externen Interessengruppen abstecken und Mechanismen zum Schutz vor ungebührlichem Einfluss in den strategischen Dokumenten Ihrer Organisation skizzieren. So zeigen und gewährleisten Sie, dass Ihre Organisation 	<ul style="list-style-type: none"> Treffen Sie Bestimmungen, die Entscheidungsprozesse festlegen, Grenzen zwischen der Organisation und externen Interessengruppen abstecken und Mechanismen zum Schutz vor ungebührlichem Einfluss in den strategischen Dokumenten Ihrer Organisation skizzieren. So zeigen und gewährleisten Sie, dass Ihre 	<ul style="list-style-type: none"> Treffen Sie Bestimmungen, die Entscheidungsprozesse festlegen, Grenzen zwischen der Organisation und externen Interessengruppen abstecken und Mechanismen zum Schutz vor ungebührlichem Einfluss in den strategischen Dokumenten Ihrer Organisation skizzieren. So zeigen und gewährleisten Sie, dass Ihre

<p>öffentliche Amtsträger/Vertreter und vereinbaren Sie informelle Treffen.</p> <ul style="list-style-type: none"> Analysieren Sie die verschiedenen Einnahmequellen in Ihrer Organisation und prüfen Sie Optionen zur Diversifizierung der Einnahmequellen und zur potenziellen Sicherung von Sponsoring oder dem Zugang zu öffentlichen Mitteln. Stellen Sie sicher, dass die Verfassung keine Hindernisse für die Autonomie enthält, und lassen Sie sie gegebenenfalls aktualisieren. 	<p>autonom ist und unabhängig agieren kann.</p> <ul style="list-style-type: none"> Lassen Sie die Sportregeln Ihrer Organisation rechtlich prüfen, um festzustellen, ob diese mit dem nationalen Recht vereinbar sind. Listen Sie sportbezogene Politikbereiche auf, an denen Ihre Organisation und die Regierung ein gemeinsames Interesse haben. Listen Sie Beamte oder Parlamentsabgeordnete auf, die direkt mit Sport zu tun haben. Bauen Sie informelle Kontakte zu diesen Vertretern auf. Besprechen Sie während einer Vorstandssitzung die verschiedenen Arten von Sponsoringvereinbarungen (neben Subventionen von übergeordneten Sportverbänden), die Ihre Organisation abschließen möchte. Stellen Sie sicher, dass alle Sponsoringvereinbarungen durch 	<p>Organisation autonom ist und unabhängig agieren kann. Überwachen und bewerten Sie, ob diese Bestimmungen eingehalten werden.</p> <ul style="list-style-type: none"> Stellen Sie sicher, dass alle Mitarbeiter und Vorstandsmitglieder über das Ausmaß der Autonomie und deren Auswirkungen auf ihre täglichen Aufgaben informiert und geschult werden. Schließen Sie mit den zuständigen öffentlichen Stellen eine formelle Kooperationsvereinbarung ab, um die Zusammenarbeit zwischen beiden Stellen zu formalisieren. Diese Vereinbarung enthält einen Verweis auf die Autonomiebereiche Ihrer Organisation (z. B. Spielregeln, Wahl der Funktionäre), die Identifizierung von Bereichen 	<p>Organisation autonom ist und unabhängig agieren kann. Überwachen und bewerten Sie, ob diese Bestimmungen eingehalten werden.</p> <ul style="list-style-type: none"> Stellen Sie sicher, dass alle Mitarbeiter über das Ausmaß der Autonomie und die Auswirkungen auf ihre täglichen Aufgaben informiert und geschult werden. Schließen Sie eine formelle Vereinbarung mit der Regierung ab oder verfeinern Sie die bestehende strategische Vereinbarung, um Rollen, Pflichten und Verantwortlichkeiten klar zu definieren. Diese Vereinbarung sollte Verweise auf die Rolle Ihrer Organisation innerhalb der nationalen Strategie für den Sport sowie auf die Unterstützung enthalten, die die Regierung Ihrer Organisation zu
--	---	--	---

	<p>schriftliche und unterzeichnete Verträge formalisiert werden.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Informieren Sie sich über öffentliche Mittel und Zuschüsse, die dem Sport gewidmet sind oder bei denen Sport ein Mittel zur Erreichung des öffentlichen Interesses sein kann. • Entwickeln Sie Richtlinien, die das Bekenntnis der Organisation zur Autonomie sowie Vorkehrungen gegen Einmischung, Korruption und Bestechung sowie Richtlinien zur Annahme von Geschenken klar umreißen. • Erstellen Sie einen Verhaltenskodex und ein Register zu Interessenkonflikten für alle Vorstandsmitglieder. 	<p>gemeinsamen Interesses und eine klare Aufteilung der Kompetenzen und Aufgaben.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bauen Sie regelmäßige Kontakte zu öffentlichen Amtsträgern auf, die direkt mit dem Sport zu tun haben oder ein klares Interesse am Sport haben. • Bestimmen Sie einen Mitarbeiter oder Vertreter Ihrer Organisation als verantwortliche Person für den Kontakt mit Behörden (z. B. Public Affairs Manager, Government Relations Manager). • Verfeinern Sie Ihr Sponsoringprogramm mit dem Ziel, die Sponsoren zu diversifizieren und die Finanzierungsquellen zu konsolidieren. Dieses Programm sollte eine Reihe potenzieller Vereinbarungen für verschiedene Aktivitäten (Lizenzierung, Gastfreundschaft, 	<p>gewähren verpflichtet ist.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Treffen Sie entsprechende Vorkehrungen, um sicherzustellen, dass Ihre Regeln mit nationalem und/oder europäischem Recht vereinbar sind. • Verfeinern Sie Ihr Sponsoringprogramm zu einem formellen, mehrstufigen Programm, das verschiedene Möglichkeiten für Sponsoringverträge für eine Vielzahl von Aktivitäten (Lizenzierung, Gastfreundschaft, soziale Verantwortung usw.) bietet. Stellen Sie sicher, dass Ihr Sponsoringprogramm direkt mit anderen strategischen Dokumenten wie der Marketingstrategie, dem Verhaltenskodex oder der Richtlinie zu Interessenkonflikten verknüpft ist oder mit diesen im Einklang steht.
--	---	---	---

		<p>soziale Verantwortung usw.) umfassen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bewerten Sie regelmäßig mögliche Interessenkonflikte mit aktuellen oder potenziellen Sponsoren. • Priorisieren Sie während einer Vorstandssitzung die Bereiche für den Zugang zu öffentlichen Mitteln oder Zuschüssen und ermitteln Sie die am besten geeigneten Bereiche für eine Beantragung. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nehmen Sie den Umgang mit kommerziellen Partnern in den Verhaltenskodex und die Richtlinie zur Interessenkonflikte der Organisation auf. • Gehen Sie strategisch mit öffentlichen Mitteln um, von denen Sportorganisationen profitieren können oder mit denen Sport als Mittel zur Erreichung des öffentlichen Interesses eingesetzt werden kann. Spezifische Projekte zur Förderung körperlicher Aktivität, Inklusion, Gesundheit oder Infrastruktur können davon profitieren. Achten Sie auf die Bedingungen, die an die Mittel und Zuschüsse geknüpft sind.
--	--	---	---