

Technische Universität Darmstadt  
Institut für Sportwissenschaft

Magisterarbeit  
zum Thema

**Mitgliederzufriedenheit als Voraussetzung  
für die Bindung im Tennisverein**

vorgelegt von  
Dana Kohmann

1.Prüfer: Prof. Dr. Frank Hänsel  
2.Prüfer: Prof. Dr. Karl-Heinz Bette

Darmstadt  
23. Oktober 2008

## **Erklärung zur Abschlussarbeit gemäß § 23 (7) APB der TU Darmstadt**

Hiermit versichere ich, die vorliegende Arbeit ohne Hilfe Dritter nur mit den angegebenen Quellen und Hilfsmitteln angefertigt zu haben. Alle Stellen, die aus den Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht worden. Diese Arbeit hat in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner Prüfungsbehörde vorgelegen.

Darmstadt, den .....

.....

(Unterschrift des Autors)

## Danksagung

Wann immer eine Arbeit Zeit und Mühe erfordert, gibt es Menschen, die Dank für ihre Mithilfe verdienen.

Ich möchte mich an dieser Stelle bei all jenen herzlich bedanken, die mich bei der Erstellung dieser Magisterarbeit unterstützt haben.

Mein aufrichtiger Dank gilt meinem Betreuer Prof. Dr. Frank Hänsel für die konstruktiven Anregungen in Bezug auf die Gestaltung der vorliegenden Arbeit.

Besonders möchte ich mich auch bei meinem zweiten Betreuer Herr Karl-Heinz Holst und bei allen teilnehmenden Vorstandsmitgliedern aus den Vereinen für die großartige Unterstützung bedanken.

Mein ganz besonderer Dank gilt meiner Mutter und meinem Vater (In Memoriam), die mir mein Studium ermöglichten und mich immer unterstützten.

---

## Inhaltsverzeichnis

---

1	Hintergrund und Absicht der Magisterarbeit.....	11
1.1	Einleitung.....	11
1.2	Problemstellung.....	12
1.3	Theoretischer Hintergrund.....	14
1.4	Konkrete, wissenschaftliche Fragestellung.....	22
2	Entwicklung und Strukturen des Tennissports und der Tennisvereine.....	23
2.1	Wie entstanden Turnen und Sport in Deutschland?.....	23
2.2	Wie entstand das Tennisspiel?.....	26
2.3	Popularisierung des Tennissports in Deutschland und China.....	34
2.3.1	Die Entwicklung des Tennissports in Deutschland.....	35
2.3.2	Die Entwicklung des Tennissports in China.....	43
2.4	Warum sind die Tennisvereine attraktiv?.....	50
3	Die Voraussetzungen für einen erfolgreichen Tennisverein.....	53
3.1	Mitgliederzufriedenheit in Tennisvereinen.....	53
3.1.1	Definition „Mitgliederzufriedenheit“.....	54
3.1.2	Methoden zur Messung von Mitgliederzufriedenheit.....	55
3.1.3	Zusammenhang zwischen Mitgliederzufriedenheit und Mitgliederbindung.....	57
3.2	Mitgliederbindung in Tennisvereinen.....	58
3.2.1	Definition „Mitgliederbindung“.....	59
3.2.2	Verschiedene Arten der Bindung an den Verein.....	59
3.2.3	Überlegungen zur Frage der nachlassenden Vereinsbindung.....	60
4	Aktivitäten und Initiativen zur Mitgliedergewinnung und Mitgliederbindung.....	62
4.1	Aktion „Jetzt Tennis“ 2006.....	62
4.2	Aktion „Deutschland spielt Tennis“ 2007 & 2008.....	63
4.3	Aktion „Doppelpass Charity Cup“ 2007.....	63
4.4	Aktion „Vorstellung von Cardio Tennis“ 2007.....	64
4.5	Aktion „Vorstellung von TeXX“ 2007.....	66
4.6	Aktion „Jugend-Tennis-Tag“ 2007 & 2008.....	67
4.7	Aktion „Gesundheitstag im Tennisverein“ 2007 & 2008.....	68
4.8	Kampagne „Tennis PLAY+STAY“ 2007.....	68
5	Erfolgreiche Konzepte und Kampagnen zur Mitgliedergewinnung und Mitgliederbindung.....	71
5.1	König Pilsener Tennis Award.....	71

5.2	Kampagne „Westfälischer Verein des Jahres“.....	75
5.3	Wettbewerb vom Tennisverband Rheinland e.V.....	77
6	Empirische Studie.....	80
6.1	Methodik.....	80
6.1.1	Untersuchungsverfahren/-instrumente.....	80
6.1.2	Untersuchungsgruppen/-teilnehmer.....	84
6.1.3	Untersuchungsdurchführung.....	84
6.1.4	Untersuchungsauswertung.....	85
6.2	Darstellung der Ergebnisse.....	86
6.2.1	Fragebogen Vorstandsmitglieder.....	86
6.2.2	Fragebogen Aktuelle Mitglieder.....	119
6.2.3	Fragebogen Neue Mitglieder.....	138
6.2.4	Fragebogen Ausgetretene Mitglieder.....	145
7	Diskussion.....	151
8	Zusammenfassung.....	163
	Literaturverzeichnis.....	164
	Anhang 1.....	169
	Anhang 2.....	187
	Anhang 3.....	196
	Anhang 4.....	201

---

## Abbildungsverzeichnis

---

Abb. 1	Tennis mit der Hand.....	27
Abb. 2	Jeu de paume.....	27
Abb. 3	Tennis als „Ball-über-die-Schnur“.....	28
Abb. 4	Tennis in einem Ballhaus.....	29
Abb. 5	Pas d’armes.....	29
Abb. 6	Die Entwicklung der tennisartigen Spiele.....	30
Abb. 7	Tennis unter einer Dachattrappe und mit Holzschlegeln.....	32
Abb. 8	Major Walter Clopton Wingfield.....	33
Abb. 9	Wingfields Vorstellung seines neuen Spiels.....	34
Abb. 10	Lawn Tennis in Bad Homburg im Jahre 1885.....	35
Abb. 11	Logo – Deutscher Tennis Bund.....	37
Abb. 12	Mitgliederentwicklung im DTB von 1982 – 2008.....	41
Abb. 13	Die Entwicklung der Vereine von 1980 – 2008.....	42
Abb. 14	Die Entwicklung der Tennishallen- und Freiplätze von 1970 – 2008.....	43
Abb. 15	Das Beijing Tennis Centre.....	47
Abb. 16	Das Qi Zhong Stadium in Shanghai.....	48
Abb. 17	Kundenzufriedenheit ist das Ergebnis eines Vergleichsprozesses.....	55
Abb. 18	Der Zusammenhang zwischen Mitgliederzufriedenheit und Mitgliederbindung.....	58
Abb. 19	Verteilung der Spartenanzahl.....	87
Abb. 20	Verteilung der Mitgliederzahlen in den Vereinen.....	87
Abb. 21	Die Lage der Vereine.....	88
Abb. 22	Die Entwicklung der Mitgliederzahlen in den Vereinen.....	88
Abb. 23	Die Verteilung der Eintritte und Austritte nach Jahren.....	89
Abb. 24	Die Verteilung über die Aufnahme von weiteren Mitgliedern.....	90
Abb. 25	Übersicht über Verfügung von eigenen Freiplätzen und Tennishallen...	90
Abb. 26	Übersicht über Verfügung von eigenen Vereinsheimen / Clubhäusern..	91
Abb. 27	Übersicht über Verfügung von anderen eigenen Einrichtungen.....	91
Abb. 28	Verteilung der speziellen tennispezifischen Breitensportangebote.....	99
Abb. 29	Verteilung der geselligen Angebote.....	100
Abb. 30	Verteilung der allgemeinen sportlichen Aktivitäten.....	101
Abb. 31	Verteilung der Vereine, die mit anderen Einrichtungen bzw. Organisationen kooperieren.....	107

Abb. 32	Verteilung der Vereine, welche sportliche Angebote im Zusammenhang mit der Ganztagschule anbieten können.....	108
Abb. 33	Verteilung der Vereine, in denen die vereinseigenen Anlagen/ Einrichtungen bzw. Vereinsangebote gegen Entgelt auch von Nicht-Vereinsmitgliedern genutzt werden.....	109
Abb. 34	Verschiedene Medien, mit denen die Vereine mit Mitgliedern bzw. Nichtmitgliedern kommunizieren.....	110
Abb. 35	Verteilung der Vereine, die einen oder mehrere Sponsoren haben.....	110
Abb. 36	Verteilung der Vereine, die Werbefläche anbieten.....	111
Abb. 37	Beurteilung der Zusammenarbeit mit den drei Institutionen.....	114
Abb. 38	Verteilung der Vereine, die Werbemaßnahmen durchführen.....	115
Abb. 39	Verschiedene Werbeformen bzw. –mittel, welche die Vereine einsetzen.....	116
Abb. 40	Verteilung der Vereine, die das Projekt „Mitgliederbindung- Mitgliedergewinnung“ vom Vereinsservice DTB kennen.....	118
Abb. 41	Verteilung der Vereine, die von dem Projekt des DTB Gebrauch machen.....	118
Abb. 42	Geschlechterverteilung der aktuellen Mitglieder.....	119
Abb. 43	Altersverteilung der aktuellen Mitglieder.....	119
Abb. 44	Die Dauer der Mitgliedschaft im Verein.....	120
Abb. 45	Mitgliederstatus der aktuellen Mitglieder.....	120
Abb. 46	Leistungseinstufung der aktuellen Mitglieder.....	121
Abb. 47	Mitgliedschaft im Tennis- und/oder Sportverein.....	121
Abb. 48	Mitgliederzufriedenheitsportfolio für einzelne Merkmale von Tennisvereinen.....	131
Abb. 49	Mitgliederzufriedenheitsportfolio für die Faktoren der Mitgliederzufriedenheit.....	132
Abb. 50	Zusammenhang zwischen Gesamtzufriedenheit und Gesamtbindung.....	134
Abb. 51	Zusammenhang zwischen Gesamtzufriedenheit und sozialer/emotionaler Verbundenheit.....	134
Abb. 52	Zusammenhang zwischen Gesamtzufriedenheit und gemeinschaftlichem Interesse und Engagement.....	135
Abb. 53	Zusammenhang zwischen Gesamtzufriedenheit und Eigeninteresse.....	136

Abb. 54	Zusammenhang zwischen Gesamtzufriedenheit und Bereitschaft für Beitragserhöhung.....	136
Abb. 55	Zusammenhang zwischen Gesamtzufriedenheit und Bereitschaft für Weiterempfehlung.....	137
Abb. 56	Geschlechterverteilung der neuen Mitglieder.....	138
Abb. 57	Altersverteilung der neuen Mitglieder.....	138
Abb. 58	Mitgliederstatus der neuen Mitglieder.....	139
Abb. 59	Leistungseinstufung der neuen Mitglieder.....	140
Abb. 60	Mitgliedschaft im Tennis- und/oder Sportverein.....	140
Abb. 61	Geschlechterverteilung der ausgetretenen Mitglieder.....	145
Abb. 62	Altersverteilung der ausgetretenen Mitglieder.....	145
Abb. 63	Die Dauer der Mitgliedschaft im Verein.....	146
Abb. 64	Austrittsgründe aus Sicht der Mitglieder.....	147
Abb. 65	Verschiedene private Gründe.....	147
Abb. 66	Verschiedene Gründe, die mit der individuellen sportlichen Situation zusammenhängen.....	148
Abb. 67	Verschiedene Gründe, die sich direkt auf das Vereinsleben beziehen.....	149

## Tabellenverzeichnis

---

Tab. 1	Die Plätze 1 bis 20 in der Rangliste der Spitzenverbände in Deutschland nach Mitgliederzahlen von 2005 – 2007.....	38
Tab. 2	Die Mitgliederzahlen in den Landesverbänden von 2004 – 2008.....	39
Tab. 3	Übersicht über alle 24 Vereine aus dem Tennisbezirk Darmstadt.....	86
Tab. 4	Übersicht über die verschiedenen Gründe für Mitgliederaustritte aus dem Verein.....	92
Tab. 5	Übersicht über Maßnahmen der Mitgliederbindung und –gewinnung und ob diese Maßnahmen Erfolg hatten oder nicht.....	93
Tab. 6	Übersicht über verschiedene Marketingkonzepte.....	95
Tab. 7	Rangliste der speziellen tennisspezifischen Breitensportangebote.....	99
Tab. 8	Rangliste der geselligen Angebote.....	101
Tab. 9	Rangliste der allgemeinen sportlichen Aktivitäten.....	102
Tab. 10	Wäre der Verein interessiert, folgende Angebote anzubieten oder, wenn schon vorhanden, diese zu erweitern?.....	103
Tab. 11	Übersicht über sinnvolle Angebote für verschiedene Zielgruppen.....	104
Tab. 12	Motivationen zur Aufnahme von neuen Angeboten.....	106
Tab. 13	Rangliste der Kooperation mit anderen Einrichtungen bzw. Organisationen.....	107
Tab. 14	Übersicht über sportliche Angebote im Zusammenhang mit der Ganztagschule.....	108
Tab. 15	Rangliste der Anlagen/Einrichtungen bzw. Vereinsangeboten, die von Nicht-Vereinsmitgliedern genutzt werden können.....	109
Tab. 16	Rangliste der Leistungen von den Sponsoren.....	111
Tab. 17	Übersicht über verschiedene Aufgaben im Verein.....	112
Tab. 18	Werden in Ihrem Verein die Mitglieder zu folgenden Themen befragt oder planen Sie das?.....	117
Tab. 19	Rangliste der Zufriedenheit mit dem Zustand und Angebot des Tennisvereins (Skala 1= „Sehr zufrieden“ bis 6= „Sehr unzufrieden“)..	122
Tab. 20	Rangliste der Zufriedenheit mit dem Angebot und Engagement des Tennisvereins (Skala 1= „Sehr zufrieden“ bis 6= „Sehr unzufrieden“)..	123
Tab. 21	Rangliste der wünschenswerten Verbesserungen im Tennisverein (Skala 1= „Sehr wünschenswert“ bis 6= „Nicht wünschenswert“).....	124
Tab. 22	Rangliste der Aussagen zur Mitgliederbindung (Skala 1= „Trifft voll zu“ bis 6= „Trifft gar nicht zu“).....	125

Tab. 23	Rangliste der fünf Faktoren der Mitgliederbindung (Skala 1= „Trifft voll zu“ bis 6= „Trifft gar nicht zu“)	126
Tab. 24	Rangliste der Mitgliederinteressen (Skala 1= „Sehr wichtig“ bis 6= „Sehr unwichtig“)	126
Tab. 25	Rangliste der sieben Faktoren der Mitgliederinteressen (Skala 1= „Sehr wichtig“ bis 6= „Sehr unwichtig“)	128
Tab. 26	Rangliste der Mitgliederzufriedenheit für 28 Merkmale (Skala 1= „Sehr zufrieden“ bis 6= „Sehr unzufrieden“)	128
Tab. 27	Rangliste der sieben Faktoren der Mitgliederzufriedenheit (Skala 1= „Sehr zufrieden“ bis 6= „Sehr unzufrieden“)	129
Tab. 28	Vergleich Wichtigkeit und Zufriedenheit	130
Tab. 29	Kriterien für den Eintritt in den Tennisverein aus Sicht der Mitglieder	141
Tab. 30	Rangliste der Zufriedenheit mit dem Zustand und Angebot des Tennisvereins (Skala 1= „Sehr zufrieden“ bis 6= „Sehr unzufrieden“)	142
Tab. 31	Rangliste der Zufriedenheit mit dem Angebot und Engagement des Tennisvereins (Skala 1= „Sehr zufrieden“ bis 6= „Sehr unzufrieden“)	143
Tab. 32	Rangliste der wünschenswerten Verbesserungen im Tennisverein (Skala 1= „Sehr wünschenswert“ bis 6= „Nicht wünschenswert“)	144