

#unsereHertha

Entwurf – Eckpunkte Programm Tim Kauermann – *Mit Herz und Verstand*

- **Kommunikation ist wichtig, Inhalte sind wichtiger**
- **Sportlicher Erfolg braucht Ruhe – Wir müssen gemeinsam besser arbeiten, um weniger Angriffsflächen zu bieten.**
- **Auch wenn er zu Recht im Fokus des Vereins steht: Hertha BSC ist weit mehr als der rein sportliche Erfolg der Profimannschaft.**
- **5 Säulen: Unsere Werte, Erlebnisse, Heimat, Zukunft ... unsere Hertha!**

Disclaimer: Dies ist kein emotionaler Kampagnenaufwurf zur Wahl. Es ist mir wichtig, ein stichpunktartiges Programm zu zeigen, das meine aktuelle Einschätzung mit natürlich nur begrenztem Wissen aller Umstände widerspiegelt. Ich hoffe, es zeigt Denkansätze auf, ohne dass diese den Anspruch auf Vollständigkeit oder Endgültigkeit erfüllen. Manche Dinge lassen sich durch Gespräche mit aktuell Verantwortlichen oder direkt Betroffenen ggf. leicht beantworten / lösen oder führen zu Folgethemen, die es dann zu durchdenken gilt. Ich freue mich dabei auf die gemeinsame Weiterentwicklung der Themen und das Lösen bestehender und kommender Herausforderungen.

- Funktionierende Hertha
pragmatisch einzelne Probleme angehen und optimieren
- Ehrliche Hertha
Eine Vision ja, aber keine Traumschlösser. Realitätssinn und verantwortliches Abwägen, strategisches, nachhaltiges Handeln und erklärendes Kommunizieren – in alle Richtungen (betrifft auch die Feedback- & Debattenkultur).
- Offenerere Hertha
Präsidium, Geschäftsstelle, Mitglieder & Fans, Stadt & Region –
Wir sind zielstrebig, bleiben dabei stets offen für konstruktive Anmerkungen und freuen uns über Unterstützung (betrifft auch die Feedback- & Debattenkultur).

Mit der Mischung aus kreativem, wirtschaftlichem Denken bei gesellschaftlichem Verantwortungsbewusstsein und lokaler Vernetzung bin ich der Überzeugung, hier einen Beitrag leisten zu können. Es gilt, die richtigen Weichen zu stellen, Schwerpunkte zu setzen und gleichzeitig Kleinbaustellen nicht unnötig zu vernachlässigen. Dies geht nur auf der Grundlage, Hertha vereinen zu wollen und durch das Vorleben und Mitgestalten einer neuen Führungs-/Feedback- und Debattenkultur mit Herz und Verstand.

Konkretes hierzu vorab:

- Vorleben und Einfordern einer neuen teamfördernden Führungskultur.
- Damit einhergehende Anpassungen in der Geschäftsstelle im Zusammenhang mit der bevorstehenden Neusortierung für die Zeit nach Ingo Schiller.
- Geschäftsordnung des Präsidiums:
Erweiterung des Ausschusses für Mitgliederangelegenheiten um den Schwerpunkt interne & externe Kommunikation (*alternativ: separater Ausschuss tbd.*).

Im Idealfall vereint ein neues Präsidium breit gestreute Verwurzelungen in der Fanszene, eine gewisse Konstanz und sowohl wirtschaftliche, politische und strategische als auch kommunikative Kompetenzen neben einem Gespür für die sportliche Entwicklung.

Unsere fünf Säulen

#unsereHertha, #unsereWerte #unsereErlebnisse #unsereHeimat #unsereZukunft

1. Gemeinsam / Miteinander

#unsereHertha #GemeinsamHertha

Nur gemeinsam sind wir wirklich stark. Natürlich gibt es Zielkonflikte und dabei auch unvermeidliche Kontroversen, aber wenn die Interessen des Vereins immer wieder in den Vordergrund gestellt werden und ein wertschätzendes Miteinander vorherrscht, kann gemeinsam am meisten erreicht werden.

Wertschätzung, Diskussionskultur, Abschiedskultur, Willkommenskultur, Kommunikation insbesondere mit den Mitgliedern & gemeinsame Problemlösung.

- Hertha steht über den Dingen ... und ist dennoch nicht wichtiger als du.
Wir akzeptieren unterschiedliche Interessen und Ansichten und es gilt, sie mit einzubeziehen. Im Fokus steht jedoch, dass alles im Interesse von Hertha stattfinden muss. Wer sich wichtiger nimmt als den Verein, der darf das für sich allein tun – aber ohne Hertha zu schaden.
- Mehr Erläuterungen für Interessierte
Sei es auf der MV, in der Einladung, per Hertha TV, bei Stammtischen, OFC-Treffen, virtuellen Runden für Exil-Herthaner oder durch die persönliche Präsenz außerhalb der Ehrenhalle: Wir kommunizieren auch Einzelprojektstände, zeigen, wo nötig, Zielkonflikte offen auf und begründen unsere Entscheidungen transparenter, ohne sensible Details nach außen zu tragen.
- Mehr Mitgliederumfragen
Einladungen zu mehr digitalen Abstimmungen / zu Meinungsumfragen bzw. Stimmungsbarometern. Unkompliziert per Social Media, aber auch für Schwerpunkte vereinzelt z.B. mit dem Geburtstagsgruß oder Versand der

Einladung zur MV. Insbesondere zu Marketingthemen, gewünschter Schwerpunktsetzung, erhofftem Engagement etc.

- Sponsoring-Partnerschaften verbessern
 - Wertschätzung statt reiner Transaktion. Wie können wir helfen? Welche Zusatzbausteine können wir anbieten? Bessere Nachbetreuung durch Rundgänge, Vernetzung, Erlebnisse. Offener Kommunikation zur beidseitig bestmöglichen Ausnutzung der Sponsoringmöglichkeiten.
Einfaches Beispiel: Mitgliedervorteile aktuell nicht mal auf der Mitgliederseite. Gibt es gerade keine? (Cosy Wasch, Kieser Training sind 1892-Partner. Gibt es Rabatte für Mitglieder? Nicht ersichtlich.)
 - Abgestimmte Sponsorenspieltage mit inhaltlichen Schwerpunkten, im Idealfall Eingebungen in die Themenspieltage (siehe auch CSR).
- Einfache Fehler vermeiden / abstellen, gern auch durch Mitdenken über den eigenen Aufgabenbereich hinaus.
Einfache Beispiele:
 - Abschied der Spieler (ordentlicher Abschied von Stark schwierig, aber dennoch notwendig) + (Stark, Klünter, Nils Körber einzeln angekündigt und jeweils heißt der Link „Abschied Stark“. Unnötig, da einfach vermeidbar.)
 - Aufstiegsfeier Hamburg. Königs Pilsener (gehört zu Bitburger) statt Berliner Kindl (unser Partner). Wirklich notwendig oder unnötiger Detailfehler?

2. Wofür stehen wir – CSR.

#unsereWerte #ethikkodex

Die gesellschaftliche Bedeutung von Hertha BSC liegt mir persönlich sehr am Herzen, weil sie – in all ihren Facetten – das wirklich Wichtige ist, was Hertha BSC bewirkt. Dazu tragen unterschiedlichste persönliche Erinnerungen an gemeinsame Erlebnisse eines jeden maßgeblich bei, ebenso aber für manche der Mehrwert geordneter Rituale im eigenen Leben als Anker in schweren Zeiten. Da geht es um sportliche Betätigung als physischen und psychischen Gesundheitsfaktor, es geht darum, im Team zu denken, Verantwortung – auch für andere – zu übernehmen, auf Missstände hinzuweisen und diese anzugehen, Menschen aller Altersklassen, mit einem anderen Hintergrund oder einer anderen Herkunft kennen und schätzen zu lernen oder es geht um die Motivation, überhaupt rauszugehen und soziale Kontakte zu pflegen. Hertha BSC ist weit mehr als der rein sportliche Erfolg der Profimannschaft, auch wenn dieser natürlich für uns essenziell ist.

Wofür stehen wir und wofür setzen wir uns ein?

- Unseren Ethikkodex leben und fördern.
- Gesellschaftliche Verantwortung:
 - Wir fördern (Fan-)Aktionen unserem Ethikkodex entsprechend (1892hilft, Aktion Herthakneipe, „Spendet Becher, Rettet Leben“, „Für Pauline“ DKMS-Aktion etc.) und tragen die Botschaften nach innen und außen.
 - Gemeinsam mit Werbepartnern klären wir z.B. über Alkoholsucht, Zigarettensucht, Drogensucht, Spielsucht, Nachhaltigkeit, Gewalt auf.

- Fankultur
 - Insbesondere hier ist die Rückkehr zu einem offeneren und gegenseitig wertschätzenden Austausch entscheidende Grundlage für ein erfolgreiches Miteinander.
 - Hier wird vieles richtig gemacht und nicht nur die sensationellen Choreografien der Ostkurve zeigen dies immer wieder in beeindruckender Form. Es gilt die weitere Stärkung der vielfältigen Facetten der Fankultur.
 - Regeln einhalten, diese aber auch weiter zu hinterfragen und für Anpassungen kämpfen. Manchmal gilt es, dabei auch Widersprüche auszuhalten und als Verein klare Grenzen dahingehend zu ziehen, was nicht nur verboten, sondern von allen aufs Schärfste verurteilt wird (z.B. Leuchtraketen & laute Knallböller versus sicherere Alternativen von Pyrotechnik und kontrolliertem Abbrennen).
Hier bedarf es des aktiven anhaltenden Austausches mit der Fanszene, den Sicherheitsbehörden, dem DFB und der DFL.

- Breitensport

Die Förderung sollte nicht nur als Zweck in unserer Satzung stehen, sondern ein Kernstück sein. Sie bedeutet einen Mehrwert für die Gesellschaft, der sich auch direkt oder indirekt positiv für uns auswirkt. Wie und warum der Sport nicht nur gesundheitlich eine Bereicherung ist, gilt es, zusammen mit dem BFV, dem LSB und anderen, weiter auszuarbeiten und nach außen zu tragen.

- Nachwuchs

Vorbildrolle auch mit und gegenüber den Freizeitvereinen der Stadt, Abschiedskultur, Stärkung Herthaner Nachwuchsspieler /-rückkehrer (kleiner Bonus z.B. über Social Media / Vermarktung, aber mit Grenzen)

- Nachhaltigkeits-Zertifizierung + Maßnahmen zur Verbesserung des 2020 erstellten CO2-Fußabdrucks weiter vorantreiben.
 - Verbesserungspotenziale aus der Zertifizierung in zumutbaren Schritten umsetzen
 - Aufmerksamkeit erhöhen (z.B. durch Aktionen / Thementage / Social Media)
 - Ideenworkshop /-Umfrage abhalten für einfache Beiträge & Zeichen, z.B.:
 - Fahrradspieltag
 - Mehrwert von Literbechern aufzeigen / anbieten

3. Spieltage +

#unsererlebnis #unsertag

Die wenigen Berührungspunkte, die die meisten mit dem Verein haben, sollten – wirtschaftlich vertretbar – bestmöglich gestaltet werden. Hier gibt es viele kleine Optimierungsmöglichkeiten und deutlichen Raum für Verbesserung, den es gemeinsam zu nutzen gilt.

Schlagwörter:

Bier, Toiletten, Eingangspulk vor den Toren, Programmanpassungen in und ums Stadion gemeinsam, insb. mit der aktiven Fanszene, erarbeiten, Sonderspieltage (DKMS, Spendet Becher, Rettet Leben (Becher-Spenden in Abstimmung mit dem FKO und den HB98 ggf. dauerhaft ermöglichen), ggf. eben auch Themenspieltage siehe CSR & Sponsoren.

- Statt Preisreduzierungen in den Raum zu werfen lieber z.B. 1 € pro Besucher pro Spieltag für ein besseres Erlebnis am Spieltag investieren. Mit 40.000 € kann man viele Zapfanlagen bedienen.
- Lösungen statt Probleme: Bierwagen / Toiletten etc. schon lange bekannt als Problem. Welche Lösungsansätze gibt es zur Optimierung der Getränkeausgabe:
 - Zapfhähne kaufen?
 - bargeldlose Kassen?
 - Nur Passenzahler von Aktionen (z.B. 5 Bier = 20€)?
 - Bier und Softgetränke getrennt?
- Speisen- und Getränkeangebotsvielfalt: Fokus bleibt die Stadionwurst & das Bier bzw. klassische Softgetränk und dennoch sollte die Vielfalt der Stadt im Außenbereich für interessierte zugänglich gemacht werden. (ggf. spieltagbezogenes Local Street Food Fest o.ä. – in Abstimmung mit Werbepartnern)
- Olympiastadion vorm Rasentausch: Fanszene / Mitgliedern / Sponsoren am letzten Spieltag vor dem Austausch vereinzelt kontrollierten Zutritt zum Rasen ermöglichen (falls mit dem Mietvertrag vereinbar)
- Webseite & App
 - mehr Klarheit & Vollständigkeit (z.B. Beachsoccer + Beachvolleyteam, Mitgliederbereich erweitern: Organigramm, offizielles Protokoll der MV)
 - Mitgliederbereich: Welche Vorteile haben Mitglieder?
 - Inklusiver: Aufstellung in der App – Ersatzspieler besser lesbar machen
 - div. einfache Fehlerbehebungen (Geisel ist nicht mehr Senator für Inneres und Sport)
- Kids4free Aktion ggf. optimieren, aber gern fortsetzen
- Ist eine sozial verträgliche Preisgestaltung gegeben? Ggf. sind die Sprünge zu groß? Preissprünge von Platzkarte zu VIP sehr groß, ggf. sind hier unnötige Potenziale vergeben, die zur Querfinanzierung günstigerer Karten beitragen könnten? Wo gibt es nutzbare Kapazitäten? Parken / Freifläche / eigene Bezahlbar als Mehrwert für Platzkarte+.

4. Verwurzelung in Berlin (& Brandenburg)

#unsereheimat

Größere Verwurzelung in der Stadt, die viel zu bieten hat.

Mein Berliner Netzwerk ist dabei sicherlich hilfreich, aber natürlich auch nur ein Baustein in einer so bunten und vielseitigen Stadt, weshalb es auch hier gilt, nicht nur die Gremien und die bereits aktive Fanszene, sondern alle interessierten Mitglieder und noch Nichtmitglieder zu animieren, entsprechend mitzuwirken.

- Kieztrainings
- Stärkung der Charity-Verwurzelung inkl. 1892 hilft, Berliner Straßen Cup, Aktion Hertha Kneipen
- Vorbildfunktion gegenüber den Freizeitvereinen (Ja, die guten Spieler gehen zu uns und das ist für alle ok so. Anstand geht dabei vor, auch wenn wir dem Verein ggf. 300 € mehr für das Abwerben bezahlen als zwingend notwendig).
- Mitgliederbenefits
Z.B. eine neue / einfache Möglichkeit des einseitigen Benefits für Hertha-Mitglieder. Webseitenverlinkung im Mitgliederbereich mit Info zum Rabattangebot (z.B. 5% Rabatt, ein Freigetränk o.ä.) beim Hertha-Supporter. Gibt es bei aktuellen 1892 Partnern (Cosy Wash, Kieser Training etc.) für Mitglieder Rabatt? Das könnten einfacher viele Anbieter der Region ermöglichen.

5. Unsere Zukunft:

#unsereZukunft #50+1 #Wirtschaftlichkeit #Stadion #Vision #Frauenmannschaft etc.

Unsere Zukunft hat viele essenzielle Themen, aber auch Bereiche, bei denen es wichtig ist, die weitere Vision zu schärfen und Antworten auf noch unklare Fragen Stück für Stück zu erarbeiten. Die Prozesse müssen aber weiter vorangetrieben werden.

- 50+1 nicht nur auf dem Papier sicherstellen! Über indirekte Druckmittel, juristische Fallstricke oder persönliche Einflussnahme ins Tagesgeschäft kann die Absicht hinter der 50+1 Regel auch faktisch übergangen werden (die wohl wichtigste Aufgabe, da ggf. nicht wieder korrigierbar).
- Wirtschaftlichkeit:
 - Hohe Ausgaben reduzieren oder durch entsprechenden Mehrwert rechtfertigen. Entweder es ist eine Investition mit absehbarem Return on Invest oder die Qualität ist deutlich höher und gewollt.
 - Einnahmen u.a. durch spürbaren Mehrwert und wertschätzende Zusammenarbeit mit den Partnern steigern.

- Neue mit unserem Vereinszweck kompatible Einnahmenmodelle prüfen und ggf. verstärkt implementieren (z.B. ESport, Affiliate-Marketing, internationale Vermarktung etc.).
- Blau-Weißes Stadion:
 - Mitglieder entscheiden am Ende
 - klares Ziel: gemeinsame, wirtschaftlich tragfähige Lösung in Berlin, möglichst im Olympiapark
 - klare Ansprechpartner seitens Hertha BSC
- Fortschreiben des Ethik-Kodex und gemeinsame Mitglieder-Workshops zur Fortführung der Hertha-Vision & damit verbundenen Schwerpunktsetzung. Wir wollen in Zukunft wieder europäisch spielen. Wofür wollen wir noch stehen?
- Frauenfußball – Hertha BSC Frauenfußballabteilung das Ziel ?!
Fortführung der Kooperation mit Turbine Potsdam. Stärkung der eigenen Präsenz im Frauenfußball & tiefergehende Analyse möglicher Potenziale. Gewünschte Zielsetzung mit den Mitgliedern näher definieren.
- Digitalisierung:
Natürlich auch ein wichtiger Bestandteil von Hertha BSC, dabei gilt es jedoch auch stets, die Inklusion im Auge zu behalten und gelebte Traditionen nicht unnötig allumfänglich abzuwürgen.
 - Mitgliederversammlungen sollten von Mitgliedern auch online verfolgt werden können.
 - Tickets sollten digitalisiert werden und dennoch müssen Wege bestehen bleiben sie auch ausdrucken oder sich zuschicken lassen zu können.
- Mitgliederabstimmung: Satzungsänderung gewünscht?
Sollten alle Herthaner zumindest digital & live abstimmen können oder nur anwesende Mitglieder? Hertha-Mitglieder sind für mich nicht nur die, die kommen. Ja, das birgt Risiken. Darüber gilt es aufzuklären, damit umzugehen und, wo möglich, entgegenzuwirken. Ein erster Schritt ist für mich hierzu eine zielgerichtete Umfrage zur aktuellen Meinung und den damit verbundenen Sorgen. Am Ende braucht es so oder so eine 75 % Mehrheit der anwesenden Mitglieder, hier sollte ein gemeinsamer Austausch zur informierten Meinungsbildung ermöglicht werden.

Wieso taucht die Profi-Mannschaft im Programm nicht wirklich auf?

Es ist Absicht. Sie steht ganz vorn und hat sich dennoch überall einzuordnen.

Sportlicher Erfolg braucht Ruhe, wir müssen die Randthemen bearbeiten, um weniger Angriffsfläche zu bieten. Die sportliche Führung sorgt im Team für die Leistungskultur, die Geschäftsstelle sorgt für Ordnung und funktionierende Abläufe und der Verein hilft dabei, die Empathie zu stärken. Nur wenn die Leistungskultur auf ein verantwortliches Miteinander trifft, sind wir nachhaltig erfolgreich.

Konkrete Punkte für das Präsidium:

- Werte vorleben, fordern und fördern
- Integrieren – bestmögliches Vereinen der unterschiedlichen Interessen und Akteure
- mehr Ansprechbarkeit + mehr Erläuterungen für Interessierte
- Neugestaltung der Geschäftsstelle bei gleichzeitiger Sicherung vor 50+1 Hintertüren
- Sicherheit geben. Sachlichkeit geht vor Emotion bei Entscheidungen.
- mehr Stimmungsbarometer der Mitglieder (was ist wichtig, was kommt wie an)
- Förderung von zielführendem Engagement auch über die eigenen Aufgabenbereiche hinaus
- Einbinden der Sponsoren, Unterstützung bei Vernetzung
- Wirtschaftlichkeit stärken (Ausgaben hinterfragen & Einnahmen durch Wertschätzung & Mehrwert steigern)

Ich bin überzeugt, hier durch meine gesammelten Erfahrungen, mein bestehendes Netzwerk, meine Persönlichkeitsstruktur und meine Überzeugung für die Sache einen entsprechenden Beitrag leisten zu können ... als Herthaner mit Herz und Verstand.