

Handbuch Trailrunning-Events

Erarbeitet von

Bernhard Aggeler, Sonja Schmid, Manuel Toscan und Stefanie Tschanz

11.1



Handbuch Trailrunning-Events

Projektauftraggeber: Zenit run GmbH (Projektleitung graubündenTRAILRUN), Walter Burk

Schule: Fachhochschule Graubünden

Studiengang: Betriebsökonomie Major Sport Management

Modul: Projektmanagement

Projektcoach: Edith Jesenak

Abgabetermin: 11. Juni 2020

Bernhard Aggeler • Sonja Schmid • Manuel Toscan • Stefanie Tschanz



Management Summary

Immer mehr Menschen verbringen ihre Freizeit in der Natur und geniessen diese mit einer Vielzahl an Sportarten. Nicht selten werden hierbei Berge oder Wälder dank der Trendsportart Trailrunning erkundet. Mit dem Projekt "graubündenTRAILRUN" will sich der Kanton Graubünden bis im Jahr 2023 als Trailrunning-Region positionieren und fokussiert sich dementsprechend auf die Erarbeitung von Grundlagen und Umsetzungskonzepten. Diese sollen es den jeweiligen Organisatoren erlauben, das Potenzial des Trailrunning-Tourismus bestmöglich auszunutzen.

Da die Komplexität im Bereich Eventmanagement in den vergangenen Jahren stetig zugenommen hat, werden die Organisatoren vor neue Herausforderungen gestellt. Im vorliegenden Handbuch wird eine umfassende Erarbeitung von theoretischen Grundlagen im Mix sowie praktikable Lösungsansätze für einen Trailrunning-Event bereitgestellt. Neben den Grundlagen aus unzähligen Werken des Event- und Projektmanagements fließen auch eigene Erfahrungen aus beruflichen und ehrenamtlichen Tätigkeiten mit ins Dokument und bieten der Leserin und dem Leser einen breitgefächerten Einblick in die Organisation eines Trailrun Events.

Das Resultat, ein fast 80-seitiges Handbuch, fasst wichtige Themen in den Bereichen Planung, Realisierung und Nachbetrachtung zusammen. Neben geläufigen Themen wie der Finanzierung, der Reglementierung oder dem Helferwesen (Volunteers) werden im Handbuch auch grundlegende Bereiche wie die Eventplanung, der Aufbau eines Organisationskomitees oder die Planung im Bereich Infrastruktur aufgeführt. Moderne Themen wie Marketing und Nachhaltigkeit runden das Produkt ab.

Falls Sie in naher Zukunft einen Trailrun Event organisieren, den bisherigen Event einer Generalüberholung unterziehen wollen oder einfach überprüfen möchten, ob das bisherig angewandte Vorgehen mit der aktuellen Best Practice übereinstimmt, liegen Sie mit dem vorliegenden Handbuch absolut richtig.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	IV
Tabellenverzeichnis.....	IV
1 Einleitung	1
1.1 Ausgangslage.....	1
1.2 Ziel	2
1.3 Methodik.....	2
2 Einführung zum Handbuch	3
3 Eventplanung.....	4
3.1 Typologie Sportevent.....	4
3.2 Das 5-Phasen-Modell	4
3.3 Die Eventidee.....	5
3.4 Das Eventkonzept	6
3.5 Die Eventplanung	7
3.6 Die Eventdurchführung.....	9
3.7 Die Eventnachbearbeitung.....	10
4 Organisationskomitee	12
4.1 Organisationsform	12
4.2 Arbeitspakete	13
5 Reglementierung.....	16
5.1 International Trail Running Association (ITRA)	16
5.2 Swiss Athletics	16
5.3 Konsequenzen für Trailrun Events.....	16
5.4 Wettkampfreglement.....	17
5.5 Haftung.....	17
6 Strecke.....	20
6.1 Nationale und internationale Vorgaben	20
6.2 Arten des Laufsports.....	21
6.3 Trailrunstrecke.....	22
6.4 Medicalpoints und Zeitmessung	23
6.5 Kategoriensystem.....	23
7 Finanzierung.....	24
7.1 Einnahmen am Event.....	24
7.2 Mäzenatentum	24
7.3 Crowdfunding.....	24
7.4 Sponsoring.....	25
7.5 Kostenpunkte	28

8	Unterstützung durch externe Partner.....	29
8.1	Bewilligungen.....	29
8.2	Stakeholderanalyse.....	30
8.3	Leistungen und Gegenleistungen Stakeholder.....	30
9	Volunteers.....	35
9.1	Motive für Volunteering.....	35
9.2	Volunteerrekrutierung.....	37
9.3	Einsatzplan Event.....	38
10	Infrastruktur.....	39
10.1	Standort.....	39
10.2	Installationen und Bauten.....	39
10.3	Sicherheit.....	41
11	Marketing.....	43
11.1	Webseite.....	43
11.2	Newsletter.....	44
11.3	Social Media.....	45
11.4	Klassische Medien und Laufkalender.....	46
12	Nachhaltigkeit.....	47
12.1	Ökologische Nachhaltigkeit.....	47
12.2	Ökonomische Nachhaltigkeit.....	47
12.3	Soziale Nachhaltigkeit.....	47
12.4	Praktische Umsetzung.....	47
13	Analyse Risikofaktoren.....	50
13.1	Risikomatrix.....	50
13.2	Risikoanalyse.....	51
13.3	Hinweis zur Krisenkommunikation.....	52
14	Fazit.....	54
	Literaturverzeichnis.....	55
	Anhang 1: Empfehlung Veranstaltungskonzept.....	60
	Anhang 2: Empfehlung Grobplanung.....	64
	Anhang 3: Mögliches Inhaltsverzeichnis für ein Wettkampfglement.....	66
	Anhang 4: Kapitel Volunteers Textvorschlag für ein Inserat (eigene Darstellung).....	67
	Anhang 5: Beispiel Gesuch des FHGR Trail Run in der Lenzerheide an die Gemeinde Lantsch/Lenz...68	
	Anhang 6: Beispiel Gesuch des FHGR Trail Run in der Lenzerheide an die Gemeinde Vaz/Obervaz....70	
	Anhang 7: Beispiel für Newsletter des FHGR Trail Run Lenzerheide.....	72
	Anhang 8: Möglicher Aufbau Content Plan.....	74

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Planungs- und Umsetzungsprozess (eigene Darstellung in Anlehnung an Moroff & Luppold (2018))	3
Abbildung 2 Projektskizze (eigene Darstellung in Anlehnung an Swiss Olympic – sportdic.ch (2020)) ...	5
Abbildung 3 Grössenabgrenzung Events (eigene Darstellung in Anlehnung an Müller & Stettler (1999, S. 11))	6
Abbildung 4 Magisches Dreieck (eigene Darstellung, in Anlehnung an Wanner (2014))	7
Abbildung 5 Mögliche Organisationsstruktur (eigene Darstellung).....	13
Abbildung 6 Sponsoringpyramide (eigene Darstellung in Anlehnung an Walzel & Schubert (2018, S. 176))	27
Abbildung 7 Leistungen Event und Stakeholder (eigene Darstellung).....	30
Abbildung 8 Faktoren Durchführung Veranstaltung (eigene Darstellung)	42
Abbildung 9 Webseitenanbieter (eigene Darstellung in Anlehnung an Wix.com und Jimdo.com)	43
Abbildung 10 Servicenavigation Webseite (eigene Darstellung)	44
Abbildung 11 Risikomatrix (eigene Darstellung in Anlehnung an Romeike (2018, S. 42))	50
Abbildung 12 Fragen in Bezug auf Risiken (eigene Darstellung)	51
Abbildung 13 Gesuch Streckenbewilligung Lantsch/Lenz (OK FHGR Trail Run Lenzerheide)	69
Abbildung 14 Gesuch Streckenbewilligung Vaz/Obervaz (OK FHGR Trail Run Lenzerheide)	71

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 Aufgabenverteilung innerhalb OK (eigene Darstellung)	14
Tabelle 2 Prozess OK-Sitzung (eigene Darstellung)	15
Tabelle 3: Versicherungsarten (eigene Darstellung)	19
Tabelle 4 Beispiel Helferplan (eigene Darstellung)	38
Tabelle 5 Übersicht Infrastruktur (eigene Darstellung)	41
Tabelle 6 Mögliche Nachhaltigkeitsmassnahmen (eigene Darstellung)	48
Tabelle 7 Mögliche Risiken (eigene Darstellung)	52
Tabelle 8 Empfehlung Veranstaltungskonzept (eigene Darstellung in Anlehnung an sportdic.ch (2020b))	63
Tabelle 9 Möglicher Aufbau Content Plan (eigene Darstellung)	74

1 Einleitung

Im Modul "Projektmanagement" des Bachelor Studiums Sport Management erhielten wir die Möglichkeit die Theorie zum Projektmanagement auch praktisch in einem Projekt anzuwenden. In unserem Fall ist dies die Erarbeitung eines Handbuches für Trailrunning-Events. Die folgenden Kapitel dienen dazu einen ersten Überblick zu erhalten sowie unsere Ziele zu definieren.

1.1 Ausgangslage

"Entlang eines Gletschers? Über einen Gratweg? Von Bergsee zu Bergsee? Hauptsache im Lauftempo über Stock und Stein. Trailrunning ist beliebt, Die Anzahl Events nimmt rasant zu." (MySwitzerland, o.D.).

Der zunehmenden Popularität des Trailrunning-Sports hat sich der Kanton Graubünden angenommen und das Projekt "graubündenTRAILRUN" lanciert. Damit soll sich Graubünden als Trailrunning-Region positionieren und das Potenzial des Trailrunning-Sports ausgeschöpft werden. Im Zeitraum von 2020 bis 2023 konzentriert sich Graubünden in Zusammenarbeit mit interessierten Partnern darauf, das Angebot an Trailrunning-Events auszubauen. In den letzten Jahren ist die Sportart Trailrunning stark gewachsen und kann mittlerweile als Breitensportart bezeichnet werden. Um das touristische Potenzial dieses Angebots besser zu koordinieren und herauszuholen, muss es erweitert und gezielt ausgebaut werden. Der Fokus liegt auf der Erarbeitung von Grundlagen und Umsetzungskonzepten, die es den beteiligten Partnern ermöglicht, den Trailrunning-Tourismus effizient zu bearbeiten. Durch die Nutzung von Synergien und Fachwissen sowie durch gezielte Koordination zwischen Partnern und Leistungsträgern soll eine Entwicklungsdynamik ausgelöst werden. Das Marktpotenzial von Trailrunning wird von Fachleuten und Destinationen als „Gross“ bezeichnet. Mit der Entwicklung von neuen Frühlings-, Sommer- und Herbst-Angeboten trägt das Projekt zur Verbesserung der Wettbewerbsposition und Erhöhung der Wertschöpfung im Kanton Graubünden bei.

Im Rahmen des Bachelormoduls "Projektmanagement" des Studiengangs Sportmanagement erhielten wir den Auftrag, in Zusammenarbeit mit einem Auftraggeber, ein Projekt gemäss schriftlichem Projektauftrag durchzuführen. Im Modul wurden die theoretischen Grundlagen für die Durchführung eines gesamten Projekts vermittelt, welche direkt in einer Praxisarbeit umgesetzt werden können. Da drei der Gruppenmitgliederinnen und Gruppenmitglieder bereits im Organisationskomitee des FHGR Trail Run Lenzerheide tätig sind, bestand bereits ein vertieftes Interesse im Bereich Trailrunning. Dies war der ausschlaggebende Punkt, weshalb wir uns für das Projekt "Handbuch Trailrunning-Eventveranstalter graubündenTRAILRUN" und Zenit run GmbH, vertreten durch Walter Burk, als Auftraggeber entschieden haben.

1.2 Ziel

Es soll ein Handbuch für die Veranstalter von Trailrunning-Events erarbeitet werden. Das Trailrunning-Handbuch soll künftige Trailrunning-Eventveranstalter bei der Planung, Organisation und Durchführung eines solchen Anlasses unterstützen. Der Inhalt des Handbuchs setzt sich aus den Themen Organisationskomitee, Reglementierung, Strecke, Finanzierung, Volunteers, Eventplanung, Unterstützung durch externe Partner, Nachhaltigkeit, Marketing und Infrastruktur zusammen. Der Fokus dieses Handbuchs liegt nicht auf der Ausarbeitung von verschiedenen Varianten, sondern auf konkret ausgearbeiteten Informationen und Vorgängen und soll als Leitfaden bei der Organisation eines Trailrun Events dienen.

1.3 Methodik

Am Kick-Off Event wurde der Projektauftrag diskutiert und anschliessend in einer definitiven Version beidseitig, vom Projektteam und Auftraggeber, unterzeichnet. In der Erarbeitung des Handbuchs soll für Veranstalter von Trailrun Events im Kanton Graubünden eine Plattform erstellt werden, die als einfaches Hilfetool angewendet werden kann. Die Schreibweise des Produkts "Handbuch" soll daher möglichst leserfreundlich sein. Mit Hilfe von Internet- und Literaturrecherche sowie Erkenntnissen aus eigenen Erfahrungen werden Informationen gewonnen und verarbeitet.

2 Einführung zum Handbuch

Um einen Trailrun Event erfolgreich durchzuführen, braucht es einiges an Arbeit. Dank dem vorliegenden Handbuch werden umfassende Hilfestellungen für die Organisatoren angeboten, welche als mögliche Leitlinie dienen können.

Die in sich abgeschlossenen Kapitel orientieren sich hierbei am untenstehenden Prozess von Moroff & Luppold, welche sich mit der Planung und Umsetzung von sicheren Events beschäftigen (2018, VII).



Abbildung 1 Planungs- und Umsetzungsprozess (eigene Darstellung in Anlehnung an Moroff & Luppold (2018))

So werden im Handbuch Punkte aus allen drei in der Abbildung 1 aufgeführten Bereichen behandelt, sodass nicht nur die Planung und Durchführung reibungslos verläuft, sondern mit einer fundierten Nachbetrachtung auch ein allfälliger Folgeevent bestmöglich vorbereitet werden kann.

Im Bereich der Planung wird mit dem gedanklichen "Walk Through" das gesamte Projekt durchgedacht, sodass letztlich keine Probleme, z.B. in der Sicherheit, entstehen (Moroff & Luppold, 2018, S. 5). Hierfür werden, wie von Moroff & Luppold praktiziert, verschiedene Subkonzepte erarbeitet, welche im Trailrun Handbuch als Hauptkapitel aufgeführt sind.

Die in der Einleitung aufgeführten Kapitel erarbeiten dementsprechend Grundlagen zu verschiedenen Themen, welche für die Organisation eines Trailrun Events wichtig sind. Um mit dem Handbuch einen möglichst grossen Nutzen zu generieren, steht neben einer theoretischen Aufarbeitung die praktische Umsetzung im Fokus. So erhalten Leserinnen und Leser einen umfassenden Einblick in die Welt eines Trailrun Events und dessen Do's & Don'ts.

3 Eventplanung

Das Ziel des Events ist es, einen bestimmten Zweck zu erreichen. Im Falle der Trailrun Events geht es darum Trailrunnerinnen und Trailrunner zur Teilnahme zu motivieren, Sponsoren zu aktivieren und die Öffentlichkeit auf den Anlass aufmerksam zu machen (Holzbaur, Jettinger, Knauß, Moser & Zeller, 2010a, S. 15). Um dies zu erreichen, muss ein Event einen geplanten Ablauf haben. Dabei hilft die Orientierung an den Bedürfnissen der Trailrunnerinnen und Trailrunner. Die Planung kann damit so umgesetzt werden, dass Pannen vermieden, Erwartungen erfüllt und der Event zum Erfolg wird (Holzbaur et al., 2010a, S. 17).

3.1 Typologie Sportevent

Die Organisation eines Trailrun Events gehört zur Typologie der Sportevents, welche einmalig oder wiederholend durchgeführt werden (Swiss Olympic, o.D.):

-  Aus einer Idee entsteht ein Vorhaben mit eindeutigem Ziel
-  Anfangs- und Endzeitpunkt ist definiert
-  begrenzte finanzielle und personelle Ressourcen
-  es besteht Unsicherheiten bezüglich Erfolgs der Veranstaltung und definitiv anfallenden Kosten
-  Die Organisation wird meistens in einem projektmässigen Umfang durchgeführt, zum Beispiel von einem Organisationskomitee oder Veranstalter

3.2 Das 5-Phasen-Modell

Die klassische Organisation einer Veranstaltung kann in fünf Phasen unterteilt werden (Swiss Olympic, 2020a).

1. Die Eventidee
2. Das Eventkonzept
3. Die Eventplanung
4. Die Eventdurchführung
5. Die Eventnachbearbeitung

Folgend wird eine Übersicht gegeben, wie ein Event mittels des 5-Phasen Modells organisiert werden kann. Dieses beinhaltet die wichtigsten Schritte und Meilensteine¹. Mit Hilfe des Phasenkonzepts kann die Umsetzung des Projekts strukturiert werden. Der Projektablauf wird zur Gewährleistung einer

¹ Terminlich festgelegter Zeitpunkt, der durch nachprüfbares Ergebnis definiert ist

Übersicht in Phasen unterteilt und jeweils mit einem Meilenstein verbunden. Nachdem dieser erreicht ist, kann die Phase als abgeschlossen angesehen werden. Es ist wichtig, einen Endtermin für das Projekt festzulegen und für die Arbeitspakete und Meilensteine eine eindeutige Terminierung vorzunehmen. Bei wiederkehrenden Events können jeweils die Phasen 1 und 2 übersprungen werden. Bei Kleinst- und Kleinerevents können die Phasen 2 und 3 zusammengefasst werden. Dabei ist anzumerken, dass sich jeder Trail Run Event von anderen abhebt und daher ein Unikat ist. Dabei ist anzumerken, dass jeder Trailrun Event einzigartig ist und individuelle Ressourcen und Möglichkeiten mit sich bringt. Diese müssen bei der Planung berücksichtigt werden, um einen reibungslosen Ablauf garantieren zu können. Daher müssen die folgenden Vorgaben gegebenenfalls angepasst werden oder können anders verlaufen (Holzbaur et al., 2010a, S. 163–164).

3.3 Die Eventidee

Jedem Event liegt eine Idee zu Grunde. Diese kann einerseits aus Eigeninitiative oder durch einen externen Auftraggeber ins Leben gerufen werden. Auf Abbildung 2 ist eine Projektskizze dargestellt, die mögliche Fragestellungen beinhaltet. Eine Checkliste mit der Ausformulierung möglicher Fragestellungen in dieser Phase beinhaltet, findet sich auf der Webseite von sportdic.ch.



Abbildung 2 Projektskizze (eigene Darstellung in Anlehnung an Swiss Olympic – sportdic.ch (2020))

Sobald eine Skizze über den Trailrun Event vorliegt, besteht bereits eine grobe Vorstellung, wie gross der Planungsumfang in etwa sein wird. Anschliessend wird entschieden, ob diese Idee weiterverfolgt wird oder noch in den "Babylaufschuhen" wieder verworfen wird. Auf oben aufgeführter Übersicht basiert der Entscheid über die Erarbeitung des Eventkonzepts. Dieser stellt den ersten Meilenstein dar und damit wird die erste Organisationsphase abgeschlossen (Swiss Olympic - sportdlic.ch, 2015, S. 2).

3.4 Das Eventkonzept

Das Konzept ist das Kernstück des Trailrun Events und bildet die Basis für die Planung der Veranstaltung. Es ist dabei wichtig zu beachten, dass es, ohne zu stark ins Detail zu gehen, alle relevanten Informationen beinhaltet und als Entscheidungsgrundlage dient. Das Konzept kann völlig frei gestaltet werden. Im Anhang 1 ist eine mögliche Gliederung mit Inhaltspunkten zu finden, welche auf den Trailrun Event angepasst werden kann (Swiss Olympic - sportdlic.ch, 2015, S. 3).

3.4.1 Grösseneinstufung

Sobald das Eventkonzept erarbeitet ist, ist in etwa bekannt in welcher Grössenordnung der Event stattfinden wird. Die Grösse des Events spielt eine zentrale Rolle, wobei die Abgrenzungen, welche in Abbildung 3 dargestellt sind, vorgenommen werden sollen. Um einen Event einzustufen, müssen mindestens drei der angegebenen Kriterien erfüllt sein. Neben den Muss-Kriterien können auch Kann-Kriterien berücksichtigt werden (Stettler, 2008, S. 22). Mit der Einstufung ist die zweite Phase abgeschlossen und mit dem Entscheid über die Einleitung der Planung hat man auch bereits den zweiten Meilenstein erreicht.

Veranstaltungsgrösse		XS	S	M	L
Muss-Kriterien	Budget (in CHF)	0 bis 1'000	1'000 bis 50'000	50'000 bis 1'000'000	1'000'000 bis 50'000'000
	Medienpräsenz	Keine	Keine	Beitrag in Sport-sendung	Live Übertragung oder Teilaufzeichnung
Kann-Kriterien	Anzahl Sportler	0 bis 100	100 bis 1'000	1'000 bis 10'000	10'000 bis 20'000
	Anzahl Funktionäre, Volunteers	0 bis 50	50 bis 100	100 bis 1'000	1'000 bis 5'000
	Anzahl Zuschauer	0 bis 1000	100 bis 5'000	5'000 bis 20'000	20'000 bis 100'000

Abbildung 3 Grössenabgrenzung Events (eigene Darstellung in Anlehnung an Müller & Stettler (1999, S. 11))

3.5 Die Eventplanung

Aufgrund der oben vorgenommenen Einstufung kann anschliessend eine grobe Zeitschätzung für die Planung vorgenommen werden. Die Planungsfristen müssen an die eigene Veranstaltung angepasst werden. Nicht nur die Grösse, sondern auch andere Einflussfaktoren wie Umfeld der Veranstaltung, Erfahrungen und Vorgehen des Organisationskomitees (Aufzählung nicht abschliessend) müssen in die Planung der Fristen miteinfließen. Aus diesem Grund ist es unabdingbar, dass Zeitreserven für unvorhergesehene Ereignisse mit in die Planung eingerechnet werden (siehe auch Analyse Risikofaktoren in Kapitel 13) (Swiss Olympic - sportcliv.ch, 2020).

3.5.1 Organisation

Für einen erfolgreichen Trailrun Event ist es unabdingbar, so strukturiert wie möglich vorzugehen und die Abläufe, welche sich zum Teil überschneiden, zu kanalisieren. Im Anhang 2 wird eine Hilfestellung bereitgestellt, wie eine mögliche Organisation abgewickelt werden kann. Dabei ist es wichtig zu beachten, dass möglichst früh geklärt werden sollte, wer für welche Entscheidungen zuständig ist, wie und wann Entscheide gefällt werden. So wird die Planung um einiges erleichtert und es sind klare Abläufe vorhanden. Die in den ersten zwei Phasen erarbeiteten Grundlagen werden nun festgehalten, Zuständigkeiten zugeteilt, vertieft und mit einem Kontrollpunkt versehen. Das Planungsbeispiel in diesem Kapitel wird anhand eines Trailrun Events der Grösse S (kleiner Sportevent) aufgeführt. Die Planungsfrist beläuft sich bei einer langfristig orientierten Planung auf 12-6 Monate (Swiss Olympic - sportcliv.ch, 2015, S. 4-5). Eine mögliche Planungsvorlage findet sich im Anhang 2.

3.5.2 Projektüberwachung

Damit die oben aufgelisteten Tätigkeiten ohne Zwischenfälle ablaufen, muss eine reibungslose Kommunikation sichergestellt werden. Hierbei gilt es nicht nur zu beachten, das Budget einzuhalten, sondern vielmehr darum sicherzustellen, dass die Tätigkeiten ineinandergreifen. Durch direkte und koordinierte Kommunikation der beteiligten Personen kann die Gewährleistung eines reibungslosen Planungsprozesses sichergestellt werden. Nur durch gezielte Überwachung kann rechtzeitig reagiert und gegebenenfalls Anpassungen vorgenommen werden (Kästle, 2012, S. 154). Diese Tatsache kann anhand des "Magischen Dreieck des Projektmanagements" aufgezeigt werden (Holzbaur, Jettinger, Knauß, Moser & Zeller, 2010b, S. 160, Wanner, 2014). Magisch bedeutet dabei, dass bei der Veränderung eines Eckpunktes

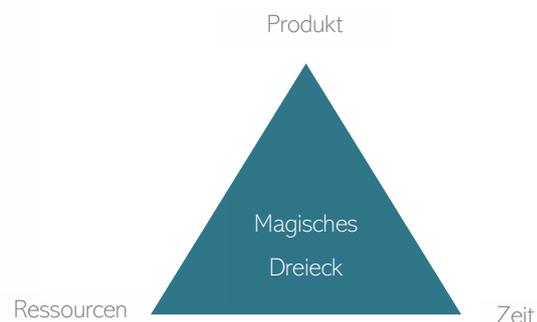


Abbildung 4 Magisches Dreieck (eigene Darstellung, in Anlehnung an Wanner (2014))

mindestens eine andere Ecke beeinflusst wird (Holzbaur et al., 2010b, S. 160; Wanner, 2014). Nachfolgend werden Beispiele zum magischen Dreieck genannt. Informationen zur Krisenkommunikation findet sich im Kapitel Risikomatrix (Kapitel 13).

- 🏃 Das Ressort Volunteers findet nicht genügend freiwillige Helfer (Ressourcen) und dies beeinflusst die Qualität und den geplanten Ablauf des Trailrun Events (Produkt).
- 🏃 Aufgrund einer Streckenänderung müssen mehr Sanitäter vor Ort sein und es werden mehr Personen benötigt (Ressourcen).
- 🏃 Es werden nicht genügend Sponsoren gefunden (Ziele), dadurch können die Kosten nicht gedeckt werden (Finanzen) und das Budget (Ressourcen) wird nicht mehr eingehalten.

Um die Einhaltung zu kontrollieren, kann mit verschiedenen Methoden gearbeitet werden.

- 🏃 Geteilte Terminerfassung
Beispiel: Microsoft To Do
- 🏃 Ablage über eine geteilte Datenbank
Beispiel: Dropbox, Onedrive oder Googledrive
- 🏃 Regelmässige Absprachesitzungen
- 🏃 Protokollführung an den Sitzungen
- 🏃 Checklisten (Planung, Zuständigkeit, Kontrolle, Ressourcen, Finanzen)

Das Konzept steht, die Finanzen sind geklärt, die Planung inklusive Überwachung der einzelnen Aufgabenpakete definiert und Kommunikationskanäle festgelegt. Es ist wichtig, dass die Beschaffung der benötigten Mittel eindeutig geklärt und eine Defizitdeckungsgarantie vorhanden ist. Wichtig ist, dass vor dem "Point of no return"² nur Ausgaben getätigt werden, die durch eine Vorfinanzierung gesichert sind. Nun entscheidet die zuständige Organisation (Auftraggeber, Verein o.ä.) aufgrund des Veranstaltungskonzepts und -budget über die definitive Einleitung der Planung und somit Aufwendung von Ressourcen. Dies sollte so terminiert werden, dass man genügend Zeit hat, den Anlass zu planen. Dabei muss jedoch auch beachtet werden, nicht zu früh zu starten, denn dann läuft man Gefahr, sich zu verzetteln. Das ganze Konzept, Planungsdokumente, Zuständigkeiten, Finanzen, Kommunikationswege sollten nochmals vom Eventleiter mit zuständigen Personen besprochen und überprüft werden. Allenfalls müssen noch kleine Änderungen vorgenommen werden. Anschliessend gilt das Produkt Trailrun Event als abgenommen und die Organisationsphase 4 kann beginnen.

² Definitiver Durchführungsentscheid

3.6 Die Eventdurchführung

Die Durchführung der Veranstaltung lässt sich in folgende drei Abschnitten gliedern. Der dritte Abschnitt fällt dabei bereits in die Organisationsphase 5.

3.6.1 Einführungsphase

Bei kleineren Veranstaltungen findet dieser Teil maximal einige Tage vor dem Event statt. Hierbei geht es darum bereits vorgängig die Infrastruktur aufzubauen, Wettkampfstrecken auszuschildern und Sponsoren- auftritte zu platzieren und generell den Austragungsort vorzubereiten.

3.6.2 Durchführungsphase

Der Eventtag steht nun an. Es gilt zu beachten, dass stets eine Person die Übersicht behält. Dies kann in Form einer Veranstaltungsleitung erfolgen. Das Organisationskomitee kann so eingesetzt werden, dass es jeweils für die einzelnen Teilbereiche zuständig ist und die Verantwortung dafür trägt. In Falle von besonderen Vorkommnissen müsse die Bereichsleiter sofort informiert werden und diese können anschliessend direkt die Veranstaltungsleitung in Kenntnis setzten. Die Erreichbarkeit der zuständigen Personen muss während der ganzen Veranstaltung gewährleistet sein. Unvorhergesehene Ereignisse können und werden immer vorkommen. Daher ist es von Vorteil, vorgängig eine Risikoanalyse vorzunehmen, Präventionsmassnahmen auszuarbeiten und mögliche Handlungsszenarien durchzudenken. Beispiele von möglichen Risiken finden sich in der Risikomatrix im Kapitel 13.

Hinweis zur Dokumentation: Während der Veranstaltung sollten Erkenntnisse aus speziellen Situationen, Abläufe, die verbessert werden könnten oder weitere auffallende Ereignisse positiver und negativer Art dokumentiert werden. Wie dabei vorgegangen werden kann, kann individuell definiert werden, es können zum Beispiel Fotodokumentationen mit Kamera oder Mobiltelefon oder von Hand geschriebene Notizen genannt werden. So werden wichtige Erkenntnisse festgehalten und es wird bereits eine Vorarbeit für die Nachbearbeitung des Events geleistet (Moroff & Luppold, 2018, S. 19; Swiss Olympic - sportcliv.ch, 2015, S. 11).

3.6.3 Abschluss der Sportveranstaltung und Beginn der Nachbearbeitungsphase

Die während des Events erstellten Dokumentationen können nun genutzt werden, um die Qualitätsentwicklung voranzutreiben. Mittels der Auswertungen können Prozesse angepasst, Kommunikationswege verbessert und das Konzept für mögliche Folgeveranstaltungen optimiert werden. Zudem kann mit gezielten Massnahmen die Bindung zu den Teilnehmenden und Helfern gestärkt werden. Diese Phase wird in der Praxis oft übergangen, ist jedoch genauso wichtig wie die vorgängigen Schritte der Planung.

3.7 Die Eventnachbearbeitung

Die temporär errichtete Infrastruktur muss nun abgebaut werden. Benutzte Anlagen werden gereinigt und Material wie Streckenausschilderungen und Hinweisschilder wieder eingesammelt. Falls am Event eine Umfrage an die Teilnehmenden und Zuschauer verteilt wurde, müssen diese nun ausgewertet werden. Positive wie auch negative Aspekte sollten zur Qualitätsverbesserung für die Folgeplanung erfasst werden. Die Auswertungen sollten, wenn immer möglich, niedergeschrieben werden. Es ist zudem anzuraten die Auswertungen bei Folgeveranstaltungen jeweils nach dem gleichen Schema vorzunehmen, so können diese zu einem späteren Zeitpunkt verglichen werden. Dabei können folgende Fragen aufkommen (Moroff & Luppold, 2018, S. 21):

- 🏃 Hat das Konzept und die definierten Prozesse funktioniert?
- 🏃 War die Risikoanalyse hilfreich und richtig eingeschätzt?
- 🏃 Haben wir unsere Ziele erreicht?
- 🏃 Wie zufrieden sind die Teilnehmerinnen und Teilnehmer (Ergebnis Teilnehmerumfrage)?
- 🏃 Wie zufrieden sind die Helferinnen und Helfer (Ergebnis Helferumfrage)?
- 🏃 Gibt es Rückmeldungen von Behörden und anderen offiziellen Stellen?
- 🏃 Wurde das Budget eingehalten?

3.7.1 Danksagungen

Gut organisierte Events beanspruchen viel Arbeitsaufwand und das Entgegenkommen vieler Anspruchsgruppen (siehe auch Kapitel 8 Unterstützung durch externe Partner). Nun ist es an der Zeit, all denen zu danken, die am Gelingen des Trailrun Events mitgeholfen und auch teilgenommen haben. Die Wertschätzung muss unbedingt ausgedrückt werden. Spätestens 10 Tage nach dem Event sollte die Danksagung bei der Empfängerin, beim Empfänger eintreffen (Löschke, 2020; Swiss Olympic - sportdic.ch, 2015, S. 13).

3.7.2 Dokumentation und Abschluss

Eine gut gegliederte und strukturierte Dokumentation ist ein zentraler Teil der Nachbearbeitung. Es muss sichergestellt werden, dass alle Auswertungen erfasst und Dokumente in elektronischer Form abgelegt sind. Diese können für die Planung künftiger Trailrun Events genutzt werden. Auch wenn ein Wechsel in der Organisation stattfindet, können Informationen so leicht abgerufen werden. Zudem dienen sie als Grundlage für einen möglichen Veranstaltungsbericht. In diesem kann auf wenigen Seiten eine Übersicht über den Trailrun Event geschaffen werden, welcher auch für zukünftige Sponsoren einen interessanten Inhalt bietet. Um den Kreis zu schliessen, können Helferinnen, Helfer, Mitarbeiterinnen, Mitarbeiter und zentrale Personen zu einer Abschlussfeier eingeladen werden. Dies hilft dabei das Zusammengehörigkeitsgefühl zu stärken und bereits wieder potenzielle Helferinnen und Helfer für den nächsten Trailrun

Event zu motivieren. Die Abschlussitzung kann auch bereits wieder in Form eines "Kick-Off-Events" für das kommende Jahr genutzt werden (Swiss Olympic - sportcliv.ch, 2015, S. 15–16).

4 Organisationskomitee

Grundlage für eine erfolgreiche Eventorganisation ist ein breit aufgestelltes Organisationskomitee (OK), welches Kompetenzen in verschiedenen Fachbereichen aufweist. Noch bevor das sogenannte Kick-Off-Meeting durchgeführt werden kann, haben sich die Verantwortlichen grundlegende Gedanken zur personellen Planung zu machen. Fragen wie "Wer sind meine Mitstreiter?", "Welche Unterstützer gibt es bereits?" oder "Wer kommt noch in Betracht?" sind laut Seyhan (2018, S. 5) wichtige Fragen im Bereich der Projektentwicklung. Dementsprechend sind darauffolgend wichtige Entscheide in qualitativer und quantitativer Hinsicht zu treffen.

4.1 Organisationsform

In einem ersten Schritt des Eventmanagements gibt es verschiedene Herausforderungen zu bewältigen. Diese sollten auf so wenig Personen wie möglich verteilt sein. Es versteht sich jedoch von selbst, dass ein Organisator davon absehen sollte, alle Punkte auf eigene Faust anzugehen. Es ist demnach hilfreich, die Aufgaben in verschiedene Hände zu legen (Seyhan, 2018, S. 13). Dies nach dem Motto "So viel wie nötig, so wenig wie möglich."

Es gilt bei der Auswahl der Helferinnen und Helfer im Organisationskomitee verschiedene Eckpunkte zu beachten. So müssen bei der organisatorischen Gestaltung die Fähigkeiten, Neigungen und Erwartungen der jeweiligen Personen berücksichtigt werden. Zudem zeigt es sich immer wieder, dass die Leistungs- und Arbeitszufriedenheit stark von der gewählten Organisation abhängt. Es gibt zwar Wahlämter und somit Aufgaben- und Verantwortungsbereiche, jedoch werden die Arbeiten oftmals aufgrund der Stärken der verschiedenen ehrenamtlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verteilt. Dies führt nicht selten dazu, dass einige Menschen quantitativ zu viele Aufgaben aufgebürdet bekommen (Golinsky, 2020, S. 19).

Um die verschiedenen Arbeiten bestmöglich koordinieren zu können, empfiehlt sich die Fixierung von verschiedenen Verantwortlichkeiten, sogenannten Ressorts. Verschiedene Unterbereiche schaffen so Entlastung und fördern das Know-how innerhalb des Organisationskomitees. Dementsprechend könnte ein Organisationskomitee eines Trailrun Events in folgende Ressorts gegliedert sein:

-  Finanzen und Sponsoring
-  Strecke
-  Verpflegung
-  Volunteers
-  Marketing und Kommunikation

Bevor man sich weitere grundlegende Gedanken zur Strukturierung des Organisationskomitees machen kann, gilt es primär die Abgrenzung zwischen der Aufbau- und Ablauforganisation zu machen. Laut Capaul und Steingruber (2016, S. 156) bezieht sich die Aufbauorganisation mit der Definition von

Aufgabenbereichen und Darstellung der Organisationsstruktur in einem Organigramm. Die Ablauforganisation bezieht sich auf die Festlegung von Abläufen und zeitlichen Aspekten der Tätigkeit. Für die Organisation eines Trailrun Events gilt es dementsprechend beides zu koordinieren. Die Aufbauorganisation in Form einer Organisationsstruktur, die Ablauforganisation in Form von Tätigkeitbeschrieben, welche später ausführlich beschrieben werden.

Die oben erwähnten Ressorts des Organisationskomitees könnten zu einer Organisationsstruktur, wie in Abbildung 5 dargestellt, zusammengefügt werden.



Abbildung 5 Mögliche Organisationsstruktur (eigene Darstellung)

Mit der oben abgebildeten Organisation sind die Kompetenzen, Verantwortlichkeitsbereiche und Unterstellungsverhältnisse klar geregelt (Capaul & Steingruber, 2016, S. 157). Zudem ist die Beziehungsstruktur überschaubar und einfach. Im Vergleich zu den eingangs erwähnten Ressorts ist in der obenstehenden Abbildung die Projektleitung hinzugestossen. Laut Seyhan (2018, S. 14) ist in ehrenamtlich geführten Projekten die Ideengeberin oder der Ideengeber oftmals auch gleichzeitig die Projektleiterin oder der Projektleiter und übernimmt wesentliche Aufgaben in der Organisation. So verantwortet die Projektleiterin oder der Projektleiter den Erfolg und Misserfolg des Projekts und steht dafür mit seinem Namen ein. Neben der Projektleitung gibt es noch weitere Verantwortlichkeiten zu regeln. Es sind dies die Stellvertretungen sowie die Stabsdienste innerhalb des Organisationskomitees. Stellvertretungen innerhalb des OK schaffen Sicherheit bei kurzfristigen Ausfällen und dienen während der Eventorganisation oftmals auch als interne Qualitätskontrolle. Stabsdienste an sich unterstützen die Projektleitung oder andere Ressorts in diversen Belangen. Das bekannteste Mittel hierfür ist die Protokollführung während den OK-Sitzungen. Da sich der Aufwand für die Protokollführung im Vergleich zu den anderen Ressorts oftmals im Rahmen hält, wird die Unterstützung diesbezüglich nicht von einem einzelnen Ressort, sondern von einem OK-Mitglied übernommen.

4.2 Arbeitspakete

Nachdem mit der Wahl der Teammitglieder sowie der Fixierung der Organisationsform ein erster Schritt gemacht wurde, werden in einem nächsten die verschiedenen Arbeiten verteilt. Der Vorstand eines Vereins hat zahlreiche und umfangreiche Aufgaben in seiner Verantwortung. Dementsprechend macht in der

Praxis eine Verteilung entsprechend der Fähigkeiten der OK-Mitglieder Sinn. Zum einen sind die Aufgaben auf mehrere Personen verteilt, zum anderen werden dadurch die Motivation der Mitglieder respektive der OK-Mitglieder gestärkt. Es kann so jeder einen Teil zum Erfolg des Projektes beitragen (Golinsky, 2020, S. 49–50).

Eine mögliche Aufgabenverteilung kann der Tabelle 1 entnommen werden.

Ressort	Aufgabe
Projektleitung	Koordination der verschiedenen Ressorts; Leitung der verschiedenen OK-Sitzungen; Ansprechperson für externe Behörden.
Finanzen und Sponsoring	Budgetierung für des Events; Kontrolle der Budgeteinhaltung; Führung und Abschluss der Finanzbuchhaltung; Erstellung des Sponsoringkonzeptes; Akquirierung von Sponsoren; Betreuung der Sponsoren vor, während und nach dem Event.
Strecke	Planung der verschiedenen Laufstrecken; Fixierung der benötigten Sanitäts- und Verpflegungsposten; Markierung der verschiedenen Streckenabschnitte; Kontrolle der Sicherheitsvorschriften auf der Strecke während des Events.
Verpflegung	Organisation der Verpflegung entlang der Strecke sowie im Start- und Zielgelände.
Volunteers	Erstellung des Helferkonzeptes; Rekrutierung von Helfern; Umsetzung des Helferkonzeptes während dem Event (inkl. Briefing und Kontrolle).
Marketing und Kommunikation	Planung und Umsetzung des Marketingkonzeptes; Auswahl geeigneter Kommunikationsmittel (z.B. Social Media); Protokollführung bei den verschiedenen Sitzungen; Unterstützung der Projektleitung im Bereich der externen Kommunikation

Tabelle 1 Aufgabenverteilung innerhalb OK (eigene Darstellung)

Dank der obenstehenden Auflistung können so die Aufgaben einem Ressort zugewiesen werden, sodass diese im Laufe des Projekts abgehandelt werden. Es stellt sich nun die Frage: "Was mache ich wann?" Hierbei kann zum Beispiel auf die vorhin erwähnte Ablauforganisation zurückgegriffen werden. Damit werden zugewiesene Aufgaben in verschiedene Bereiche aufgeteilt und ergeben dementsprechend einen Prozess.

Der Ablauf, welcher in Tabelle 2 ersichtlich ist, zeigt am Beispiel einer OK-Sitzung auf, dass dank der Ablauforganisation verschiedene Aufgaben in Prozesse umgewandelt werden. Im Prozess selbst werden so auch Querschnitte mit anderen Ressorts ersichtlich. So braucht es für den obenstehenden Prozess die Hilfe von zwei verschiedenen OK-Mitgliedern. Erst dank der Fixierung solcher Prozesse können die verschiedenen Aufgaben optimal umgesetzt werden.

Schritt	Teilaufgabe	Zuständiges Ressort
1	Fixierung der nächsten OK-Sitzung	Projektleitung
2	Versand der Traktandenliste	Projektleitung
3	Vorbereitung des Sitzungsprotokolls	Marketing und Kommunikation
4	Führung der OK-Sitzung	Projektleitung
5	Finalisierung des Sitzungsprotokolls	Marketing und Kommunikation
6	Genehmigung des Sitzungsprotokolls	Projektleitung

Tabelle 2 Prozess OK-Sitzung (eigene Darstellung)

5 Reglementierung

Trailrun-Veranstalter sind in ihrem Handeln sehr frei. Zum jetzigen Zeitpunkt hat sich noch kein internationales und nationales Verbandsgeflechte etabliert, welches Trailrun Events einheitlich reglementieren würde. Dennoch gibt es im Bereich des Wettkampfrelements und der Haftung mögliche Leitlinien zu berücksichtigen, die für eine verantwortungsvolle Organisation eines Trailrun Events unabdingbar sind.

5.1 International Trail Running Association (ITRA)

Die International Trail Running Association (ITRA) hat sich nach der Gründung im Juli 2013 auf die Fahne geschrieben, den Läufern aus allen Kontinenten eine Stimme zu geben. So soll die Sportart "Trail Running" international gefördert werden (International Trail Running Association, 2020a). Neben diversen Empfehlungen in den Bereichen der Strecke, der Organisation oder der Durchführung von Laufveranstaltungen, möchte die ITRA in ihrer Ethik-Charta den Trailrun-Liebhabern auf der Welt auch eine gesellschaftliche Leitlinie geben (International Trail Running Association, 2020b).

 Authentizität (authenticity)

 Bescheidenheit (humility)

 Fairness (fairplay)

 Gleichheit (equity)

 Respekt (respect)

5.2 Swiss Athletics

Gegründet im Jahr 1905 ist Swiss Athletics der nationale Fachverband für Leichtathletik (Swiss Athletics, 2020). Swiss Athletics fördert in der Schweiz nicht nur den Spitzensport und Nachwuchs, sondern unterstützt auch den Breitensport. Dank der Zugehörigkeit zum internationalen Leichtathletikverband World Athletics können so in unzähligen Kategorien Wettkämpfe und Meisterschaften mit internationalen Richtlinien durchgeführt werden. Auch im Bereich Trailrun wird seit einiger Zeit eine Schweizermeisterschaft durchgeführt. Der nationale Wettbewerb wird durch einen eigenständigen Organisator organisiert, welcher Mitglied von Swiss Athletics sein muss (Swiss Athletics, 2019).

5.3 Konsequenzen für Trailrun Events

Da es im Trailrun-Bereich aktuell keine verbindlichen Vorgaben gibt, sind die Organisatoren von Trailrun Events in der Ausgestaltung ihres Events völlig frei. Selbstverständlich ist die Tatsache, dass die nationalen, kantonalen und lokalen Gesetzgebungen und Bestimmungen eingehalten werden müssen.

Eine Ausnahme bildet hier die mögliche Durchführung einer Schweizermeisterschaft im Trailrun, welche unter der Obhut von Swiss Athletics durchgeführt wird. Dies bedeutet wiederum, dass der Organisator die verschiedenen Bestimmungen und technischen Vorgaben des nationalen Dachverbandes umzusetzen

hat. Hierfür wird von Seiten Swiss Athletics mit jedem Organisator eine Vereinbarung abgeschlossen (Swiss Athletics, 2019).

5.4 Wettkampfreglement

Neben dem Eventkonzept aus Kapitel 3, welches das Organisationskomitee durch die verschiedenen Planungsphasen eines Projekts begleitet, ist das Wettkampfreglement ein wichtiger Bestandteil eines Trailrun Events. Das Dokument selbst muss mit den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) des Events vom Läufer bei der Anmeldung genehmigt werden.

Mögliche Inhalte für das Trailrun Wettkampfreglement sind untenstehend aufgeführt.

- | | |
|---|---|
|  Organisation |  Streckenänderung und Absage |
|  Wettkampf |  Rangverkündigung |
|  Anmeldung |  Strafen |
|  Prinzip der teilweisen Selbstversorgung |  Beschwerde |
|  Sicherheit |  Jury |
|  Verpflegung |  Versicherung |
|  Zeitlimite und Aufgabe |  Datenschutz |
|  Material |  Gerichtsstand |
|  Startnummernausgabe, Nachmeldungen, Ummeldungen | |

Ein mögliches Inhaltsverzeichnis mit weiteren Informationen ist im Anhang 3 zu finden.

5.5 Haftung

Im Bereich der Haftung gilt es für den Trailrun Event bereits bei der Wahl der Rechtsform wichtige Grundentscheide zu treffen. Stehen laut der Schweizer Gesetzgebung verschiedene mögliche Varianten zur Auswahl, so hat sich das Prinzip des Vereins auf nationaler und internationaler Ebene durchgesetzt. Daher wählen nicht nur die klassischen Vereine diese Rechtsform, sondern auch Verbände wie das Internationale Olympische Komitee (IOC) oder der Weltfussballverband (FIFA).

So regelt das Zivilgesetzbuch (ZGB) in den Artikeln 60-79 alle notwendigen Eckdaten für den Verein, welche für die Organisatoren des Trailrun Events zu beachten sind: Gründung, Organisation, Mitgliedschaft, Haftung und Auflösung.

"Für die Verbindlichkeiten des Vereines haftet das Vereinsvermögen. Es haftet ausschliesslich, sofern die Statuten nichts anderes bestimmen." (Schneiter, 2018, S. 65)

Im Artikel 74a des Zivilgesetzbuches wird ersichtlich, dass dank der Rechtsform eines Vereins die Haftung auf das Vereinsvermögen reduziert wird. Es ist im Negativfall, sei es durch Misswirtschaft oder nicht voraussehbare Ereignisse, nicht möglich, dass die Organisatoren mit dem Privatvermögen haften, sofern es nicht in den Statuten anders bestimmt wurde.

Damit die Organisatoren des Trailrun auch in sportrechtlichen Angelegenheiten eine Ansprechstelle zur Verfügung haben, sieht das Sportförderungsgesetz des Kantons Graubünden im Punkt 4.6 auch eine Rechtsberatung vor (graubündenSPORT, 2020, S. 13). Die Rechtsberatung hilft insbesondere in Fragen des Vereins- und Verbandsrechts, jedoch auch bei vertrags- oder steuerrechtlichen Fragen in Zusammenhang mit dem Sportbetrieb (siehe auch Kapitel 8.3.2 Behörden).

Trotz allen Vorsorgemassnahmen gibt es auch im Eventbereich unvorhersehbare Ereignisse, welche durch den Abschluss von Versicherungen abgesichert werden können. Hierbei ist der Vorstand dafür verantwortlich, dass der Event über einen ausreichenden Versicherungsschutz verfügt (sportdic.ch, 2020a). Dies betrifft alle gesetzlichen Vorschriften, unter anderem auch im Bereich der Sozialversicherungen.

Mögliche Versicherungen für den Trailrun Event werden in der Tabelle 3 auf der nächsten Seite aufgelistet.

Art der Versicherung	Versicherungsnutzen
Haftpflichtversicherung	Die Haftpflichtversicherung deckt Schäden, welche der Verein bzw. seine Mitglieder im Rahmen der Veranstaltung gegenüber Dritten verursachen.
Sachversicherung	Hierbei geht es primär um die Gebäudeversicherung sowie die Mobiliarversicherung. Dies unter der Annahme, dass der Verein selbst über Immobilien (z.B. ein Clubhaus) und Mobiliar (z.B. Material) verfügt.
Rechtsschutzversicherung	Die Rechtsschutzversicherung schützt vor hohen Kosten, welche durch Gerichtsverfahren entstehen können.
Unfallversicherung	Die Unfallversicherung ist obligatorisch für hauptamtliche Angestellte eines Trailrun Events. Für ehrenamtliche Mitarbeiter kann eine Zusatzversicherung abgeschlossen werden. Sollten Entgelte oder Entschädigungen ausbezahlt werden, müssen die gesetzlichen Bestimmungen zwingend eingehalten werden.
Sozialversicherungen	Auch im Bereich der Sozialversicherungen sind primär die hauptamtlich angestellten Personen des Trailrun Events betroffen. Sollten jedoch Entgelte oder Entschädigungen an Ehrenamtliche oder an Athleten gezahlt werden, müssen auch diesbezüglich die gesetzlichen Bestimmungen zwingend eingehalten werden.
Fahrzeugversicherung	Falls die Organisation eigene Fahrzeuge besitzt, ist eine Fahrzeugversicherung notwendig. Diese deckt die Haftpflicht, die Kasko sowie den Insassenunfall.

Tabelle 3: Versicherungsarten (eigene Darstellung)

Neben den Risiken des Veranstalters ergeben sich auch Risiken für die Teilnehmer. Der Bereich Versicherung muss diesbezüglich zwingend im Wettkampfglement erwähnt sein. So ist die persönliche Versicherung Sache des Teilnehmers. Es empfiehlt sich zudem, bei der Startnummernausgabe von den Teilnehmern einen Haftungsausschuss unterzeichnen zu lassen, sodass keine Schadenersatzansprüche geltend gemacht werden können.

6 Strecke

Die Strecke oder der Trail ist ein wesentlicher Faktor, wenn nicht sogar das entscheidende Merkmal eines guten Trailruns. Dies hat damit zu tun, dass die Streckenführung darüber entscheidet, was die teilnehmenden Läuferinnen und Läufer auf ihrem Weg zum Ziel erleben. Chase und Hobbs (2010, S. 5) beschreiben vier charakteristische Merkmale, die eine Trailrunstrecke kennzeichnen sollten.

-  Keine Asphaltierung
-  Natürliche Hindernisse, wie Steine, Schlamm, Schnee, Laub
-  Eine signifikante Zahl an Höhen- und Tiefenmetern
-  Landschaftliche Ausblicke

Eine Strecke, welche diese Anforderungen erfüllt, bedarf vonseiten des Laufenden gemäss Beck (2013, S. 15) hohe Ausdauerfähigkeit, Konzentration und Koordination, da sich der Läufer an ständig wechselndes und mitunter unwegsames Gelände anpassen muss.

Sowohl Beck als auch Chase und Hobbs verweisen in ihren Büchern auf das Naturerlebnis als Teil des Wettkampfes. Auch die Schweizer Autoren des Buchs "Trail Running Schweiz" betonen in einem Interview das Bedürfnis, sich in den Bergen zu bewegen und den Menschenmassen in den Städten zu entkommen (Tourismus, 2020). In einigen Studien wurden die Motivationsmotive von Trailrun-Teilnehmenden untersucht, da die Vorbereitungen und Anreisewege für Trailruns aufgrund der geografischen Begebenheiten meistens beschwerlicher sind. Dies lässt Rückschlüsse auf ein besonders hohes Engagement der Teilnehmenden zu. Prof. Dr. Oliver Stoll und Christin Janouch befragten im Rahmen des "Salomon-4-Trails" Teilnehmende auf ihre Motivationsmotive hin. Der Faktor "Naturerleben" wies hierbei den höchsten Durchschnittswert auf. Dies noch vor "Selbstwert" und "allg. Gesundheit" (Stoll & Janouch, 2020).

6.1 Nationale und internationale Vorgaben

Wie im Kapitel 5 Reglementierung bereits festgehalten wurde, gibt es zum jetzigen Zeitpunkt noch keine anerkannten nationalen und internationalen Trailrunverbände. Auch das Ein-Verbands-Prinzip ist im Trailrunbereich noch nicht institutionalisiert. Die ITRA gibt hierbei Empfehlungen zur Streckenführung ab. Da es einem Trailrunveranstalter aber freigestellt ist, ob er sich der ITRA anschliessen möchte, sind diese nicht verpflichtend. In einigen Ländern gibt es bereits nationale Trailrun-Vereinigungen, welche die Rolle eines Landesverbandes übernehmen. Während dies in der Schweiz noch nicht geschehen ist, bietet die Austrian Trailrunning Association (ATRA) aufgrund der sprachlichen und kulturellen Nähe zur Schweiz einen Richtwert.

6.2 Arten des Laufsports

Der breiten Bevölkerung ist klar, wie ein herkömmlicher Marathon aussieht. Ein Marathon umfasst 42'195 Streckenkilometer und wird meistens auf asphaltiertem Boden ausgetragen. Neben den traditionellen Marathon Events haben sich viele weitere Arten von Laufveranstaltungen etabliert, welche in den nächsten Abschnitten vorgestellt werden.

6.2.1 Trailrun

Wie im ersten Abschnitt dieses Kapitels beschrieben, ist ein Trailrun ein Lauf, der in einer natürlichen Umgebung durchgeführt wird. Gemäss ITRA darf der Anteil an befestigten (gepflastert, asphaltiert, betoniert) Strassen 20 % der Gesamtstrecke nicht überschreiten (ITRA, 2020). In den Statuten der Austrian Trailrunning Association (ATRA) findet sich eine zusätzliche Richtzahl zur Streckenfestlegung. Alle Läufe, die der ATRA angeschlossen sind, müssen einen Höhenmeteranteil von 5% im Verhältnis zur Streckenlänge aufweisen. Bei einer Streckenlänge von 10km müssten also mindestens 500 Höhenmeter absolviert werden (ATRA Austrian Trail Running Association, 2017, S. 2).

6.2.2 Bergmarathon

Es gibt keine offizielle Definition des Bergmarathons. Es ist meistens ein Berglauf, der über die Marathondistanz von 42'195 km verläuft und von Berganstiegen und vielen Höhenmetern geprägt ist. Der Berglaufspezialist Helmut Reitmeir spricht von mindestens 1000 Höhenmetern, die in einem Bergmarathon absolviert werden sollten (Rogge, 2019).

6.2.3 Ultralauf

Als Ultralauf wird jedes Rennen bezeichnet, das die Marathondistanz überschreitet. Um wie viel Kilometer diese Distanz überschreitet werden muss, ist hingegen nicht festgelegt. Ein Trailrun, der länger als ein Marathon ist, wird entsprechend Ultratrail genannt.

6.2.4 Skyrunning

Die International Skyrunning Federation (ISF) definiert Skyrunning als Berglaufen auf extrem anspruchsvollen Trails auf einer Seehöhe von über 2000 Metern. Es gibt vier Disziplinen, die sich nicht nur durch die Distanz, sondern durch die zu bewältigenden Aufstiegshöhenmeter und die technische Schwierigkeit der Trails definieren. Diese sind Vertical, Sky, Ultra und Extreme. Eine zusätzliche Unterscheidung zum Trailrunning, speziell bei Rennevents, sind die straffen Zeitlimits. Bedingt durch die Seehöhe und die technischen Schwierigkeiten sind Skyrunning Events meist zeitlich so begrenzt, dass die Läufer nicht bei Dunkelheit unterwegs sind (ISF, 2020).

6.3 Trailrunstrecke

Da Trailrunstrecken oftmals durch relativ unberührte Naturgebiete, teilweise sogar Naturschutzgebiete führen, wird bei den meisten Veranstaltungen ein grosser Wert auf den Umgang mit der Natur gelegt. Dies bedeutet, dass Materialien für Streckenmarkierungen und Verpflegungsposten generell zurückhaltend eingesetzt werden. Ein zentraler Begriff bildet daher die Selbstautonomie der Läuferinnen und Läufer. Geläufig sind die Begriffe der autonomen und semiautonomen Versorgung. Es kann also durchaus vorkommen, dass ein Trailrun komplett ohne Versorgungsstationen auskommt. Oftmals wird von Veranstaltern abhängig vom Streckenprofil eine Pflichtausrüstung vorgeschrieben, die alle Läuferinnen und Läufer bei sich zu tragen müssen. Dies ist eine Vorsorgemassnahme und sichert den Veranstalter in Haftungsfragen ab. Die Pflichtausrüstung muss je nach Länge und Beschaffenheit der Strecke zusammengestellt werden. Die ITRA und auch die ATRA geben hierzu Empfehlungen in ihren Sicherheitsrichtlinien ab.

6.3.1 Streckenmarkierung

Gemäss den Sicherheitsrichtlinien der ITRA soll eine Streckenmarkierung sicherstellen, dass sich Läuferinnen und Läufer nicht verlaufen und auf spezifische Gefahren hinweisen (ITRA, 2012, S. 7). Länderverbände wie die ATRA gehen einen Schritt weiter und definieren Maximalabstände zwischen zwei Streckenmarkierungen (ATRA Austrian Trail Running Association, 2017, S. 2). Bei vielen Veranstaltungen ist es geläufig, den Teilnehmenden eine Karte oder die GPS-Wegpunkte zur Verfügung zu stellen.

6.3.2 Verpflegungsposten

Verpflegungsposten, alternativ auch Labstellen oder Livepoints genannt, sollen eine möglichst gute und reibungslose Verpflegung der Teilnehmenden sicherstellen. Es gibt hierbei keine Vorgaben, wie diese optimal verteilt sein sollen, da dies stark mit der Streckenführung zusammenhängt. Es bietet sich an, Verpflegungsposten wenn möglich bei Bergbahnstationen oder Zufahrtswegen zu planen, um logistische Überlegungen zu vereinfachen. Überdachte Verpflegungsposten werden besonders von Volunteers bei stürmischem Wetter geschätzt. Zentral ist als Veranstalter, dass das Verpflegungsangebot und der Grad der Selbstautonomie vorgängig kommuniziert und entsprechend eingehalten wird. Die Läuferinnen und Läufer können aufgrund dieser Informationen eine zusätzlich benötigte Verpflegung selbst mitführen. Livepoints unterscheiden sich in ihrer Funktionsweise von normalen Verpflegungsposten, die ein bestimmtes Angebot an Getränken und Nahrung bereitstellen. Livepoints haben meistens ein erweitertes kulinarisches Angebot. Vor allem bieten sie den Teilnehmenden aber die Möglichkeit, am Start einen Dropbag zu hinterlegen, der vom Veranstalter zu einem bestimmten Livepoint gebracht wird, wo die Läuferin oder der Läufer wieder darauf zugreifen kann, ohne das Material selbst mitführen zu müssen.

6.4 Medicalpoints und Zeitmessung

Die Bereitstellung von Medicalpoints ist vonseiten der ITRA nicht festgelegt. Die ATRA empfiehlt bei Strecken über 110km nach zwei Drittel der Strecke einen Medicalpoint (ATRA Austrian Trail Running Association, 2017, S. 2). Natürlich ist eine höhere Anzahl an Medicalpoints nie von Schaden. Hierbei kann auch zwischen Medicalpoints mit Sanitätspersonal und jenen mit einem zusätzlich anwesenden Arzt unterschieden werden. Des Weiteren sollten Veranstalter sicherstellen, dass alle Teilnehmenden die Notfall-Telefonnummern kennen und diese wenn möglich abgespeichert haben. Gewisse Veranstalter setzen die Installierung der Rega-App oder vergleichbarer Dienste voraus.

Es empfiehlt sich, genügend Kontrollpunkte zur Zeitmessung sicherzustellen. Je nach Grösse des Teilnehmerfelds macht es Sinn, auf eine automatisierte Erfassung zu setzen. Diese Erfassung dient zur präzisen Bestimmung der Teilnehmeranzahl und Identifikation der einzelnen Teilnehmenden. Dies hilft, um Rennaussteiger und Läuferinnen und Läufer in Schwierigkeiten zu identifizieren. Die ITRA empfiehlt einen Maximalabstand von 15km zwischen zwei Kontrollposten (ITRA, 2012, S. 8). Oftmals wird eine Cut-off-Time festgelegt, bei der die Teilnehmenden einen gewissen Streckenabschnitt absolviert haben müssen. Dies dient der Sicherheit und stellt sicher, dass keine Teilnehmenden auf der Strecke zurückbleiben.

6.5 Kategoriensystem

Es bietet sich an, verschiedene Strecken mit verschiedenen Schwierigkeitsgraden anzubieten, um möglichst viele Zielgruppen anzusprechen. Die Möglichkeiten verschiedener Streckenlängen hängt stark mit den geographischen Voraussetzungen zusammen. Es bleibt aber eine strategische Entscheidung, wie eine Veranstaltung positioniert werden soll. Oftmals gestaltet es sich schwierig, im selben Gelände einen Trailrun für Anfänger mit geringer Streckenlänge und einen sehr langen Ultratrail durchzuführen. Es ist deshalb sinnvoll, sich auf einige spezifische Zielgruppen zu begrenzen und den Anlass auf diese auszurichten. Diese Segmentierung hat bestenfalls auch Einfluss auf die Infrastruktur im Start- und Zielgelände, die Konzipierung der Verpflegungsstände und der Streckenmarkierung.

7 Finanzierung

Gemäss dem BASPO werden in der Schweiz jährlich rund 230'000 Sportveranstaltungen durchgeführt (Rütter Soceco, 2020, S. 10). Dies bedeutet, dass pro Tag durchschnittlich 630 Sportveranstaltungen stattfinden. Diese sind teilweise sehr unterschiedlich und stehen mitunter nicht in direkter Konkurrenz zu einander. Trotz allem zeigen diese Zahlen, wie umkämpft der Schweizer Sportveranstaltungsmarkt ist. All diese Veranstalter kämpfen um die Gunst sportbegeisterter Personen und insbesondere um potenzielle Geldgeber, die sie bei der Durchführung ihrer Sportanlässe finanziell unterstützen. In der Planungsphase ist es daher zentral, sich frühzeitig Gedanken zu machen, wie die Finanzierung des eigenen Anlasses sichergestellt werden soll. Hierbei kann auf verschiedene Finanzierungsformen zurückgegriffen werden, die nachfolgend erläutert werden.

7.1 Einnahmen am Event

Dieser Finanzierungsform sind alle Einnahmen zuzuordnen, welche direkt durch den Event und ohne zusätzliche Vermarktung generiert werden. Hierzu gehören bei einem Trailrun beispielsweise die Teilnahmegebühren der Läuferinnen und Läufer. In einem theoretischen Idealfall können alle Kosten einer Veranstaltung durch die Teilnahmegebühren abgedeckt werden. In diese Kategorie werden aber auch Einnahmen durch Dienstleistungen während des Events gezählt, solange sie vom Veranstalter direkt organisiert sind. Dies können je nach Event Einkünfte durch Gastronomie oder Eintrittsgebühren der Zuschauerinnen und Zuschauer sein.

7.2 Mäzenatentum

Ein Mäzen ist eine meist vermögende Privatperson, welche Vereine oder Veranstaltungen mit privaten, finanziellen Mitteln fördert. Im Unterschied zu einem Sponsor handelt ein Mäzen aus uneigennütigen Motiven und stellt die Mittel freiwillig zur Verfügung, ohne eigene geschäftliche Interessen zu verfolgen (Ollrog, 2009, S. 48).

7.3 Crowdfunding

Crowdfunding eignet sich vor allem für die Finanzierung von einmaligen Projekten. Dennoch bietet es die Möglichkeit, bei Finanzierungsschwierigkeiten Teilbereiche eines Events zu finanzieren. Crowdfunding – auf Deutsch Schwarmfinanzierung – ist eine Finanzierungsform, die mehrheitlich über das Internet abläuft. Meist über dafür spezialisierte Plattformen stellen Künstler, Aktivisten, Veranstalter und Unternehmer ihre Projekte dar und nennen die benötigte Summe sowie die erwartbare Gegenleistung für die Geldgeber. Internetnutzer haben die Möglichkeit finanzielle Unterstützung für ein ausgewähltes Projekt zu leisten. Dieser digitale Spendenaufruf ist meistens an einen vorbestimmten Zeitraum geknüpft. Nach Ablauf des Zeitraums fließt das gesammelte Geld an den Initianten (Prof. Dr. Oliver Bendel, 2019).

7.4 Sponsoring

Im Gegensatz zum Mäzenatentum beruht Sponsoring auf einer Vereinbarung zwischen dem Sponsor und dem Gesponserten. Diese baut auf dem Prinzip von Leistung und Gegenleistung auf (Walzel & Schubert, 2018, S. 46). Meist treten Unternehmen als Sponsor auf, weil sie sich dadurch einen positiven Image-transfer vom Gesponserten zur eigenen Unternehmung oder eines spezifisches Produktes wünschen (Bruhn, 2018, S. 1). Sportsponsoring ist in der Sportbranche besonders beliebt. In einer Studie, die 220 Entscheidungsträger aus dem Bereich Sponsoring in den DACH-Ländern Deutschland, Schweiz und Österreich befragte, gaben 99% der Befragten an, sich mit ihrem Unternehmen im Sportsponsoring zu engagieren (Nielsen Sports, S. 9).

7.4.1 Sponsorenakquise

Da die meisten Sportveranstalter auf gute Sponsoringpartnerschaften angewiesen sind, um ihren Anlass finanzieren zu können, ist die Sponsorenakquise ein elementarer Bestandteil eines gelungenen Projekts. Die Haltung gegenüber dem Sponsor ist als Gesponserter entscheidend. Wird der Sponsor als Partner oder als blosser Geldgeber angesehen? Zweiteres kann sich ein Veranstalter in der Regel nur erlauben, wenn die Werbewirkung und somit die Nachfrage nach Sponsoringpaketen sehr gross ist. Da dies bei Trailrun Events tendenziell nicht der Fall ist, muss spezifisch auf den Sponsor als Partner eingegangen werden. Dies beginnt bereits bei der Sponsoringanfrage.

Damit sich der Gesponserter mit konkreten Angeboten und Plänen auf Sponsorensuche begeben kann, sollte ein Sponsoringkonzept ausgearbeitet werden. In diesem Konzept werden Rahmenbedingungen spezifiziert, Ziele und Strategien erarbeitet, die potenziellen Sponsoren präsentiert werden können (Walzel & Schubert, 2018, S. 161). Das Sponsoringkonzept sollte jeweils möglichst präzise auf den jeweiligen Sponsor zugeschnitten sein. Ein auf den Sponsor ausgelegtes Konzept erhöht die Wahrscheinlichkeit eines Vertragabschlusses.

7.4.2 Bestandteile Sponsoringkonzept

Wie bereits erwähnt, ist das Ziel des Sponsorings aus Sicht von Unternehmen der Transfer von positiven Imagekomponenten des Sports auf die eigene Marke oder Produkte. Die Beschreibung der eigenen Werte und Visionen sollen einem potenziellen Sponsor die eigene Identität näherbringen und ihm aufzeigen, worin sich der präsentierte Sportanlass von anderen unterscheidet (Walzel & Schubert, 2018, S. 171–172). Die Sponsoringziele sollen dem Sponsor aufzeigen, wie und wo seine Leistungen eingesetzt werden. Für den Sponsor ist wichtig zu wissen, für welche Bereiche eines Events er seine Ressourcen einbringt und wie gross der Anteil der angestrebten Sponsoringeinnahmen am Gesamtbudget der Veranstaltung sind (Walzel & Schubert, 2018, S. 168).

Veranstalter sollten ihre Zielgruppen möglichst gut kennen. Der Sponsor muss erfahren, welche Zielgruppen am Anlass teilnehmen werden und welche sich davon mit seinen eigenen Zielgruppen überschneiden, um diese möglichst effektiv anzusprechen oder durch das Sponsoring gar neue Zielgruppen zu erschliessen. Die Sponsoringreichweite ist für einen Sponsor ein zentraler Punkt. Der Gesponserte muss aufzeigen können, wie viele Personen am Anlass teilnehmen werden, ob der Anlass auf eine gewisse Medienpräsenz zählen kann und wie diese für den Sponsor nutzbar gemacht werden kann. Heutzutage nimmt hierbei die Wichtigkeit der Social-Media-Reichweite immer stärker zu. Im Idealfall kann ein Gesponserter seinem Sponsor aufzeigen, welche Zielgruppen über welche Kanäle erreicht werden. Die Erhebung dieser Daten kann über Befragungen oder Onlineanalysetools geschehen (Walzel & Schubert, 2018, S. 171).

Die angestrebten Leistungen müssen klar beschrieben werden. Je nach Aufbau des Sponsoringkonzepts können diese mit den Sponsoringzielen verknüpft werden. Im modernen Sponsoring gehen die erbrachten Leistungen weit über finanzielle Zuwendungen hinaus. Gerade im Bereich Sachsporing können sehr interessante Partnerschaften entstehen, die für beide Parteien nachhaltiger sind, als eine reine Verschiebung von Geldmitteln. Der vielleicht spannendste Punkt für einen zukünftigen Sponsor sind die potenziellen Gegenleistungen. Eine Zusammenstellung aller möglicher Gegenleistungen ist vor einer Sponsorenanfrage unbedingt vorzunehmen. Nachfolgend eine nicht abschliessende Auflistung möglicher Gegenleistungen im Rahmen eines Trailrun Events.

Werbeleistungen

-  Präsentation Logo auf Strecke/Verpflegungs- und Kontrollposten/Kleidung OK/Startnummern
-  Integration Sponsor in Kommunikationskanälen wie Newsletter/Plakate/Flyer/Website/Social Media
-  Namensrecht des Events an Sponsor übertragen (meistens Hauptsponsor)
-  Recht, auf eigenen Kommunikationskanälen auf Engagement als Sponsor hinzuweisen

Sachleistungen

-  Sponsoring Fahrzeuge
-  Sponsoring Bekleidung
-  Sponsoring Verpflegung Läuferinnen und Läufer
-  Sponsoring Gastronomie im Zielraum
-  Sponsoring EDV-Ausrüstung

Spezialsponsoring

- 🏃 Das Recht, mit einem Zusatz, wie zum Beispiel "...offizieller Sponsor von..." oder "...presented by..." zu werben.
- 🏃 Teilnahme an Sponsorentreffen
- 🏃 Zugang zu VIP-Bereich
- 🏃 Zugang zu internen Daten (Anmeldedaten für Werbezwecke)
- 🏃 Produktpräsentationen am Event (Verkaufsstand)
- 🏃 Gewinnspiele, Verlosungen
- 🏃 Exklusive Kontaktmöglichkeiten von Spitzenathleten
- 🏃 Side Events aller Art

7.4.3 Sponsorenhierarchie

Die Branchenexklusivität ist ein wichtiger Punkt, welcher bei der Erarbeitung einer Sponsoringstrategie nicht vergessen werden darf. Branchenexklusivität sichert einem Sponsor meist vertraglich zu, dass der Gesponserte mit keinem anderen Unternehmen aus derselben Wirtschaftsbranche eine Sponsoringpartnerschaft eingeht (Walzel & Schubert, 2018, S. 338). Dem Veranstalter sollte im Vorhinein bewusst sein, wie er seine Sponsorenhierarchie gestalten möchte. Hierzu gehört die Überlegung, in welchem Mass Branchenexklusivität vergeben werden soll. Oftmals wird die

Sponsorenhierarchie in Pyramidenform dargestellt. Sponsoren im oberen Bereich der Pyramide genießen üblicherweise Branchenexklusivität. Es ist ebenfalls gängig, anhand der zu vergebenden Gegenleistungen gewisse Sponsoringpakete zu schnüren, die einer gewissen Pyramidenstufe zugeordnet sind und von interessierten Sponsoren als ganzes Paket zu einem definierten Preis erworben werden können.

Als Sportveranstalter sollte man sich ebenfalls vorgängig bewusstwerden, welche Unternehmen oder Wirtschaftszweige nicht als Sponsoren in Frage kommen. Gründe für einen solchen Ausschluss sind beispielsweise Produkte oder Dienstleistungen, die nicht vereinbar sind mit den eigenen Grundwerten. Speziell im Sport kommt die Rolle des sozial verantwortlichen, wohlfahrtsstiftenden Anbieters zum Tragen. Sponsoringvereinbarungen mit Tabak- und Alkoholproduzenten oder Wettanbietern sind in der Regel kritisch. Ebenfalls können Unternehmen, welche in Skandale verwickelt sind oder waren, Umweltschutzaufgaben missachten oder zweifelhafte Geschäftspraktiken verfolgen einen Imageverlust zur Folge haben. Die

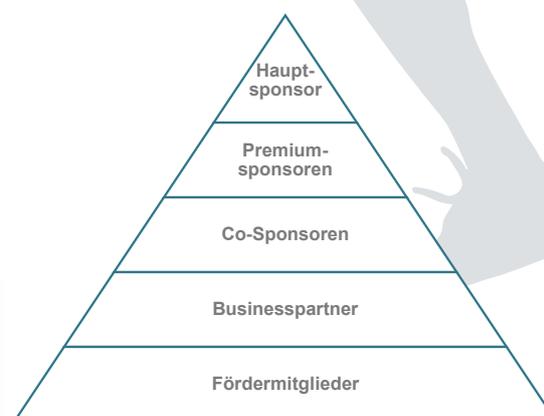


Abbildung 6 Sponsoringpyramide (eigene Darstellung in Anlehnung an Walzel & Schubert (2018, S. 176))

potenziellen Reaktionen von Teilnehmenden, Medien und weiteren Stakeholder auf neue Sponsoren sind möglichst gut vorzubereiten und zu antizipieren (Walzel & Schubert, 2018, S. 165–166).

7.5 Kostenpunkte

In diesem Kapitel werden mögliche Kostenpunkte eines Trailrunning-Events aufgeführt. Die Auflistung ist nicht abschliessend.

Infrastruktur/Unterkunft

Miete Locations
 Hotelzimmer für Spitzenläufer
 Hotelzimmer für OK
 Hotelzimmer für weitere Beteiligte
 Massagedienst
 Sanitätsdienst
 Kleinmaterial
 Miete für Fahrzeuge
 Material für Verpflegungsposten
 Material für Kontrollposten
 Festwirtschaft inklusive VIP-Verpflegung
 Miete Zelte und Festbänke
 Miete Speaker und Funkgeräte

Marketing

Werbeposter
 Flyer/Drucksachen
 Inserate und Newsletter
 Tagesfotografie
 Webseite
 Social-Media-Werbung

Strecke/Rennen

Bewilligungen Gemeinde
 Streckensicherung/Markierung
 Zelte für Helfende
 Klappbecher
 Finisherpreise (Geld- und Naturalpreise)
 Miete Zeitmessung
 Entschädigung Landeigentümer

Volunteers

Bekleidung Volunteers
 Helfertag
 Bekleidung OK
 Verpflegung Volunteers

8 Unterstützung durch externe Partner

Ein Sportevent ist mit viel Aufwand verbunden, weshalb die Organisatoren auf externe Unterstützung angewiesen sind. Weshalb Externe den Anlass unterstützen wollen, hat unterschiedliche Gründe – seien es sportliche, wirtschaftliche oder politische Gründe. Die Unterstützung erfolgt nicht nur finanziell sondern auch materiell (Stettler et al., 2011, S. 21–22). Im Unterkapitel 8.1 Bewilligungen wird aufgeführt, wofür Bewilligungen eingeholt werden müssen. Anschliessend werden die wichtigsten Stakeholder eines Trailrunning-Events in einer Stakeholderanalyse genannt und erläutert (Kapitel 8.2 und 8.3).

8.1 Bewilligungen

Für die Durchführung eines Trailrunning-Events sind zahlreiche Bewilligungen notwendig. Erste Anlaufstelle ist die Gemeinde, in welcher die Infrastruktur benützt wird. Es soll möglichst früh vor dem Anlass ein Sammelgesuch an die Gemeinde eingereicht werden, da das Gesuch von verschiedenen Stellen behandelt wird. Dies ermöglicht Planungssicherheit, sobald die Bewilligung vorliegt. Ein Beispiel des FHGR Trail Run in der Lenzerheide an die Gemeinde Lantsch/Lenz findet sich im Anhang 5.

Je nach Umfang und Art des Anlasses sind unterschiedliche Bewilligungen einzuholen. Nachstehend eine nicht abschliessende Auflistung von benötigten Bewilligungen:

-  Für den Anlass selbst (Datum, Zeitraum, Ort, erwartende Besucher-/Teilnehmeranzahl nennen)
-  Für die Strecke (Streckenplan beilegen)
-  Für eine allfällige Strassensperrung (genauer Ort und Zeitraum nennen)
-  Für die Beschallung (Datum, Zeitraum, Ort und Beschallungsart nennen)
-  Für die Benützung der Gemeindeligenschaften
-  Für die Benützung der öffentlichen Parkplätze
-  Für benötigtes Gemeindematerial (z.B. Absperrgitter)
-  Für benötigte Hilfe des Gemeindepersonals (z.B. Gemeindepolizei für Strassensperrung)
-  Für das Führen einer Festwirtschaft
-  Für die Reklame, welche beispielsweise über der Strasse angebracht wird

Wichtig: Die Gemeinde leitet die Gesuche an die zuständigen Stellen weiter und erteilt bei Rückmeldung sämtlicher Stellen einen Gesuchsentscheid. Es empfiehlt sich mit der Gemeinde Kontakt aufzunehmen, um den genauen Ablauf zu klären. Dies kann von Gemeinde zu Gemeinde unterschiedlich gehandhabt werden. Die Tourismusdestination kann hier ebenfalls Hilfe und Unterstützung leisten.

Nebst dem Gesuch an die "Hauptgemeinde" ist für die Strecke eine Bewilligung sämtlicher Gemeinden notwendig, welche passiert werden. Ein Beispiel des FHGR Trail Run in der Lenzerheide an die Gemeinde

Vaz/Oberbaz ist im Anhang 6. Für die Benützung von Privatliegenschaften oder bei Streckenverlauf über Privatgrundstück ist unbedingt die Zustimmung der jeweiligen Eigentümer einzuholen. Die Gemeinde kann diese bekannt geben. Auf der zentralen Geodatendrehscheibe Graubündens (www.geogr.ch) können auch selbst sämtliche Grundeigentümer abgefragt werden. Weiter sind die Anwohner, welche direkt tangiert werden, über den Anlass zu informieren.

8.2 Stakeholderanalyse

Ein Trailrunning-Event hat zahlreiche Stakeholder (= Anspruchsgruppen). Vor der Organisation eines Trailrunning-Events ist es sinnvoll, die wichtigsten Anspruchsgruppen zu definieren und sich deren Anforderungen bewusst zu sein. In der untenstehenden Grafik sind die wichtigsten Stakeholder aufgeführt. Die gelben Pfeile zeigen mögliche Leistungen der Stakeholder an den Event an. Die grauen Pfeile die Leistungen, welche der Event an diese als Gegenleistung erbringen kann.

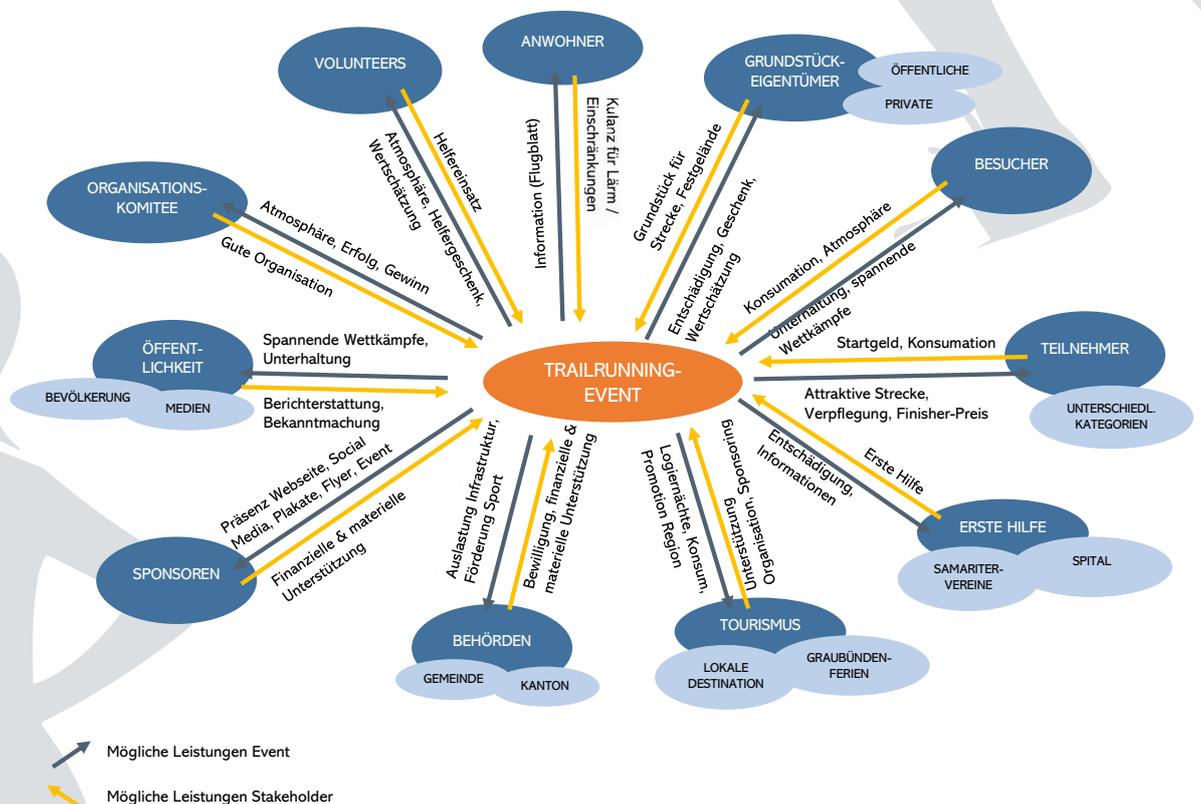


Abbildung 7 Leistungen Event und Stakeholder (eigene Darstellung)

8.3 Leistungen und Gegenleistungen Stakeholder

Die obenerwähnten Stakeholder werden in diesem Kapitel genauer erläutert.

8.3.1 Anwohner

Sind Anwohner durch die Veranstaltung betroffen, beispielsweise durch Lärm, Durchfahrtserschwerung oder Parkproblemen, ist eine frühzeitige Einbindung der Anwohner ratsam. Wenn die Anwohner früh Informationen zu den Veranstaltungen und Ansprechpersonen bei Problemen oder Fragen erhalten, werden allfällige Unklarheiten bereits vor dem Event geklärt. Die Informationen zum Trailrunning-Event sind idealerweise durch Flyer oder Infobriefe zu vermitteln. Bei grösseren Events kann auch eine Versammlung einberufen werden. Soll der Event über mehrere Jahre stattfinden, kann ein Geschenk (z.B. Gutschein) eine sinnvolle Massnahme sein, um den besonders tangierten Anwohnern Dankbarkeit und Wertschätzung zu zeigen (Holzbaur et al., 2010a, S. 76).

8.3.2 Behörden

Die Organisation und Durchführung von Sportveranstaltungen werden oft durch diverse Stellen auf kommunaler, kantonaler und nationaler Ebene unterstützt.

Kommunale Ebene

Die kommunale Behörde des jeweiligen Standortes ist für das Bewilligungsverfahren für den Sportevent zuständig. Sie unterstützen Sportveranstaltungen mit Dienstleistungen und finanziellen Mitteln nach eigenen Kriterien. Gemäss Sportförderkonzept des Kantons Graubünden besitzt jede Bündner Gemeinde eine Ansprechperson für Sport, die alle an der lokalen Sportförderung beteiligten Anbieter und Nutzer vernetzt, die Anlagennutzung optimiert und auf dem Gebiet des Sports für gute Rahmenbedingungen sorgt (graubündenSPORT, 2020, S. 19).

Kantonale Ebene

Der Kanton Graubünden will den Sport fördern und unterstützt daher zahlreiche Sportanlässe im ganzen Kanton. Im Sportförderkonzept des Kantons Graubünden wird unter Punkt 4.4 festgehalten, dass rund 400 Veranstaltungen pro Jahr mit einem Beitrag aus dem Sport-Fonds unterstützt werden. Die Beitragshöhe liegt zwischen CHF 500.00 bis max. CHF 7'500.00 pro Veranstaltung. Veranstaltungen mit überregionaler Bedeutung können zusätzlich unterstützt werden, wenn die Veranstaltung den Bekanntheitsgrad der Tourismusregion Graubünden und die touristische Wertschöpfung erhöht und die Marke Graubünden in das Kommunikationskonzept miteinbezogen wird (graubündenSPORT, 2020, S. 12). Aufgrund dieser Gesetzeslage kann beim Amt für Volksschule und Sport ein Gesuch für einen finanziellen Beitrag eingereicht werden. Dieses muss mindestens 4 Wochen vor Veranstaltungsbeginn beim Amt eingehen (gr.ch, 2020).

Der Kanton ist auch Dienstleister in den Bereichen Verkehr und Sicherheit. Die Gemeinde- und Kantonspolizei stellen Material oder Arbeitseinsätze zur Verfügung (evtl. mit Vergünstigung zur Förderung des Sportanlasses).

Nebst den finanziellen und materiellen Beiträgen stellt der Kanton auch einen finanzierten Rechtsberatungsdienst im Zusammenhang mit dem Sportbetrieb der Bündner Sportvereine und -verbände zur Verfügung. Gemäss Punkt 4.5 des Sportförderkonzeptes (graubündenSPORT, 2020, S. 13) wird Beratung in sportrechtlichen Angelegenheiten wie beispielsweise Fragen des Haftpflichtrechts oder Vertragsrecht angeboten. Der Rechtsberatungsdienst wird vom Bündner Verband für Sport (BVS) angeboten (Weitere Informationen: www.bvs-gr.com).

Nationale Ebene

Das Bundesamt für Sport (BASPO) unterstützt Sportveranstaltungen mit Dienstleistungen und zweckbestimmten Mitteln. Dies betrifft allerdings nur Sport-Grossveranstaltungen mit internationaler Bedeutung, weshalb hier nicht weiter darauf eingegangen wird.

8.3.3 Besucher

Event bedeutet in der Wahrnehmung der Besucher die Einmaligkeit eines Ereignisses. Neben dem Trailrun-Wettkampf kommt dem Catering, daher der Versorgung der Besucher mit Speisen und Getränken eine hohe Bedeutung zu (Holzbaur et al., 2010a, S. 62). Verpflegung bedeutet bei einer Veranstaltung nicht nur die Besucher satt zu bekommen, sondern ihnen auch ein gemeinsames Erlebnis zu bieten. Dies ist eine willkommene Gelegenheit und ein angenehmer Rahmen für die Kommunikation (Holzbaur et al., 2010a, S. 41). Durch die Konsumation der Besucher werden Einnahmen generiert, im Gegenzug bietet der Event den Besuchern eine einmalige Atmosphäre.

8.3.4 Erste Hilfe

Für die erste Hilfe sind auf der Trailrun Strecke einige Sanitätsposten einzurichten. Diese Aufgabe kann von Samaritern aus den umliegenden Gemeinden ausgeführt werden. Auf der Webseite des Kantonalverband Bündner Samaritern sind alle Vereine des Kantons aufgelistet inkl. Kontaktadresse (www.kvbs.ch). Für die erste Versorgung auf der Strecke sind die Samariter zuständig und können bei Bedarf die Rega alarmieren.

Eine Ambulanz auf der Strecke oder im Ziel ist nicht notwendig, da bei Notfällen auf der Strecke oftmals die Zufahrt für die Ambulanz nicht möglich ist. Es empfiehlt sich aber, das nächste Spital/die nächsten Spitäler über den Anlass zu informieren. So kann sich das Notfall-Team vorbereiten und Ressourcen einplanen.

8.3.5 Grundstückeigentümer

Im Vorfeld des Anlasses müssen alle Grundstückeigentümer befragt und deren Einverständnis eingeholt werden. Dies gilt für die Strecke (Wanderwege) wie auch das Eventgelände und die Parkmöglichkeiten.

Hinsichtlich weiterer Folgeevents ist die Wertschätzung mit einem Geschenk sinnvoll. Nur mit Zustimmung der Langeigentümer ist ein solcher Event überhaupt möglich.

8.3.6 Öffentlichkeit

Mit der Öffentlichkeit sind die Medien und die Bevölkerung gemeint. Die Medien sorgen dafür, dass der Event in den Magazinen, Radio, Zeitungen erwähnt wird und damit bei der Bevölkerung bekannt gemacht wird. Die Medien sind daran interessiert über Sportveranstaltungen zu berichten. Daher empfiehlt es sich, die regionalen Zeitungen, Radio, TV etc. über den Event zu informieren und einzuladen.

8.3.7 Organisationskomitee

Das Organisationskomitee hat die Fäden in der Hand. Es interagiert mit allen Anspruchsgruppen und sorgt für das Gelingen des Anlasses. Der Aufwand des ehrenamtlichen OK's ist gross, wobei die Gegenleistung in materieller Form gering ausfällt (z.B. gratis Verpflegung an Sitzungen/Event, OK-Bekleidung). Als Gegenleistung immaterieller Art erhalten die Mitglieder des OKs Anerkennung, Ansehen und Selbstverwirklichung.

8.3.8 Sponsoren

Die Sponsoren stellen dem Eventveranstalter Geld- oder Materialleistungen zur Verfügung. Im Gegenzug erwähnt der Veranstalter die Sponsoren in Flyern, auf Plakaten und der Webseite. Daneben werden die Sponsoren an den VIP-Apéro eingeladen. So zeigt der Organisator den Sponsoren Wertschätzung und bietet ihnen die Möglichkeit den Anlass hautnah mitzerleben. Der Apéro soll hinsichtlich künftiger Veranstaltungen auch zur Partnerschaftspflege genutzt werden.

8.3.9 Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Die Aktivierung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer ist wichtig für den Erfolg des Events (Holzbaur et al., 2010a, S. 20). Der Veranstalter des Events muss die Zielgruppe aktiv zur Teilnahme bewegen, da das Angebot an Veranstaltungen und Unterhaltung immer grösser wird und die freie verfügbare Zeit (Freizeit nach Abzug fester Verpflichtungen) abnimmt (Holzbaur et al., 2010a, S. 33). Wie dies gelingt, wird im Kapitel 11 (Marketing) beschrieben.

8.3.10 Tourismus

Die Organisation eines Trailrunning-Events hat positive Wirkungen auf den Tourismus. Der Anlass generiert ein positives Image der Destination und die Auslastung der bereits existierenden Sportstätten sowie auch die Anzahl der Übernachtungen wird maximiert (Hallmann, 2010, S. 84). Durch die Zusammenarbeit Event und Tourismus können beide profitieren, weshalb die Organisatoren auf die lokale Tourismus-

Destination zählen können. Nebst Hilfestellungen im organisatorischen Bereich (Bewilligungsgesuche, Marketing, Event-Material) kann die Destination auch finanzielle Beiträge sprechen.

8.3.11 Volunteers

Volunteers stellen ihren Helfereinsatz gratis zur Verfügung und erwarten als Gegenleistung einen gut organisierten Anlass. Das heisst, die Volunteers sollen gezielt eingesetzt werden und gut geschult werden. Als Gegenleistung kann der Event eine grossartige und freundliche Atmosphäre bieten. Die Volunteers sollen die Möglichkeit erhalten, sich im Helferzelt zu verpflegen oder (wenn nicht möglich) ein Lunchpaket erhalten. Es ist wichtig, die Einsätze wertzuschätzen. Dies wird im Kapitel Volunteers weiter erläutert.

9 Volunteers

In der Schweiz engagieren sich mehr als 700'000 Personen in einem Sportverein oder Sportveranstaltungen (Swiss Olympic, 2020b). Es sind grundsätzlich genügend Personen vorhanden, die den Trailrun Event unterstützend zum Erfolg bringen können. Damit diese zur Unterstützung motiviert werden können und auf was dabei geachtet werden sollte, wird nachfolgend erläutert.

Bei der Organisation eines Trailrun Events kommen, wie im Kapitel 3 Eventplanung aufgezeigt, vielschichtige, komplexe Aufgaben zusammen. Damit diese gemeistert werden können, ist eine bestimmte Anzahl an Helferinnen und Helfern notwendig. Diese setzt sich meist aus freiwilligen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, wie zum Beispiel dem Organisationskomitee oder freiwilligen Helferinnen und Helfern, sogenannten Volunteers zusammen. Die Volunteers leisten in der Regel unentgeltliche Arbeit. Das Organisationskomitee umfasst alle Personen, welche die Fäden in der Hand halten und für die Planung des Trailrun Events zuständig sind. Wenn der Eventtag vor der Türe steht, braucht man jedoch noch weitere Helferinnen und Helfer. Ein positives Image des Events ist ein wichtiger Aspekt, zu welchem die Volunteers massgebend beitragen können. Im Gastronomiebereich, bei der Startnummernausgabe, beim Aufbau und weiteren vielseitigen Helferpositionen, stehen sie in direktem Kontakt mit den Teilnehmerinnen, Teilnehmer, Zuschauerinnen und Zuschauer. Durch ihre aufgestellte und zuvorkommende Art können sie daher zu einem positiven Bild des Trailrun Events beitragen und sind massgebend für den Erfolg - nicht nur im materiellen Sinne. Damit die Volunteers trotz unentgeltlicher Arbeit während des ganzen Events zur Verfügung stehen und nicht plötzlich abspringen, ist es unabdingbar, dass sie sich bei der Ausübung ihrer Tätigkeit wertgeschätzt fühlen (Werkmann, 2014, S. 1).

9.1 Motive für Volunteering

Da Volunteers in den meisten Fällen nicht direkt mit einer Geldleistung entlohnt werden, brauchen sie andere Motive, die sie zur Ausübung ihrer Helfertätigkeit anregen. Ihre Beweggründe könnten zum Beispiel sein, dass sie mit Gleichgesinnten etwas erreichen, sich in ihrer Tätigkeit unter Beweis stellen und natürlich etwas Neues dazulernen wollen (Swiss Olympic, 2020c). Diverse Befragungen von Volunteers an vergangenen Sportgrossveranstaltungen haben ergeben, dass die Motivation zum Helfen auf Gründen wie dem Ehrgefühl an der Veranstaltung dabei zu sein und Erhalt von Anerkennung als Belohnung basiert (Swiss Olympic, 2011, S. 6). Es ist weit verbreitet, dass der funktionale Ansatz, welcher in der Sozialpsychologie angewendet wird, auf die Analyse von Freiwilligenarbeit angewendet wird. Es gibt dabei sechs Funktionen, von denen vier bei der Durchführung eines Trailrun Events relevant sein könnten.

9.1.1 Wertefunktion

Durch die Arbeit als Volunteer können eigene Wertvorstellungen nach aussen getragen werden. Als Beispiel kann hier die Unterstützung einer lokalen Veranstaltung genannt werden.

9.1.2 Erfahrungsfunktion

Durch die Freiwilligenarbeit kann die Helferin oder der Helfer wertvolle Erfahrungen sammeln, Kompetenzen aufbauen oder neue Fertigkeiten erwerben. Als Beispiel kann hier die Arbeit von Studierenden im Umfang des Organisationskomitees oder der Aufbau der Infrastruktur des Trailrun Events vor Ort genannt werden. Dabei erwerben sie Fähigkeiten, von denen sie später im Berufsleben profitieren können.

9.1.3 Karrierefunktion

Die Arbeit könnte dazu führen, dass man die eigene Karriere im Bereich Eventmanagement vorantreiben kann. Dies heisst insbesondere, dass man sogenanntes Networking³ betreiben oder die Tätigkeit im Lebenslauf als Erfahrung- und Überzeugungspunkt ausweisen kann.

9.1.4 Soziale Anpassungsfunktion

Wenn das persönliche Umfeld bereits in die Organisation eingebunden ist, kann dies zu einem Erwartungssog führen. Freunde, Bekannte und Mitstudierende wollen als Folge auch Teil der Gruppe werden und zum Gelingen beitragen (Clary et al, 1998, zit. in Wehner, Güntert & Miege, 2018, S. 21–22).

Weshalb dieser funktionale Ansatz von Bedeutung ist, zeigt die Annahme, die daraus resultiert. Eine bestimmte Freiwilligenarbeit kann von den verschiedensten Menschen aus völlig unterschiedlichen Beweggründen ausgeübt werden. Dabei kann eine Person mehrere Motive gleichzeitig verfolgen. Damit bei den Volunteers eine positive Erfahrung ermöglicht wird und die Erfüllung der Motive zu einem fortschrittlichen Gefühl führt, muss zwischen der Funktion, welche die zu erledigende Arbeit erfüllen soll und dem Arbeitsangebot im Rahmen der Tätigkeit für den Trailrun Event eine Balance gefunden werden. Für Volunteers, welche einen Fokus auf die Erfahrungsfunktion legen, kann man beispielsweise anbieten, im Laufe der Organisation weitere Einsatzgebiete kennenzulernen. Bei Helfenden mit einem stark ausgeprägten Karrieremotiv kann angeboten werden, ein Arbeitszeugnis auszustellen, welches die erbrachten Leistungen und neu erworbenen Kompetenzen dokumentiert und für die weitere Laufbahnplanung verwenden werden kann. Es gibt auch Helferinnen und Helfer, die aufgrund der sozialen Interaktion am Event dabei sind. Bei ihnen kann darauf geachtet werden, dass sie zusammen mit Freunden in die gleiche Schicht eingeteilt werden (Wehner et al., 2018, S. 23). Im Folgenden werden Möglichkeiten aufgelistet, wie genügend Volunteers gefunden werden können. Dabei geht es vor allem darum, engagierte Personen für die Zeit kurz vor dem Event (Aufbau), während dem Event (Gastronomie, Startnummernausgabe, Verpflegungsposten) und kurz nach dem Event (Abbau) zu finden.

³ Aufbau und die Pflege von persönlichen und beruflichen Kontakten

9.2 Volunteerrekrutierung

Um herauszufinden, wie viele Helferinnen und Helfer man für den Trailrun Event benötigt, kann zum Beispiel die Internetseite helfereinsatz.ch herangezogen werden. Dieses Tool beinhaltet verschiedene Möglichkeiten, die Aufgaben für jeden Helfereinsatz zu definieren und Gruppierungen vorzunehmen. Es stehen noch weitere unterstützende Planungsmittel wie die Erstellung von Berichten, welche beispielsweise eine Übersicht aller Helfereinsätze aufzeigen, zur Verfügung (helfereinsatz.ch, o.D.).

Bei der Suche von Helferinnen und Helfern kann auf verschiedene Art und Weise vorgegangen werden. Nachstehend wird auf die Plattform Swiss Olympic Volunteer, Inserate, Social Media und Mund-zu-Mund-Propaganda eingegangen.

9.2.1 Swiss Olympic Volunteer

Die Plattform swissvolunteers.ch richtet sich an Organisationen im Bereich Sport, welche nur dank Volunteers ihren Event durchführen können. Dabei stehen die Wertschätzung und die optimale Koordination der Tätigkeiten im Vordergrund. Der Organisator kann sich auf der Webseite registrieren und die ganze Organisation sowie Koordination über das gleiche Tool abwickeln. Falls bereits Volunteers zugesagt haben, können diese dort verwaltet und bei Bedarf an zusätzlichen Helferinnen und Helfern auf den Helferpool von Swiss Volunteers zurückgegriffen werden. Diese Plattform ist kostenpflichtig. Die Nutzung beläuft sich je nach Grösse des Events auf CHF 300.00 aufwärts und kann durch Umsetzung von bestimmten Kommunikationsmassnahmen um bis zu 70% reduziert werden (Swiss Volunteers, 2020).

9.2.2 Inserate

Bei Inseraten handelt es sich um die klassische Methode, Helferinnen oder Helfer zu finden. Diese können in den lokalen Zeitungen, in Trailrunning Magazinen oder auf der eigenen Homepage veröffentlicht werden. Ein Beispiel für ein Inserat finden Sie im Anhang 4.

9.2.3 Social Media

Aktuell nutzen 2.7 Millionen Schweizerinnen und Schweizer die Social Media Plattform Instagram (onlinekarma GmbH, 2020). Auch Facebook weist eine beträchtliche Reichweite auf. Dort sind Stand März 2020 3.54 Millionen Personen aus der Schweiz aktiv (Statista, 2020). Dies sind zwei riesige Plattformen, die gute Möglichkeiten bieten, potenzielle Volunteers anzusprechen. Weiter Informationen dazu sind im Kapitel 11 Marketing zu finden.

9.2.4 Mund-zu-Mund-Propaganda

Durch Mund-zu-Mund-Propaganda können Teilnehmerinnen und Teilnehmer den Ruf eines Events massgebend beeinflussen. Durch das Weitererzählen der eigenen Meinung werden Freunde und Bekannte

positiv wie auch negativ gelenkt. Bei Annahme, dass diese selbst nicht am Trailrun teilnehmen, den Event jedoch massgebend mit ihrer Hilfe unterstützen könnten, tun sie dies wohl eher, wenn sie vom Event überzeugt sind. Daher ist es unabdinglich, bei möglichst vielen Personen wie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Freunden oder Bekannten die Nachricht entsprechend zu verbreiten (Kappeler, 2006).

9.3 Einsatzplan Event

Die Planung der Volunteers am Eventtag ist sehr individuell und von der Anzahl der zu besetzenden Posten abhängig. Idealerweise wird eine Excel-Tabelle mit den Namen, den zu besetzenden Schichten sowie der verschiedenen Volunteerposten erstellt. Am besten werden die verschiedenen Aufgaben farblich anders dargestellt, damit der Plan übersichtlicher wird. In der Tabelle 4 findet sich ein Beispiel.

Name	Lunch	07:30	08:30	09:30	10:30	11:30	12:30	13:30
Hans Muster	Nein	Startnummernausgabe			Aufbau Zielbereich			
Felix Rohner	Ja	Aufbau Startbereich				Strecke		
Reto Schmid	Ja	Aufbau Startbereich				Strecke		
Fabian Heer	Nein	Startnummernausgabe			Aufbau Zielbereich			
Josef Reichlin	Ja	Aufbau Startbereich				Strecke		

Tabelle 4 Beispiel Helferplan (eigene Darstellung)

10 Infrastruktur

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer wie auch die Zuschauerinnen und Zuschauer erwarten eine saubere und einwandfreie Infrastruktur. Um diesen Bedürfnissen gerecht zu werden, ist eine gute Vorbereitung nötig. Um Ressourcen zu sparen, empfiehlt es sich, den optimalen Standort für das Start- und Zielgelände zu suchen, welche neben der Nähe zur Trailrun-Strecke bereits bestehende Bauten wie Duschen und Garderoben vorweist. Das Gelände muss am Veranstaltungstermin zur Verfügung stehen und für die Kapazität der erwarteten Teilnehmerinnen, Teilnehmer, Besucherinnen und Besucher ausreichen. Ausserdem sollte wenn möglich genügend Platz für provisorische Bauten vorhanden sein.

10.1 Standort

Nach Gertzen (2011, S. 10–11) müssen bei der Suche nach dem Veranstaltungsort verschiedene Faktoren berücksichtigt werden, um ein Gelände zu finden, welches den gewünschten Anforderungen entspricht. Dabei ist die Erfüllung der folgenden Kriterien zwingend erforderlich:

-  Verfügbarkeit des Geländes am Veranstaltungstermin
-  Kapazität des Veranstaltungsortes ist für die erwarteten Teilnehmer ausreichend
-  benötigte Infrastruktur muss gegeben sein

Stehen verschiedene Optionen zur Verfügung, muss die endgültige Entscheidung nach den eigens ausgearbeiteten Pro- und Contra-Aspekten, die der Standort mit sich bringt, getroffen werden. Die Entscheidungsfindung kann durch diverse Tools wie beispielsweise einer Nutzwertanalyse mit Scoring-Verfahren vereinfacht werden.

10.2 Installationen und Bauten

In diesem Kapitel werden Installationen und Bauten, welche für einen Trailrun Event einzurichten sind, erläutert und in der Tabelle 5 übersichtlich dargestellt. Es ist wichtig, für den Aufbau genügend Zeit einzuplanen und diesen wenn möglich bereits am Tag vor dem Event abzuschliessen. Dies stellt sicher, dass am Tag des Events genügend Zeit bleibt, um allfällig auftauchende Probleme zu lösen. Die Volunteers sollen von den OK-Mitgliedern klare Anweisungen erhalten, was zu tun ist. Dies ermöglicht einen reibungslosen Auf- und Abbau.

Für Veranstaltungen ist die Versorgung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer mit Essen und Getränken ein wichtiges Erfolgskriterium (Holzbaur et al., 2010a, S. 41). Nebst den Verpflegungsposten auf der Strecke sollen auch die Teilnehmerinnen, Teilnehmer, Helferinnen, Helfer, Zuschauerinnen und Zuschauer in einer Festwirtschaft beim Zielgelände Möglichkeit zur Verpflegung erhalten. Bei der Planung des Verbrauchs spielen die Anzahl der Teilnehmerinnen und Teilnehmer und deren Individualverbrauch eine

wichtige Rolle. Dieser kann aufgrund der Temperatur oder den räumlichen Gegebenheiten stark variieren (Holzbaur et al., 2010a, S. 41–42). Es empfiehlt sich daher, vor allem genug Getränke zu bestellen, um auch für heisses Wetter gerüstet zu sein. Mit dem Getränkelieferanten (und auch Esswarenlieferanten) ist daher das Gespräch zu suchen, damit ungeöffnete Packungen zurückgegeben werden können, falls nicht alles konsumiert wird. Bei der Getränke- und Speiseauswahl kann sich der Veranstalter unnötigen Aufwand sparen, indem er nur wenige verschiedene Speisen und Getränke anbietet.

Je nach Veranstaltungsort bietet sich gar die Möglichkeit die Festwirtschaft extern organisieren zu lassen, wie dies beispielsweise beim FHGR Trail Run Lenzerheide der Fall ist. Die Festwirtschaft wird von der Biathlon Arena Lenzerheide AG organisiert und bereitgestellt. Es ist allerdings zu bedenken, dass zwar der Aufwand (personell und organisatorisch) minimiert wird, jedoch auch keine Mehreinnahmen durch die Festwirtschaft generiert werden können, welche einen Event meistens mitfinanzieren. Auch Sportnahrungshersteller können Teile der Verpflegung auf der Strecke übernehmen, daher empfiehlt es sich, diese anzugehen und das Gespräch zu suchen.

Objekt	Zu Beachten
Festwirtschaft	Die Siegerehrung soll möglichst nah oder wenn möglich in der Festwirtschaft stattfinden, damit auch konsumiert wird.
Sanitäre Anlagen (Duschen, WC, Garderoben)	Regelmässige Kontrollgänge sind nötig, um allenfalls fehlendes WC-Papier oder Abtrocknungspapier nachzufüllen.
VIP-Zelt	Zentrale Lage, damit das Renngeschehen mitverfolgt werden kann.
Zeitmessung	Idealerweise wird die Zeitmessung durch einen externen Dienstleister eingekauft. Diese bringen das gesamte Material mit, wobei nur noch der Standort vom Veranstalter bereitgestellt werden muss inklusive Stromanschluss. Es ist mit dem Dienstleister zu klären, wie gross die Fläche sein muss.
Infostand	Ein Infostand mit Streckenplänen und allgemeinen Infos ist empfehlenswert. Die Betreuung soll durch Volunteers, welche sich auskennen, oder ein OK-Mitglied vorgenommen werden.
Helferzelt	Die Volunteers welche auf den Streckenposten sind, können nicht zur Festwirtschaft zurückkehren, weshalb ihnen ein Lunchpaket zur Verfügung gestellt werden muss. Alle anderen sollen sich gratis in der Festwirtschaft oder in einem separaten Helferzelt verpflegen können.

Objekt	Zu Beachten
Aussteller	Hier gilt es vorgängig die Standorte der einzelnen Aussteller zu definieren und mit den Ausstellern direkt Kontakt aufzunehmen, um zu klären, welche Einrichtungen sie benötigen (bzw. was sie selbst mitbringen).
Beschilderung	Die Beschilderung ist jeweils auf Augenhöhe anzubringen, damit diese gut sichtbar ist. Nebst dem Situationsplan sind idealerweise noch folgende Beschilderungen anzubringen: Parkplätze, Duschen/Garderoben, WC, Infostand, Start/Ziel, Anmeldung und Festwirtschaft.
Parkplatz	Werden Parkplätze genutzt, welche keine aufgezeichneten Parkfelder haben, empfiehlt es sich Volunteers als Parkeinweiser einzuteilen. So kann sichergestellt werden, dass der verfügbare Platz optimal genutzt wird.
Strecke	Für die Strecke wird neben den Wegweisern (Beschriftungen bei Abzweigungen) vor allem Markierspray und Trassierband benötigt. Im Start- und Zielgelände empfiehlt es sich Absperrgitter aufzustellen und Übergänge für Zuschauer einzubauen, damit diese nicht ungewollt die Strecke überqueren.
Verpflegungsposten	Die Verpflegungsposten sind nach Möglichkeit dort zu planen, wo es Unterstände hat und eine Zufahrt nicht weit entfernt liegt. Nebst der Verpflegung (Wasser, Sportgetränke, Bouillon, Riegel, Bananen, Kuchen, ...) sollen auch Zelte als Regen- und Sonnenschutz für Helfer mit Tischen und Bänken aufgestellt werden.

Tabelle 5 Übersicht Infrastruktur (eigene Darstellung)

10.3 Sicherheit

Bei Veranstaltungen ist mit einem erhöhten Sicherheitsrisiko zu rechnen, je mehr Teilnehmerinnen und Teilnehmer versammelt sind. Es gibt keine Patentlösung, um jegliches Unfall- und Sicherheitsrisiko auszuschliessen. Unfälle oder unvorhersehbares menschliches Verhalten kann nie ganz ausgeschlossen werden und sollte so gut wie möglich vorgebeugt werden. Dies gelingt durch folgende Massnahmen:

-  Strecke ausschildern und wo nötig absperren (z.B. Strassenquerung)
-  Genug Zeit einplanen beim Auf- und Abbau (kein Stress, welcher zu Unfällen führt)
-  Genügend ausgebildete erste Hilfe Fachpersonen auf der Strecke
-  Nächstes Spital über Sportanlass informieren
-  Wetterprognosen vor und während dem Event berücksichtigen

Verschiedene Faktoren beeinflussen Organisation und Durchführung einer Veranstaltung, weshalb in jedem Fall eine gesamtheitliche Betrachtung und Beurteilung erfolgen muss wie in der untenstehenden Abbildung 8 dargestellt (Kantonspolizei Thurgau, 2020, S. 4).

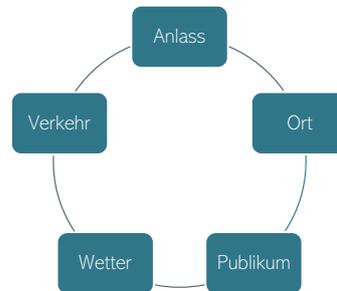


Abbildung 8 Faktoren Durchführung Veranstaltung (eigene Darstellung)

11 Marketing

Vor dem Event steht die Vermarktung des Events im Vordergrund. Potenzielle Teilnehmerinnen und Teilnehmer müssen auf den Trailrun Event aufmerksam gemacht und mit notwendigen Informationen versorgt werden. Während dem Event können vor allem Social-Media-Kanäle genutzt werden, um über das laufende Geschehen zu informieren. Nach dem Event geht es darum, in den Köpfen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer eine positive Wirkung zu hinterlassen und bereits Vorfreude auf das nächste Jahr zu wecken.

Folgend werden mögliche Kommunikationskanäle aufgelistet, welche vor, während und nach dem Event zur Anwendung kommen können.

11.1 Webseite

Eine Webseite ist für einen Laufevent unabdingbar. Ergänzend zu den sozialen Netzwerken wie Instagram und Facebook werden Teilnehmerinnen und Teilnehmer auf der Webseite über den Trailrun Event informiert, können sich die Strecken, Zeitplan und andere Informationen ansehen und sich zum Teil auch darüber anmelden. Es ist wichtig, dass der Inhalt den Bedürfnissen der Zielgruppen angepasst wird und die Informationen aktuell, einfach, prägnant und leicht auffindbar sind (sportdic.ch, o.D).

Mit Hilfe eines Content Management System Tools können einfach und ohne Vorkenntnisse Inhalte verwaltet werden. Für das Layout der Seite stehen Vorlagen für eine grafische Grundstruktur bzw. einen grafischen Aufbau zur Verfügung. Diese Vorlagen werden in der Fachsprache auch "Templates" genannt. Wer keine Programmierkenntnisse hat, kann mit Hilfe von Bausteinen in wenigen Schritten seine eigene Webseite erstellen. Die in Abbildung 9 dargestellten Webseitenanbieter bieten für Laien ein gutes Rundumpaket (Aufzählung nicht abschliessend) (Minosi, 2020).

Wix.com	Jimdo.com
<ul style="list-style-type: none"> ✚ monatliche Gebühr mit Vergabe einer eigenen Domain ✚ für eine höhere monatliche Gebühr erscheint keine Werbeanzeige mehr auf der Webseite ✚ Vielseitige Gestaltungsmöglichkeiten ✚ Supportangebot bei kostenpflichtigen Abos ist vorhanden 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Grundsätzlich gratis, Homepage läuft jedoch unter der Subdomain Jimdo.com, wobei Werbung platziert wird ✚ Mehrere Vorlagen und Upgrade auf eine eigene Domain ab einer monatlichen Gebühr möglich ✚ Support vorhanden

Abbildung 9 Webseitenanbieter (eigene Darstellung in Anlehnung an Wix.com und Jimdo.com)

Bevor die Webseite erstellt wird, sollte der Inhalt gut überdacht werden. Die nachstehenden Fragen sollen bei der Definition der Ziele behilflich sein.

- 🏃 Was möchte ich mit meinem Webauftritt erreichen?
- 🏃 Wieso möchte ich im Web auftreten?
- 🏃 Welche Zielgruppe will ich erreichen?
- 🏃 An welchen Informationen sind die Nutzer meines Webauftritts interessiert?
- 🏃 Was macht mich einzigartig, worin bin ich besser als andere?

Anschliessen kann der Aufbau der Webseite geplant werden. Der Besucher muss mit wenigen Klicks zu den gewünschten Informationen kommen. Der Webauftritt muss daher eine einheitliche Menüführung aufweisen, das heisst einfach, übersichtlich, schlicht und überzeugend aufgebaut sein. Die nachstehende Abbildung 10 zeigt eine mögliche Menüführung.

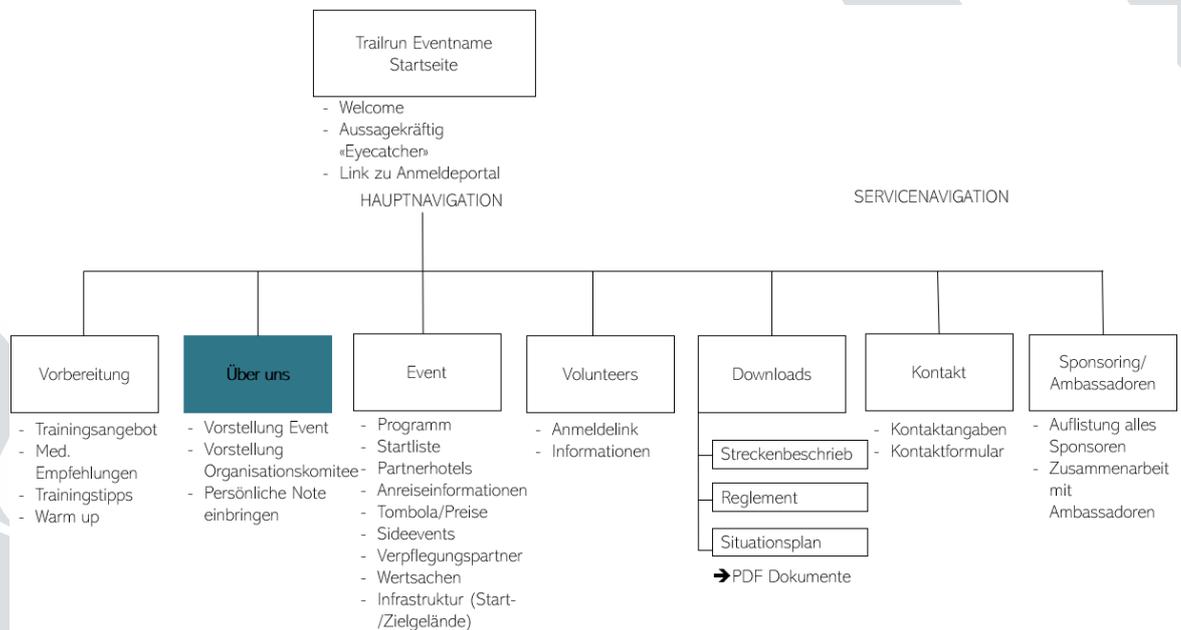


Abbildung 10 Servicenavigation Webseite (eigene Darstellung)

11.2 Newsletter

Ein zentrales Kommunikationsinstrument für die Vermarktung eines Events sind Infomails. Hierbei erhalten Teilnehmerinnen und Teilnehmer der letzten Jahre einen Newsletter, um sie darauf aufmerksam zu machen, dass die Anmeldung für den Lauf wieder geöffnet ist. Ein passendes Tool dazu ist beispielsweise Newsletter2go.com. Hierbei kann kostenlos eine Vorlage erstellt werden. Ein Vorschlag für ein mögliches Newsletter Layout findet sich im Anhang 7.

11.3 Social Media

Um den Social Media Auftritt zu professionalisieren, empfiehlt es sich, einen detaillierten Content Plan zu erstellen. Dieser beinhaltet eine Übersicht über die Inhalte, welche auf den Sozialen Medien gestreut werden sollen und auch wie und wann dies erfolgt. Ein möglicher Aufbau eines solchen Plans findet sich im Anhang 8. Dieses Beispiel fokussiert sich auf die Zusammenarbeit mit dem Markenbotschafter für den Trailrun Event und kann beliebig an die eigenen Inhalte angepasst werden. Es gibt zudem Anbieter wie "Socialbakers" die bei der Erstellung eines solchen Plans und der Automatisierung und Vereinfachung weiterhelfen können (Socialbakers, o.D.).

Um einen einheitlichen Webauftritt sicherzustellen und damit einen professionellen Eindruck zu hinterlassen, müssen die Posts gestalterisch aufeinander abgestimmt sein. Ein passendes Bildbearbeitungsprogramm zur Generierung von Inhalten ist zum Beispiel canva.com. Für die Verwendung braucht es etwas Übung, grundsätzlich jedoch keine fundierten Grafikenkenntnisse. Damit Farben mittels Farbcodes festgelegt werden können und ein weiteres Spektrum an Vorlagen zur Verfügung steht, wird ein Upgrade auf Canva Pro für eine monatliche Gebühr empfohlen (canva, o.D.).

Im Folgenden werden zwei Social-Media-Kanäle analysiert, welche bei der Durchführung eines Trailrun Events verwendet werden können.

11.3.1 Facebook

In der Schweiz verfügt diese Plattform mit 3.54 Millionen aktiven Nutzerinnen und Nutzern über eine grosse Reichweite (Statista Research Department, 2020). Die Interaktion mit Personen spielt hier eine zentrale Rolle. Es besteht die Möglichkeit, dass die Seite oder auch Beiträge mit einer "Gefällt-Mir-Angabe" versehen werden können. Zudem können die Beiträge geteilt oder die Seite als Fanpage weiteren Freunden vorgeschlagen werden. Dadurch werden durch Mund-zu-Mund Propaganda mehr und mehr Leute auf die Seite aufmerksam gemacht. Im Vergleich zur Webseite, welche als Kommunikationsmittel dient, eignet sich Facebook eher als Push-Kanal, über welchen Neuigkeiten verkündet werden (Kreutzer, 2018, S. 65–73).

11.3.2 Instagram

Diese Plattform verfügt in der Schweiz über ca. 2.5 Millionen, womit sie eine geringere Reichweite als Facebook aufweist (Schultz, 2020). Instagram bietet die Möglichkeit Bilder hochzuladen, zu teilen, zu kommentieren und zu bewerten. Instagram verfügt im Vergleich zu Facebook nicht über die Möglichkeit, Bilder mit einem Link zu versehen. Daher werden die Benutzer von Instagram nicht direkt auf die eigene Homepage oder das Anmeldeportal gelenkt. Das Tool eignet sich für die Bekanntheitssteigerung und die Imageverbesserung. Um den Trailrun Event erfolgreich zu präsentieren, sollten mittels Bilder und kurzen

Videos interessante Inhalte geteilt werden. Dabei muss darauf geachtet werden, dass die geposteten Inhalte von hoher Qualität sind und auch mit Ambassadeuren und/oder Influencern⁴ zusammengearbeitet wird. Für Eventorganisatoren macht die Erstellung eines Business-Accounts Sinn, um Statistiken zu den jeweiligen Posts abzurufen. Um mittels eines Instagram Account erfolgreich zu sein, müssen die Beiträge qualitativ hochstehend und aktuell sein und es sollte eine adäquate Bildbeschreibung gewählt werden. Passende Hashtags (#) sollen zur Erzielung einer grösseren Reichweite der Posts führen. Durch die regelmässige Verwendung kann zudem ein dauerhafter Erkennungswert geschaffen werden (Kreutzer, 2018, S. 110–117).

11.4 Klassische Medien und Laufkalender

Bei klassischer Werbung wird meistens gegen Bezahlung gezielte Werbung für den Trailrun Event geschaltet, zum Beispiel in Magazinen, Zeitungen, Flyer und auf Werbebanner. Die Kooperation mit einer periodischen Zeitschrift wie Fit for life eignet sich zum Beispiel gut, weil dadurch das richtige Zielpublikum erreicht wird (Meffert, Burmann, Kirchgeort & Eisenbeiss, 2019, S. 655–659). Weiter kann der Event im Laufkalender von Datasport eingetragen werden, um noch mehr interessierte Läuferinnen und Läufer zu erreichen (Datasport, o.D.).

⁴ Markenbotschafterinnen und Markenbotschaftern

12 Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit wird im heutigen Sprachgebrauch oftmals direkt mit ökologischen Aspekten in Verbindung gebracht. Nachhaltigkeit ist aber ein Thema, das weit mehr als nur ökologische Gesichtspunkte umfasst. Es heisst so viel "wie lang andauernd", "lang nachwirkend". Ein nachhaltiger Event hat bessere Chancen sich längerfristig gegenüber der Konkurrenz zu behaupten und ein wichtiges Wesensmerkmal eines erfolgreichen Events (Holzbaur, 2016, S. 24). Im Bereich der Nachhaltigkeit hat sich das "Drei-Säulen-Modell", welches nachhaltige Bemühungen in drei Dimensionen gliedert, durchgesetzt (Kleine, 2009, S. 26). Auf dieser Grundlage werden mögliche Ziele und Massnahmen an einem Trailrun vorgestellt.

12.1 Ökologische Nachhaltigkeit

Die ökologische Nachhaltigkeit soll die Bewahrung der natürlichen Ressourcen als Grundlage des Lebens und Wirtschaftens für zukünftige Generationen sicherstellen (Holzbaur, 2016, S. 115). Hier spielen Auswirkungen auf die Umwelt, Ressourcenverbräuche während des Anlasses und innerhalb der Lieferkette eine Rolle. Der Fokus auf die ökologische Nachhaltigkeit ist Teil der gesellschaftlichen Verantwortung, kann für einen Event aber auch Teil der Marketingstrategie sein.

12.2 Ökonomische Nachhaltigkeit

Die ökonomische Nachhaltigkeit hat den Erhalt von Wirtschaftssystem und Wertschöpfung zur Befriedigung der Bedürfnisse im Vordergrund. Dies umfasst den gesamten wirtschaftlichen Beitrag eines Unternehmens oder Events zur Wertschöpfung (Holzbaur, 2016, S. 24). Wirtschaftliche Nachhaltigkeit ist für die Eventplanung zentral und meistens der dominierende Aspekt. Nur mit einer nachhaltigen Finanzierung kann ein Event über mehrere Jahre fortbestehen.

12.3 Soziale Nachhaltigkeit

Hier steht das Zusammenleben der Menschen im Vordergrund. Kernelemente sind gemäss Holzbaur (2016, S. 24) die Verteilungsgerechtigkeit und Partizipation sowie die Freiheit bei der Gestaltung des eigenen Lebens. Diese Dimension ist im Vergleich zu den beiden anderen Dimensionen nur schwer fassbar. Soziale Nachhaltigkeit strebt Inklusion und Integration an. Ein Event soll für möglichst viele Menschen zugänglich sein (Holzbaur, 2016, S. 167).

12.4 Praktische Umsetzung

Den Aspekt der Nachhaltigkeit gilt es bereits zu Beginn der Planung eines Trailrun Events miteinzubeziehen. Von den verschiedenen Dimensionen betroffen sind verschiedene Anspruchsgruppen. Für einen Trailrun Event sind dies unter anderem die folgenden:

 Sportlerinnen und Sportler

-  Zuschauerinnen und Zuschauer
-  Helferinnen und Helfer
-  Gemeinde
-  Sponsoren
-  Naturschützerinnen und Naturschützer

So lohnt es sich, analog zum Kapitel 8 eine Stakeholderanalyse durchzuführen, welche die verschiedenen Interessen der jeweiligen Parteien aufzeigt. Im Anschluss gilt es Ziele zu setzen und hierfür konkrete Massnahmen zu definieren. Im Falle des Trailrun Events könnten dies unter anderem die in der folgenden Tabelle 6 dargestellten Elemente sein.

Art der Nachhaltigkeit	Betroffener Bereich	Bemerkung
Ökologische Nachhaltigkeit	Abfallvolumen pro Kopf und Tag	Gemessen im Start- und Zielbereich sowie auf der gesamten Strecke
Ökologische Nachhaltigkeit	Anreise mit Langsamverkehr für Teilnehmende und Zuschauende	Die Anreise mit Langsamverkehr (öV, Fahrrad) soll bewusst gefördert werden.
Ökonomische Nachhaltigkeit	Ausgeglichene Schlussbilanz	Kein Verlust nach Abschluss der Buchhaltung.
Ökonomische Nachhaltigkeit	Regionale Wertschöpfung im Bereich der Lebensmittel	Kann z.B. auf einen Betrag pro Person fixiert und kontrolliert werden.
Soziale Nachhaltigkeit	Zufriedenheit aller Teilnehmenden	Kontrolle durch eine Online-Nachbefragung.
Soziale Nachhaltigkeit	Behindertengerechte Ausstattung des Start- und Zielgeländes	Zuschauerplätze und die sanitären Anlagen müssen behindertengerecht ausgestattet werden.

Tabelle 6 Mögliche Nachhaltigkeitsmassnahmen (eigene Darstellung)

Nach der Zielsetzung sowie Definition der verschiedenen Massnahmen geht es in einer nächsten Phase darum, die Grundlagen für eine erfolgreiche Durchführung zu planen. Dafür gilt es die vorhin erwähnten Stakeholder bestmöglich einzubinden und auch innerhalb des Organisationskomitees gute Voraussetzungen zu schaffen. Der Bereich "Anreise mit Langsamverkehr für Teilnehmende und Zuschauende" braucht dementsprechend frühzeitig Massnahmen zur Umsetzung. Bereits bei der Online-Anmeldung, spätestens

jedoch beim Versand der Startnummer sollte es für alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer klar sein, auf welchen Wegen (z.B. Zug- oder Busverbindungen) sie den Austragungsort erreichen können.

Für die letzte Phase - das Controlling - gilt es nicht erst nach dem Event, sondern schon während dem Event wichtige Eckdaten zu erfassen. Für die Messung des Abfallvolumens z.B. sind bereits am Eventtag Vorkehrungen zu treffen, bevor der Abfall unwiderruflich entsorgt wird. Allgemeine Punkte hingegen wie die Teilnehmerzufriedenheit oder die Analyse der Anreise mit Langsamverkehr können in einer Online-Nachbefragung eruiert werden und ergänzen so optimalerweise die Nachhaltigkeitsplanung für die kommende Austragung.

13 Analyse Risikofaktoren

Neben Grundsatzfragen aus dem Kapitel Reglementierung stellt sich für die Organisatoren noch eine ganze Palette an weiteren Fragen zum Bereich der Haftung. Diese werden anhand des vorliegenden Kapitels behandelt.

13.1 Risikomatrix

Mögliche Haftungsansprüche, welche auf einen Organisator zukommen können, werden im Vorfeld der Veranstaltung optimalerweise dank einer fundierten Risikoanalyse erkannt. Laut Romeike (2018, S. 9) ist es das Ziel einer solchen Analyse, frühzeitig Risiken zu identifizieren, welche den weiteren positiven Verlauf der Eventorganisation gefährden oder einschränken. Romeike betont zudem, dass es wichtig ist, das Risikomanagement als kontinuierlichen Prozess zu verstehen. So geht es in der Analyse nicht nur darum, die Gefahren zu identifizieren, sondern mögliche Handlungsrichtlinien dagegen zu entwickeln.

Für die Organisatoren gilt es dementsprechend, in den verschiedenen Bereichen eine umfassende Risiko- beurteilung zu machen. Diese wiederum können nach Eintrittswahrscheinlichkeit und Ergebniseffekt quantifiziert werden und so in einer Risikomatrix dargestellt werden (Romeike, 2018, S. 40–41).

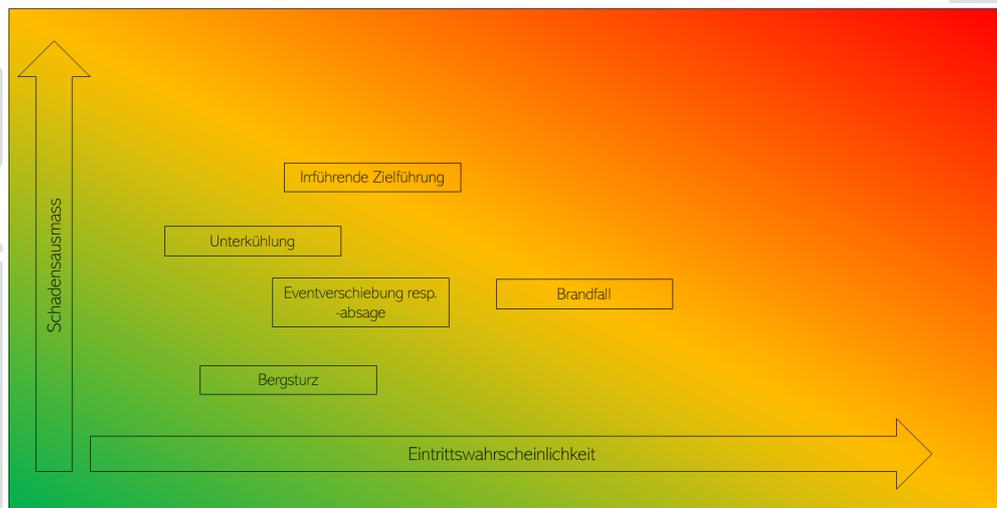


Abbildung 11 Risikomatrix (eigene Darstellung in Anlehnung an Romeike (2018, S. 42))

13.2 Risikoanalyse

Nach der Identifikation der verschiedenen Risiken geht es in einem nächsten Schritt darum, Vorbeugemassnahmen dagegen zu entwickeln.



Abbildung 12 Fragen in Bezug auf Risiken (eigene Darstellung)

Die folgende, nicht abschliessende, Auflistung kann als Beispiel zur Erstellung einer Risikoanalyse eines Trailrun Events verwendet werden (Tabelle 7).

Risiko	Beschreibung	Folgen	Vorbeugung
Bergsturz	Durch einen Bergsturz müssen Teile der Strecke gesperrt werden.	Die Strecke muss abgeändert werden, damit die Sicherheit gewährleistet ist.	Bekannte bergsturzgefährdete Stellen sind bei der Planung zu berücksichtigen und verschiedene Varianten vorzubereiten.
Unterkühlung	An exponierten und erhöhten Stellen der Strecken finden die Teilnehmenden keinen Schutz vor den Witterungsverhältnissen.	Erschöpfte oder verletzte Teilnehmende finden keinen Witterungsschutz bis sie gerettet bzw. evakuiert werden.	Für die Alarmierung ist ein Handy, für den Witterungsschutz eine isolierende Notfalldecke zu organisieren.
Irreführende Zielführung	Teilnehmende verlassen unbewusst die vorgesehene Strecke.	Durch das Verlassen der Strecke geraten die Teilnehmenden ausserhalb des überwachten Bereichs und können im Extremfall nicht geortet oder gesucht werden.	Die Strecke muss für alle Teilnehmenden eindeutig markiert sein. Je nach Event können verschiedene Strecken in unterschiedlichen Farben markiert werden.

Risiko	Beschreibung	Folgen	Vorbeugung
Eventverschiebung resp. -absage	Durch Vorgaben der Behörden kann der Event nicht durchgeführt werden und muss somit verschoben oder ganz abgesagt werden.	Kurzfristige Veränderungen am Durchführungstermin führen in allen Belangen zu Konflikten.	Im Bereich der Eventplanung muss bei der Terminfindung mögliche Verschiebetermine vorge-merkt werden. Speziell zu beachten gibt es all-fällige Konkurrenzevents, welcher von den behörd-lichen Massnahmen auch betroffen sein könnten.
Brandfall	Durch Feuer im Start- und Zielbereich müs-sen die Anwesenden evakuiert werden.	In der Hektik verlieren Betroffene die Orientie-rung und bringen sich selbst in Gefahr. Allfäl-lige Rettungsmassnah-men können dement-sprechend erschwert werden.	Im lokalen Evakuations-konzept sind verschie-dene Evakuationsplätze zu definieren, welche Schutz bieten.

Tabelle 7 Mögliche Risiken (eigene Darstellung)

13.3 Hinweis zur Krisenkommunikation

Sollte trotz eingeleiteten Vorsichtsmassnahmen ein Krisenfall auftreten, gilt es nachstehende Punkte bezüglich der Krisenkommunikation zu beachten.

1. Informationen aktiv kommunizieren
2. Laufend preisgeben, wann die nächsten Informationen zu erwarten sind
3. Niemandem die Schuld zuweisen, nur wahre und konkrete Informationen preisgeben
4. Alle Personen im Kommunikationskreislauf halten: Achtung auch interne Kommunikation darf nicht zu kurz kommen

Bei einem Event sollen die Verantwortungsträgerinnen und Verantwortungsträger immer folgende Gegenstände mit sich tragen, um für Notfälle gerüstet zu sein (Moroff & Luppold, 2018, S. 22):

-  Mobiltelefon
-  Kamera

Handbuch Trailrunning-Events

-  Schreibmaterial
-  Block
-  Powerbank
-  Streckenplan
-  Ablaufplan
-  Liste mit Notfallnummern
-  Eventuell Funktelefon

Dank dem Kapitel Analyse Risikofaktoren soll es den Organisatoren ermöglicht werden, Risiken möglichst früh zu erkennen und umfassende Handlungsmassnahmen dagegen zu entwickeln. Dies schützt vor unerwarteten Ereignissen und lässt die Durchführung eines Trailrun Events einen Erfolg werden.

14 Fazit

Durch die Erarbeitung dieses Handbuches wurde eine solide Grundlage für die Planung und Durchführung von Trailrun Events geschaffen und bietet den Veranstaltern eine kompakte Übersicht, was es zu beachten gilt. Neben Theorie enthält es auch praktische Vorschläge und Empfehlungen wie die Veranstalter vorgehen könnten. Die Umsetzung ist stark abhängig vom Veranstalter wie auch den geografischen Gegebenheiten. Dieses Handbuch dient als Leitfaden, an welchen sich die Veranstalter richten können. Besonders zu beachten gilt es das abschliessende Kapitel Analyse Risikofaktoren. Dieses zeigt mögliche Risiken auf, welche frühzeitig zu erkennen sind, um diese einzudämmen.

Die Wertschöpfung dieses Produkts ist gross, da die wenigen Richtlinien und Hilfestellungen bis anhin nicht in einem vereinten Dokument abrufbar waren. Diese Version kann als erster Entwurf gesehen werden, welcher mit Hilfe von verschiedenen Anspruchsgruppen wie der Tourismusdestination Graubünden und Eventveranstaltern verbessert und mit Beispielen aus der Praxis vertieft werden sollte. Dazu kann in einem weiteren Schritt eine Projektgruppe aus den aufgezählten Anspruchsgruppen gebildet werden, um das Produkt "Handbuch" weiterzuentwickeln. Damit dieses auch in Zukunft als Hilfe dient, bedarf es einer steten Aktualisierung und Ergänzung von Richtlinien und Empfehlungen.

Die Sportart Trailrunning ist eine Trendsportart in einer fortgeschrittenen Phase. Sporttreibende gehen regelmässig dieser Bewegungsart nach, das Medieninteresse wächst und die Kommerzialisierung ist in vollem Gange. So werden Vereine und Verbände gebildet, wobei die Tourismusregion Graubünden nun versucht eine Führungsposition einzunehmen und dem Rest der Schweiz einen Schritt voraus zu sein. Zurecht, denn in einer nächsten Entwicklungsphase des Trailruns wird sich die Sportart Trailrunning als "Normalsportart" aufstellen, fester Bestandteil etablierter Sportorganisationen sein und einen Platz im Sportmarkt einnehmen (Lamprecht, 2001, S. 15–16).

Jonas Baumann, Langläufer A-Kader und Mitinhaber Zenit.run Trailrunning Center, hat im Live-Insta Interview mit SRF Sport erwähnt, dass er seine im Jahr 2019 gegründete GmbH dafür nutzen will, ein Kompetenzzentrum im Bereich Trailrunning aufzubauen. Es wird darauf fokussiert, beratende Aufgaben für Tourismusdestinationen zu übernehmen und diese im Bereich Trailrunning zu unterstützen (SRF Schweizer Radio und Fernsehen, 2020, Min. 16-17). Dieses Handbuch in Kombination mit der beratenden Seite bieten eine gute Grundlage Trailrun im Kanton Graubünden weiterzuentwickeln und sich als Trailrunning Region Nummer eins in der Schweiz zu positionieren.

Literaturverzeichnis

- ATRA Austrian Trail Running Association. (2017). *Regeln für Österreichische Trail Running Meisterschaften*. Zugriff am 07.06.2020. Verfügbar unter https://6f9d51a6-f5e9-42f9-a0b6-8124fb18295c.filesusr.com/ugd/afb1d3_3f861e8d08a4402ba532fd3943bfd91a.pdf
- Beck, H. (2013). *Das große Buch vom Ultra-Marathon. Ausrüstung, Trainingspläne, Ernährung, Erfahrungsberichte*. München: Copress Sport.
- Bruhn, M. (2018). *Sponsoring*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
<https://doi.org/10.1007/978-3-658-13313-9>
- Canva. (o.D.). Zugriff am 07.06.2020. Verfügbar unter <https://www.canva.com/>
- Capaul, R. & Steingruber, D. (2016). *Betriebswirtschaft verstehen. Das St. Galler Management-Modell* (3. Auflage, Schweizer Ausgabe).
- Chase, A. & Hobbs, N. (2010). *Ultimate Guide to Trail Running. Everything You Need to Know About Equipment * Finding Trails * Nutrition * Hill Strategy * Racing * Avoiding Injury * Training * Weather * Safety* (2nd ed.). Lanham: Falcon Guides. Retrieved from <http://gbv.ebib.com/patron/FullRecord.aspx?p=1790208>
- Datasport. (o.D.). *Kalender*. Zugriff am 07.06.2020. Verfügbar unter <https://www.datasport.com/de/sporthevents/kalender/>
- Deutscher Leichtathletik Verband. (2018). Organisationsleitfaden für Laufveranstaltungen.
- Gertzen, C. (2011). *Konzeption, Planung und Durchführung eines Sportevents*. Fachhochschule für angewandtes Management Erding. Zugriff am 29.03.2020. Verfügbar unter http://buntkicktgut.de/Dokumentation/Publikationen/buntkicktgut_diplomarbeit_christoph-gertzen.pdf
- Golinsky, F. (2020). *Moderne Vereinsorganisation. Vereinsmanagement leicht gemacht* (2nd ed. 2020). <https://doi.org/10.1007/978-3-662-60527-1>
- Gr.ch. (2020, 27. März). *Amt für Volksschule und Sport. Weisungen / Gesuche - Sport*. Zugriff am 07.06.2020. Verfügbar unter <https://www.gr.ch/DE/institutionen/verwaltung/ekud/avs/sport/Sport-Fonds/Seiten/wegleitungen.aspx>
- GraubündenSPORT. (2020). Sportförderungskonzept GR. Zugriff am 27.03.2020. Verfügbar unter https://www.gr.ch/DE/institutionen/verwaltung/ekud/avs/Dokumente-liste%20Sport/Sportf%C3%B6rderungskonzept%20GR_de.pdf
- Hallmann, K. (2010). *Zur Funktionsweise von Sportevents. Eine theoretisch-empirische Analyse der Entstehung und Rolle von Images sowie deren Interdependenzen zwischen Events und Destinationen*. Köln. Zugriff am 21.03.2020. Verfügbar unter <https://d-nb.info/1071376500/34>
- Helfereinsatz.ch (helfereinsatz.ch, Hrsg.). (o.D.). *Übersicht*. Zugriff am 07.06.2020. Verfügbar unter <https://www.helfereinsatz.ch/de/fhgr-trail-run-lenzerheide/admin/s>

- Holzbaur, U. (2016). *Events nachhaltig gestalten. Grundlagen und Leitfaden für die Konzeption und Umsetzung von Nachhaltigen Events* (1. Auflage). Wiesbaden: Springer Gabler.
<https://doi.org/10.1007/978-3-658-07717-4>
- Holzbaur, U., Jettinger, E., Knauß, B., Moser, R. & Zeller, M. (2010a). *Eventmanagement*. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/978-3-642-12428-0>
- Holzbaur, U., Jettinger, E., Knauß, B., Moser, R. & Zeller, M. (2010b). *Eventmanagement. Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen* (4. Aufl.). s.l.: Springer-Verlag. Zugriff am 24.03.2020. Verfügbar unter <https://link-springer-com.ezproxy.fhgr.ch/content/pdf/10.1007%2F978-3-642-12428-0.pdf>
- International Trail Running Association. (2020a). *Objectifs*. Zugriff am 07.06.2020. Verfügbar unter <https://itra.run/content/objectifs>
- International Trail Running Association. (2020b). *Values and ethics*. Zugriff am 07.06.2020. Verfügbar unter https://itra.run/content/charte_ethique
- ISF. (2020, 15. April). *guidelines for technical classification*. Zugriff am 07.06.2020. Verfügbar unter <https://www.skyrunning.com/guidelines-for-technical-classification/>
- ITRA. (2012). *Security Guidelines ITRA*.
- ITRA. (2020, 15. April). *Discover trail-running - ITRA*. Zugriff am 07.06.2020. Verfügbar unter <https://itra.run/content/definition-trail>
- Kantonspolizei Thurgau. (2020). *Sicherheit an Veranstaltungen. Informationen und Checklisten für die Planung und Bewilligung*. Zugriff am 07.06.2020. Verfügbar unter http://www.maerstetten.ch/documents/Kapo_Sicherheit_an_Veranstaltungen_2018.pdf
- Kappeler, A. (2006). Mund-zu-Mund-Webung-unterschätzt, aber höchst wirkungsvoll.
- Kästle, T. (2012). *Kompendium Event-Organisation*. Wiesbaden: Gabler Verlag.
<https://doi.org/10.1007/978-3-8349-7133-3>
- Kleine, A. (2009). *Operationalisierung einer Nachhaltigkeitsstrategie. Ökologie, Ökonomie und Soziales integrieren* (Gabler Edition Wissenschaft, 1. Aufl.). @Kaiserslautern, Techn. Univ., Diss. 2008. Wiesbaden: Gabler Verlag / GWV Fachverlage GmbH Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-8349-9414-1>
- Kreutzer, R. T. (2018). *Social-Media-Marketing kompakt*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
<https://doi.org/10.1007/978-3-658-21147-9>
- Lamprecht, S. (2001). *Sport zwischen Kultur, Kult und Kommerz. Trendsportarten*.
- Löschke, R. (2020). *Event-Nachbereitung: Wozu dient sie und welche Arbeiten fallen an?* Zugriff am 07.06.2020. Verfügbar unter <https://www.experto.de/businessstipps/event-nachbereitung-wozu-dient-sie-und-welche-arbeiten-fallen-an.html>
- Meffert, H., Burmann, C., Kirchgeort, M. & Eisenbeiss, M. (Hrsg.). (2019). *Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, Konzepte - Instrumente - Praxisbeispiele* (13 überarbeitete und erweiterte Auflage): Springer Fachmedien Wiesbaden.

- Minosi, A. (2020). *Eigene Homepage erstellen: Das sind die besten Anbieter*. Zugriff am 07.06.2020. Verfügbar unter https://praxistipps.chip.de/eigene-homepage-erstellen-das-sind-die-besten-anbieter_13592
- Moroff, M. & Luppold, S. (2018). *Planung und Umsetzung sicherer Events*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-19716-2>
- Müller, H. R. & Stettler, J. (1999). *Ökonomische Bedeutung sportlicher Grossveranstaltungen in der Schweiz. Vorschläge zur Klassifikation*. Schlussbericht. Bern: Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus.
- MySwitzerland. (o.D.). *Trailrunning*. Zugriff am 07.06.2020. Verfügbar unter <https://www.myswitzerland.com/de-ch/erlebnisse/sommer-herbst/abenteuer-sport-sommer/trailrunning/>
- Nielsen Sports.. Nielsen Sports Sponsor-Trend 2018. Zugriff am 17.04.2020. Verfügbar unter <https://niensensports.com/de/sponsor-trend-2018/>
- Ollrog, M.-C. (2009). Meine Jungs. *wir*, (02), 46–49. Verfügbar unter https://www.wisonet.de/document/WIR__7C501B186F75FCE931F9E1ECAA4A4881
- Onlinekarma GmbH. (2020). *Instagram Nutzer Schweiz | März 2020*. Zugriff am 07.06.2020. Verfügbar unter <https://www.onlinekarma.ch/blog/instagram-statistik-schweiz>
- Prof. Dr. Oliver Bendel (2019, 15. März). Definition: Crowdfunding. *Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH*. Zugriff am 17.04.2020. Verfügbar unter <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/crowdfunding-53556>
- Rogge, F. (2019, 23. November). *Definition Bergmarathon - Franks-Laufseite.de - Frank's Homepage rund ums Laufen*. Zugriff am 07.06.2020. Verfügbar unter <http://www.franks-laufseite.de/bergmarathon.html>
- Romeike, F. (2018). *Risikomanagement (Studienwissen kompakt)*. Wiesbaden: Springer Gabler. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-13952-0>
- Rütter Soceco. (2020). *Wirtschaftliche Leistung Sport 2017 (BASPO, Hrsg.)*. Zugriff am 17.04.2020. Verfügbar unter <https://www.baspo.admin.ch/de/dokumentation/publikationen/sport-und-wirtschaft-schweiz.html>
- Schneider, E. J. (2018). *ZGB, OR, SchKG, BV und weitere Erlasse. Kaufmännische Ausgabe* (15. Aufl., Ausg. 2018/19). Zürich: Orell Füssli.
- Schultz, E. (2020). *Anzahl der Instagram-Nutzer in der Schweiz nach Altersgruppen und Geschlecht im Jahr 2019*. Zugriff am 07.06.2020. Verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/469909/umfrage/instagram-nutzer-in-der-schweiz-nach-altersgruppen-und-geschlecht/>
- Seyhan, L. (2018). *Projektmanagement Im Ehrenamt. Grundlagen und Tipps (Essentials Ser)*. Wiesbaden: Gabler. Verfügbar unter <https://ebookcentral.proquest.com/lib/gbv/detail.action?docID=5252874>
- Socialbakers. (o.D.). Zugriff am 07.06.2020. Verfügbar unter <https://www.socialbakers.com/try>

- Sportcliv.ch. (o.D.). «*Vereinswebsite auf dem Prüfstand*». Zugriff am 07.06.2020. Verfügbar unter <https://www.sportcliv.ch/ImFokus/VereinswebsiteaufdemPruefstand/tabid/284/language/de-CH/Default.aspx>
- Sportcliv.ch. (2020a). *Versicherungen*. Zugriff am 07.06.2020. Verfügbar unter <https://www.sportcliv.ch/Small/Supportprozesse/RechnungswesenVersicherungen/Versicherungen/tabid/187/language/de-CH/Default.aspx>
- Sportcliv.ch. (2020, 21. März). *Veranstaltungskonzept*. Zugriff am 07.06.2020. Verfügbar unter <https://www.sportcliv.ch/Large/Kernprozesse/Sportveranstaltung/5PhasenEventmanagement/Veranstaltungskonzept/tabid/106/language/de-CH/Default.aspx>
- SRF Schweizer Radio und Fernsehen (Autor), 2020. *Baumann: «Das hat mich als Person gestärkt» [Interview]*. Verfügbar unter https://www.srf.ch/sport/mehr-sport/langlauf/langlaeuerer-im-insta-live-baumann-das-hat-mich-als-person-gestaerkt?wt_mc_o=srf.share.app.sport-app.unknown
- Statista. (2020). *Anzahl aktiver Nutzer von Facebook in der Schweiz von 2008 bis 2020*. Zugriff am 07.06.2020. Verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/70221/umfrage/anzahl-der-nutzer-von-facebook-in-der-schweiz/>
- Statista Research Department. (2020). *Anzahl aktiver Nutzer von Facebook in der Schweiz von 2008 bis 2020*. Zugriff am 09.05.2020. Verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/70221/umfrage/anzahl-der-nutzer-von-facebook-in-der-schweiz>
- Stettler, J. (2008, 22. Januar). *Wirtschaftliche Bedeutung der Sportveranstaltungen in der Schweiz* (Bundesamt für Sport, Hrsg.). Luzern: Institut für Tourismuswirtschaft ITW.
- Stettler, J., Herzer, C., Hausmann, C., Rütter, H., Kempf, H. & Gnädinger, J. (2011). *Analyse der Sporteventförderung der öffentlichen Hand*. Hochschule Luzern; Rütter + Partner; Eidgenössische Hochschule für Sport Magglingen.
- Stoll, O. & Janouch, C. (2020, 13. April). *Das psychologische Profil eines Trail-Runners*, Die Sportpsychologen. Zugriff am 07.06.2020. Verfügbar unter <https://www.die-sportpsychologen.de/2015/09/prof-dr-oliver-stoll-und-christin-janouch-das-psychologische-profil-eines-trail-runners/>
- Swiss Athletics. (2019). *Datenblatt zur Organisation und Durchführung vno Schweizer Trail Running Meisterschaften*. Zugriff am 07.06.2020. Verfügbar unter https://www.swiss-athletics.ch/wp-content/uploads/Datenblatt-ausser-Stadion_Trail-Running-3.pdf
- Swiss Athletics. (2020). *Facts & Figures*. Zugriff am 07.06.2020. Verfügbar unter <https://www.swiss-athletics.ch/de/verband/facts-figures/>
- Swiss Olympic. (o.D.). *5-Phasen-Eventmanagement*. Verfügbar unter <https://www.sportcliv.ch/Large/Kernprozesse/Sportveranstaltung/5PhasenEventmanagement/tabid/206/language/de-CH/Default.aspx>
- Swiss Olympic. (2011). *Swiss Olympic - freiwillig engagiert. facts & figures*.

- Swiss Olympic. (2020a). *5-Phasen-Eventmanagement*. Zugriff am 07.06.2020. Verfügbar unter <https://www.sportdlic.ch/Large/Kernprozesse/Sportveranstaltung/5PhasenEventmanagement/tabid/206/language/de-CH/Default.aspx>
- Swiss Olympic. (2020b). *Freiwilliges Engagement anerkennen*. Zugriff am 07.06.2020. Verfügbar unter <https://www.sportdlic.ch/ImFokus/FreiwilligesEngagementanerkennennichtseinfac/tabid/269/language/de-CH/Default.aspx>
- Swiss Olympic. (2020c). *Der Umgang mit Volunteers [Informationsblatt]*.
- Swiss Olympic - sportdlic.ch (Swiss Olympic, Hrsg.). (2015). *Organisation von Sportanlässen. Zusammenfassung*. Zugriff am 07.06.2020. Verfügbar unter <https://www.sportdlic.ch/Large/Kernprozesse/Sportveranstaltung/5PhasenEventmanagement/tabid/206/language/de-CH/Default.aspx>
- Swiss Olympic - sportdlic.ch. (2020). *Planungsfristen*.
- Swiss Volunteers. (2020). *Dienstleistungen*. Zugriff am 07.06.2020. Verfügbar unter <https://www.swissvolunteers.ch/de/dienstleistungen-3.html>
- Tourismus, S. (2020, 13. April). *Trailrunning aus Experten-Sicht | Schweiz Tourismus*. Zugriff am 07.06.2020. Verfügbar unter <https://www.myswitzerland.com/de-ch/erlebnisse/sommer-herbst/abenteuer-sport-sommer/trailrunning/trailrunning-aus-experten-sicht/>
- Walzel, S. & Schubert, M. (2018). *Sportsponsoring*. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-55246-9>
- Wanner, R. (2014). *Das magische Dreieck des Projektmanagements und die Qualität*. Zugriff am 07.06.2020. Verfügbar unter <https://www.rolandwanner.ch/das-magische-dreieck-des-projektmanagements-und-die-qualitat-2/>
- Wehner, T., Güntert, S. T. & Mieg, H. A. (2018). *Freiwilligenarbeit*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-22174-4>
- Werkmann, K. (2014). *Motivation, Zufriedenheit und Wertschätzung von Sport-Event-Volunteers*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-05228-7>

Anhang 1: Empfehlung Veranstaltungskonzept

Das Veranstaltungskonzept dient als Grundlage für alle weiteren Entscheide und muss daher übersichtlich gegliedert werden. Hierbei handelt es sich nur um eine Empfehlung und kann individuell angepasst werden. Alle Informationen, welche in der Projektskizze verwendet wurden, können hier nun weiter ausgeführt werden. Es gilt zu beachten, dass dieses Konzept nur eine grobe Übersicht bietet und nicht als Detailplanung benutzt werden kann.

	Thema	Inhalte
1	Einführung, Ausgangslage Grundlagen	<ul style="list-style-type: none"> • Organisation <ul style="list-style-type: none"> - Wer ist der Initiant der Veranstaltung? - Wer steckt dahinter? - Muss man eine Rechtspersönlichkeit gründen? Bsp. Verein, Trägerschaft, Privatperson, Auftraggeber • Vision <ul style="list-style-type: none"> - Was ist der Zweck der Veranstaltung? Bsp. Förderung Breitensport, Naturerlebnis, Zuschauererlebnis, Sportliche Leistung, Fairness, Freundschaft • Mission <ul style="list-style-type: none"> - Was wollen wir mit der Veranstaltung erreichen? Bsp. Förderung Sportart Trailrunning, Positionierung Destination als Sport Ort fördern • Grundsätze <ul style="list-style-type: none"> Was ist dem Veranstalter wichtig? <ul style="list-style-type: none"> ➢ Fokus Nachhaltigkeit ➢ Erlebnis- und Erfahrungsgewinn vs. finanzieller Erfolg ➢ Ethische Aspekte ➢ Teilnehmererlebnis/Teilnehmerorientierung ➢ Zusammenarbeit mit regionalen Organisationen/Institutionen/Unternehmen ➢ Qualitätssicherung • Das Organisationskomitee <ul style="list-style-type: none"> - Wer sind die Organisatoren? - Zuständigkeit für Ressort zuteilen • Helfer <ul style="list-style-type: none"> - Wie werden Helfer gesucht <ul style="list-style-type: none"> ➢ Eigener Verein ➢ Partnervereine ➢ Samaritervereine ➢ Freundeskreis, Familie • Catering/Verpflegung <ul style="list-style-type: none"> - Wer ist für das Catering zuständig - Wie wird das Catering organisiert • Weitere Partner <ul style="list-style-type: none"> - Zeitmessung - Wettkampfverpflegung - Sponsoren • Marketing <ul style="list-style-type: none"> - Festlegung Social-Media-Kanäle - Publikation Laufkalender - Wie bewirbt man den Event? - Gibt es mögliche Ambassadoren?
2	Wettkampf/Datum	<ul style="list-style-type: none"> - Wo findet der Wettkampf statt? - Was sind die Konditionen, welche vorherrschen können? (Klimatische Bedingungen) - Mit was muss der Teilnehmer rechnen? - Kurze Übersicht der Strecken - Datum festhalten - Verschiebungsdatum festhalten - Bemerkung über andere Events an diesem Datum

	Thema	Inhalte
2.1	Start und Zielgelände	<ul style="list-style-type: none"> - Wo befindet sich das Start- und Zielgelände - Welche Sanitären Einrichtungen sind vorhanden - Was befindet sich in unmittelbarer Nähe: Starnummernausgabe, Helferposten, Garderoben
2.2	Zielgruppen	<ul style="list-style-type: none"> • Wen wollen wir mit dem Trail Run erreichen? - Altersgruppen/ -kategorien - Familien - Menschen mit Behinderung - Einzugsgebiet lokal, regional, national, international - Demografische Kriterien - Zuschauer, VIP, Profisportler
2.3	Strecken	<ul style="list-style-type: none"> • Was für Strecken werden angeboten → Was ist unser Produkt <ul style="list-style-type: none"> ➢ Streckenbezeichnung ➢ Distanz in Kilometer ➢ Höhenmeter ➢ Leistungskilometer ➢ Start und Ziel der Strecke • Wichtige Informationen zu spezifischen Strecken <ul style="list-style-type: none"> - Wechsel von Langstrecke auf Kurzstrecke innerhalb des Wettkampfes - Kann diese Strecke auch im Team absolviert werden
2.4	Rahmenprogramm	<ul style="list-style-type: none"> • Kernveranstaltung <ul style="list-style-type: none"> - Hauptstrecken - Breitensport, Spitzensport, Sport für alle - Einzellauf - Gruppenlauf • Sideevents <ul style="list-style-type: none"> - Teamkategorie - Unifiekategorie - Probierangebot - Kürzere Strecken • Rahmenprogramm <ul style="list-style-type: none"> - Spiel und Sport für Kinder; Torwandschiessen - Spezielles Essensangebot - Sportartikelmesse ("Expo") - Festwirtschaft - Unterhaltungs- / Showprogramm
2.5	Startzeiten /Zeitlimiten	<ul style="list-style-type: none"> • Pro Strecke muss Startzeit inkl. Zeitlimite definiert werden - Folgen bei Überschreitung definieren
2.6	Kategorien	<ul style="list-style-type: none"> • Aufstellung der Kategorien <ul style="list-style-type: none"> - Kategorienbezeichnung - Jahrgänge von bis - Anmerkungen betreffend spezielle Kategorien <ul style="list-style-type: none"> ➢ Unified ➢ Wanderer
2.7	Preise/Wertung	<ul style="list-style-type: none"> • -Festlegung Preisvergabe pro Kategorie <ul style="list-style-type: none"> - Beste Läufer - Kategoriensieger - Erste Frau oder Mann im Ziel - Spezialpreise für Kombinationswertungen (falls vorhanden)
2.8	Teilnahmebedingungen	<ul style="list-style-type: none"> • - Verweis auf Altersvorschriften (Kategorien) • Gute körperliche Verfassung • Teilweise Autonomie (Eigenverantwortlichkeit) • Mitnahme Verpflegung, technische Ausrüstung • Ausschluss durch Veranstalter vorbehalten
2.9	Startplätze	<ul style="list-style-type: none"> • Max. Startplätze aufführen • Anpassungen durch Veranstalter vorbehalten • Reihenfolge Vergabe der Startplätze definieren • Führung von Wartelisten definieren/ausschliessen
3	Anmeldung	<ul style="list-style-type: none"> • Anmeldetool definieren • Akzeptanz Wettkampfglement durch Anmeldung • Annulationsversicherung empfehlen

	Thema	Inhalte
3.1	Startgeld/Bezahlung Nachmeldungen Startnummernausgabe	<ul style="list-style-type: none"> • Definition pro Kategorie • Zahlung: Early Bird, Regulär oder vor Ort • Zahlungsmittel definieren • Nachmeldungsart und Zeit definieren (Deadline) • Startnummernausgabe <ul style="list-style-type: none"> - Ort - Zeit - Inhalt: <ul style="list-style-type: none"> ➢ Startnummer: Wie muss diese getragen werden ➢ Zeitmessungstool: Rückgabe
4	Verpflegung Kontrollposten/Zwischenzeiten Streckenmarkierung	<ul style="list-style-type: none"> • Verweis Ausführung Verpflegungsposten auf Streckenplan <ul style="list-style-type: none"> - Publikationsort definieren (Bsp. Webseite) • Durchführung unter teilweiser Autonomie <ul style="list-style-type: none"> - Fähigkeit sich zwischen Verpflegung- und Kontrollposten selbst zurechtzufinden <ul style="list-style-type: none"> ➢ Verbot von persönlichen "Pacemakern" ➢ Professionelle Unterstützung verboten • Information zu Kontrollposten <ul style="list-style-type: none"> - Zwingend zu passieren - Vorbehalt Erfassung Zwischenzeiten und Kontrollen auf der ganzen Strecke • Streckenmarkierung <ul style="list-style-type: none"> - Wie werden diese vorgenommen - Strafe bei Verlassen der markierten Strecke
5	Sicherheit und medizinische Hilfe	<ul style="list-style-type: none"> • Sicherheit von Sportlerinnen/ Sportlern, Zuschauerinnen/ Zuschauern, Helfenden • Zusammenarbeit mit Polizei, Feuerwehr, Spital- und Rettungsdiensten, Samaritern, privaten Sicherheitsorganisationen
6	Material	<ul style="list-style-type: none"> • Obligatorisches Material und Kontrolle Mitführung definieren
7	Versicherung	<ul style="list-style-type: none"> • Versicherung für Läufer definieren <ul style="list-style-type: none"> - Unfallversicherung • Veranstalter <ul style="list-style-type: none"> - Schadenersatzansprüche - Haftpflichtversicherung
8	Anreise	<ul style="list-style-type: none"> • Kooperation mit öV • Anreisemöglichkeiten für Teilnehmende mit öffentlichem und privatem Verkehr: Gäste/ VIP, Zuschauer/innen • Parkplätze; Shuttlebusse • Verkehrsleitung • Signalisationen
9	Übernachtungen/Hotel	<ul style="list-style-type: none"> • Übernachtungsmöglichkeiten • Kooperationen • Eventhotel definieren
10	Geführte Trainings/Vorbereitung	<ul style="list-style-type: none"> • Angebot
11	Nachhaltigkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Nachhaltigkeitskonzept (www.ecosport.ch) <ul style="list-style-type: none"> - Benutzung öV / Verkehr - Recycling - Wiederverwendbares Geschirr/Becher - Abfall / Littering - Energie - Lebensmittel
12	Zeitplan	<ul style="list-style-type: none"> • Planungszeit berechnen (Ausgangsdatum Eventtermin) • Meilensteine definieren • Reservezeit einberechnen • Grafische Darstellung (Excel o.ä.)
13	Anhang	<ul style="list-style-type: none"> • Streckenpläne • Corporate Design, CD

	Thema	Inhalte	
11	Finanzen	Aufwand (Richtzahlen)	<ul style="list-style-type: none"> • Konzeptentwicklung, Erscheinungsbild (Name, Logo) • OK, Geschäftsführung, Geschäftsstelle • Produkt: Kernveranstaltung, Side-Events, Rahmenprogramm • Sportanlagen, Infrastrukturen, Wettkampfstrecken • Personal • Logistik • Sicherheit • Umweltschutzmassnahmen • Marketing, Kommunikation • Öffentlichkeitsarbeit, Medien • TV-/Videoproduktionen • Preise, Preisgelder • Versicherungen • Bewilligungen • Steuern (Mehrwertsteuer, Quellensteuer, Billettsteuer)
		Ertrag (Richtzahlen)	<ul style="list-style-type: none"> • Teilnahmegebühren, Startgelder • Zuschauerickets • Festwirtschaft, Catering • Beiträge (Öffentliche Hand, Sport-Toto, Verband) • Sponsoring • Merchandising • Gönner • TV-Rechte
		Aufwandüberschuss / Ertragsüberschuss	<ul style="list-style-type: none"> • Defizitdeckungsgarantie • Zinsgünstige Darlehen • Gewinnverwendung /-verteilung
		Liquiditätsplanung	<ul style="list-style-type: none"> • Wann entsteht welcher Aufwand? • Wann fliessen welche Einnahmen? • Zwischenfinanzierung (Eigenmittel, Fremdmittel, andere Quellen)
13	Chancen-Risiko-Analyse	Chancen	<ul style="list-style-type: none"> • Image- / Prestigegewinn • Öffentliche Anerkennung • Steigerung des Bekanntheitsgrads • Persönliche Erfolgserlebnisse • Medienpräsenz • Finanzieller Gewinn
		Risiken	<ul style="list-style-type: none"> • Veranstaltung wird nicht realisiert (zu wenig Teilnehmende / Helfende, fehlende Finanzierung, Schneemangel u.a.) • Keine/wenig Zuschauer/innen • Finanzielles Defizit • Schlechtes Wetter • Naturkatastrophen • Teilnehmer-/Zuschauerunfälle • Hooliganismus, Vandalismus, Terrorismus

Tabelle 8: Empfehlung Veranstaltungskonzept (eigene Darstellung in Anlehnung an sportcliv.ch (2020b))

Anhang 2: Empfehlung Grobplanung

Diese Auflistung dient als Beispiel und muss an das eigene Event angepasst werden. Zudem ist es wichtig, dass ein weiterer Punkt für das «Controlling» angefügt wird. Ergänzend kann eine aufgeführte Methode im Kapitel 3.5.2 Projektüberwachung angewendet werden.

Aufgabe/Tätigkeit	Zeitpunkt	Zuständigkeit
Nachdem das Eventkonzept fertiggestellt wurde und eine konkrete Vorstellung über den Event vorhanden ist, müssen geeignete Personen für die Durchführung der Organisation gesucht werden.	12	Eventinitiator /Eventverantwortlicher
Kick-Off Event: Der Eventinitiator oder Eventverantwortlicher lädt alle zu einer Veranstaltung ein, bei welcher das Vorhaben vorgestellt wird. <ul style="list-style-type: none"> - Event vorstellen - Hintergrundinformationen liefern - Aufteilung der Ressorts vorstellen - Zeitliche Planungsaufwand einbinden - Verantwortlichkeiten klären - Entscheidungsabläufe offenlegen 	12	Eventinitiator /Eventverantwortlicher Terminieren bis wann Entscheidung betreffend Ressortzuteilung vorliegen muss
Definitive Festlegung, wer für welches Ressort zuständig ist <ul style="list-style-type: none"> - Aufgabenverteilung pro Ressort schriftlich festhalten 	12	Eventinitiator /Eventverantwortlicher Direkt nach Entscheidung über Zuteilung
Chancen-Risiko-Analyse	fortlaufend	tbd
Organisationsform betreffend Haftung klären (AG, Verein, Einfache Gesellschaft)	12	Eventinitiator /Eventverantwortlicher
Budget erstellen und Finanzierung klären (Mittelbeschaffung durch Eigen- und Fremdfinanzierung bzw. Absicherung durch Defizitdeckungsgarantie)	12	Ressort Sponsoring und Finanzen
Entschädigung für Helfer etc. festlegen	12	Ressort Sponsoring und Finanzen
Austragungsort suchen	12	Eventinitiator /Eventverantwortlicher
Datum festlegen	12-11	Organisationskomitee
Festlegung der Strecken und Zugänglichkeit	12-10	Ressort Strecke
Genehmigungen bei zuständigen Behörden einholen	12-8	Ressort Koordination
Streckenplanung vornehmen (Verpflegungspunkte, Sanitätsposten)	11-8	Ressort Strecke
Anmeldungsportal festlegen und einrichten sowie Nachmeldungen vor Ort planen	12	Ressort Koordination und Infrastruktur
Sanitäter organisieren	11-8	Ressort Volunteers
Freiwillige Helfer akquirieren	11-3	Ressort Volunteers
Preise und Auszeichnungen organisieren	11-8	Ressort Sponsoring und Finanzen
Wettkampfverpflegungspartner suchen	12-8	Ressort Koordination und Kommunikation
Sponsorensuche vornehmen	12	Ressort Sponsoring und Finanzen
Eventhotel evaluieren	12-9	Ressort Infrastruktur

Handbuch Trailrunning-Events

Übernachtungsmöglichkeiten abklären	12-9	Ressort Infrastruktur
Verpflegung im Zielgelände klären	8-3	Ressort Infrastruktur
Anreise: ÖV, Parkmöglichkeiten, Verkehrsleitung, Signalisation	8-4	Ressort Koordination
Aufgabe/Tätigkeit	Zeitpunkt	Zuständigkeit
Aufbau Infrastruktur im Ziel- und Startgelände klären	8-4	Ressort Infrastruktur
Rahmenprogramm sowie Side Events planen und abklären	8-4	Ressort Social Media
Nachhaltigkeitskonzept erstellen	8-4	Übergreifend
Social Media Plan erstellen und Kanäle betreuen	8-1	Ressort Social Media
Marketing und Werbung (Druck Plakate, Flyer, Inserate, Newsletter etc.)	8-1	Ressort Kommunikation und Sponsoring
Angebot geführte Trainings ausarbeiten	8-7	Ressort Strecke und Kommunikation
Bekleidung bestellen (OK, Helfer) inkl. Sponsorendruck	4-1	Ressort Sponsoring
Speaker für Rangverkündigung im Star- und Zielgelände organisieren	3-1	Ressort Kommunikation
Einsatzplan für Helfer und Sanitäter erstellen und Verpflegung organisieren	3-1	Ressort Volunteer, Infrastruktur und Strecke
Moderationsplan und Ablaufplan für Speaker erstellen	2-1	Ressort Sponsoring und Kommunikation
Druck: - Liste mit Telefonnummern - Übersichtskarte Start- und Zielgelände - Ausschilderungen (Parkplatz/Sanitäre Anlagen etc.)	2-1	Ressort Kommunikation
Organisation: - Streckenmarkierungen - Streckenverpflegung - Bodenmarkierungsfarbe - Absperrbänder - Speaker Anlage - Podest - Zelte - Start- und Zielgelände Bogen - Tische	2-1	Ressort Infrastruktur
Kontrolle: Sitzungen nach Absprache mit Führung eines Sitzungsprotokolls - Kommunikation via E-Mail - Protokoll - Planung der Sitzungen	monatlich	Ressort Geschäftsstelle/Administration

Tabelle 9 Empfehlung Grobplanung (eigene Darstellung in Anlehnung an Deutscher Leichtathletik Verband (2018))

Anhang 3: Mögliches Inhaltsverzeichnis für ein Wettkampfreglement

Die folgende, nicht abschliessende Aufzählung kann als Input zur Erstellung eines Wettkampfrelements verwendet werden.

1. Organisation
 - a. Organisator
 - b. Organisationskomitee
2. Wettkampf
 - a. Strecken
 - b. Kategorien
 - c. Startzeiten- und orte
 - d. Teilnahmebedingungen
 - e. Anzahl Startplätze
 - f. Startgeld
 - g. Zeitmessung
3. Anmeldung
 - a. Anmeldeprozedere
 - b. Nachmeldungen
 - c. Ummeldungen
 - d. Annullierung der Anmeldung
4. Prinzip der teilweisen Selbstversorgung
 - a. Definition
 - b. Handhabung am Event
5. Sicherheit
 - a. Streckenmarkierung
 - b. Verpflegungsposten
 - c. Kontrollposten
 - d. Sicherheit und medizinische Hilfe
6. Zeitlimite und Aufgabe
 - a. Zeitlimite
 - b. Aufgabe
7. Material
 - a. Obligatorisches Material
 - b. Materialübersicht pro Kategorie
8. Startnummernausgabe
 - a. Abgabe
 - b. Montage
9. Streckenänderung und Absage
 - a. Langfristige Änderungen
 - b. Kurzfristige Änderungen
 - c. Absage
 - d. Abbruch
10. Rangverkündigung
 - a. Spezialpreise
 - b. Finisherpreise
11. Strafen
 - a. Strafgründe
 - b. Disqualifikation
12. Beschwerde
 - a. Beschwerdeinstanz
 - b. Kautio
13. Jury
 - a. Zusammensetzung
 - b. Befugnis
14. Versicherung
 - a. Versicherung des Veranstalters
 - b. Versicherung des Teilnehmers
15. Datenschutz
 - a. Personendaten
 - b. Bildrechte
16. Gerichtsstand

Anhang 4: Kapitel Volunteers Textvorschlag für ein Inserat (eigene Darstellung)

Wir suchen dich! Als freiwilliger HelferIn oder Helfer kannst du zum Gelingen des xy Trailrun in xy beitragen. Wir sind auf fleissige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter angewiesen und hoffen, dass du ein Teil unseres Teams werden willst. Zusammen ermöglichen wir allen Trailrunnerinnen und Trailrunnern einen unvergesslichen Tag. Fühlst du dich angesprochen, dann melde dich auf der Homepage xy an.

Neben einer extra Portion Wertschätzung erhältst du zudem:

Funktionelle Helferbekleidung in Form eines T-Shirts Marke xy

Vollumfängliche Verpflegung während des ganzen Events

Gratis An- und Rückreise mit der ÖV

Eine grosses Helferfest

Weiter Informationen zum Helfereinsatz findest du auf unsere Homepage. Wir freuen uns auf deine Unterstützung!

Anhang 5: Beispiel Gesuch des FHGR Trail Run in der Lenzerheide an die Gemeinde Lantsch/Lenz

LENZERHEIDE MARKETING UND SUPPORT AG
 Voa Principala 80 | CH-7078 Lenzerheide
 T +41 81 385 57 00 | F +41 81 385 57 02
 info@lenzerheide.com | lenzerheide.com | arosalenzerheide.ch



Gemeinde Lantsch/Lenz
 Simon Willi
 Gemeindepräsident
 7083 Lantsch/Lenz

Lenzerheide, 3. Mai 2020

Gesuch Event- und Streckenbewilligung FHGR Trailrun 21.08 – 22.08.2020

Sehr geehrter Herr Gemeindepräsident
 Sehr geehrte Mitglieder des Gemeindevorstandes

Im Sommer 2020 werden wir zusammen mit der FH Graubünden einen neuen Trailrun Event in Lenzerheide lancieren. Im Auftrag vom Verein Trailrunning Chur sende ich Ihnen das Gesuch für die Event- und Streckenbewilligung des FHGR Trailrun Lenzerheide. Wir bitten Sie das Gesuch für die Durchführung des Events und die Bewilligung der Strecken wohlwollend zu prüfen.

Eventbewilligung

Wir bitten um die Eventbewilligung des FHGR Trailrun Lenzerheide, sowie die Beschallung und das Aufhängen von Reklamen während dieser Zeit im Raum der Biathlon Arena Lenzerheide in Lantsch/Lenz.

Der FHGR Trail Run Lenzerheide ist ein Anlass, der mehrere Wettkampfstrecken umfasst mit dem Eventzentrum in der Biathlon Arena. Es stehen sechs verschiedene Strecken (6 Wettkämpfe) zur Verfügung. Jeder Wettkampf besteht aus einer Strecke, die innerhalb eines Zeitlimits zurückgelegt werden muss. Der 1. FHGR Trail Run Lenzerheide findet am Freitag/Samstag, 21./22. August 2020, statt. Für die erste Austragung werden 300 bis 500 Teilnehmerinnen und Teilnehmer erwartet. Da es sich beim Trail Run Lenzerheide um einen Teilnehmeranlass handelt, wird nur eine kleine Anzahl Zuschauer erwartet.

Die Beschallung wird nur während den Renntagen in Betrieb sein und die Reklamen werden am Freitag aufgehängt und am Sonntag wieder demontiert.

Benützung der Biathlon Arena / Bereich Foppa als Eventgelände

Um einen reibungslosen Auf- und Abbau zu garantieren, ist Silvio Baselgia von der Biathlon Arena bei der Planung des Events involviert. Der provisorische Situationsplan des Eventgeländes ist beigelegt.

Die Anfrage für die Gastronomiebewilligung der Biathlon Arena senden wir ihnen separat zu. Diese Anfrage wird vom Verein Trailrunning Chur gestellt. Die Abwicklung des Gastronomiebereichs wird jedoch durch die Biathlon Arena Lenzerheide gemacht.

LENZERHEIDE MARKETING UND SUPPORT AG
 Voa Principala 80 | CH-7078 Lenzerheide
 T +41 81 385 57 00 | F +41 81 385 57 02
 info@lenzerheide.com | lenzerheide.com | arosalenzzerheide.ch



Streckenbewilligung

Strecken

Die Strecken führen über das Gemeindegebiet von Lantsch/Lenz, Vaz/Obervaz, Albula/Alvra, Schmiten und Davos. Ebenfalls werden der Start und das Ziel in der Biathlon Arena Lenzerheide auf dem Gemeindegebiet Lantsch/Lenz sein. Im Anhang finden Sie die Karten mit den verschiedenen Strecken. Die Rennen auf den Strecken [T1 Unified](#), [T4 Kids Race](#), und [T6 Prolog](#) werden am Freitagabend 21.08.2020 ausgetragen. Auf den Strecken [T14](#), [T30](#) und [T50](#) wird am Samstag 22.08.2020 gelaufen. Es werden nur offizielle Routen benutzt.

Privatgrund: Damit wir die entsprechenden Grundbesitzer informieren und anfragen können, wären wir Ihnen sehr dankbar, wenn Sie uns mitteilen, in welchen Bereichen wir uns auf Privatgrund bewegen.

Rennformat und Sicherheit

Die Teilnehmerzahl ist auf 1200 Läufer beschränkt. Am Freitag wird der erste Start um 18:00 und der letzte mögliche Zieleinlauf um 20:00 erfolgen. Am Samstag wird der Start in zwei Startblöcken organisiert. Die Startzeit für die Strecken T30 und T50 ist um 08:00 geplant. Der Start für die Strecke T14 wird um 09:00 erfolgen. Alle Teilnehmer müssen spätestens um 20:00 das Ziel passiert haben. Bei verschiedenen Kontrollposten werden medizinische Helfer vor Ort sein.

Beschilderung

Die Rennstrecke wird frühestens drei Tage vor dem Rennen (19.08.2020) ausgeschildert. Alle Beschilderungen werden direkt nach dem Rennen bis spätestens am Folgetag um 20:00 Uhr wieder vollumfänglich eingesammelt und die Strecke gesäubert. Das Wegwerfen von Abfall ist den Teilnehmern strikt untersagt und wird bei Nichtbeachtung sanktioniert. An den Strecken werden keine baulichen Veränderungen vorgenommen. Falls kleine Wiederaufbereitungsarbeiten notwendig sein sollten, werden wir diese übernehmen.

Verpflegungsposten

Auf dem Gemeindegebiet von Lantsch/Lenz befinden sich drei Verpflegungsposten. Die Verpflegungsposten sind auf der Karte der [Strecke T50](#) markiert.

Nutzung Wald und sensitive Gebiete

Wir bitten Sie, die Strecken und die Standorte der Infrastrukturbauten mit dem Amt für Wald und Naturgefahren zu prüfen.

Strassensperrung

Die Voa Principala muss auf Höhe Biathlon Arena am Samstagmorgen von 08:00 bis 08:03 und von 09:00 bis 09:03 kurz gesperrt werden. Die nötigen Vorkehrungen werden mit der Gemeindepolizei besprochen und organisiert.

Wir bitten Sie, das Gesuch wohlwollend zu prüfen und hoffen auf eine positive Antwort. Wir bedanken uns für Ihre Bemühungen und stehen bei Fragen sehr gerne zur Verfügung.

Sportliche Grüsse

Lenzerheide Marketing und Support AG

Joel Bieri, Eventmanager

Walter Burk, Verein Trailrunning Chur

Anhang:

- [Streckenplan T1 Unified](#)
- [Streckenplan T4 Kids Race](#)
- [Streckenplan T6 Prolog](#)
- [Streckenplan T14](#)
- [Streckenplan T30](#)
- [Streckenplan T50](#)
- [Weltkampfleument](#)
- [Provisorischer Situationsplan](#)

Abbildung 13 Gesuch Streckenbewilligung Lantsch/Lenz (OK FHGR Trail Run Lenzerheide)

Anhang 6: Beispiel Gesuch des FHGR Trail Run in der Lenzerheide an die Gemeinde Vaz/Obervaz

LENZERHEIDE MARKETING UND SUPPORT AG
 Via Principala 80 | CH-7078 Lenzerheide
 T +41 81 385 57 00 | F +41 81 385 57 02
 info@lenzerheide.com | lenzerheide.com | arosalenzzerheide.ch



Gemeinde Vaz/Obervaz
 Aron Moser
 Gemeindepräsident
 7078 Lenzerheide

Lenzerheide, 3. Mai 2020

Gesuch Streckenbewilligung FHGR Trail Run 21.08 – 22.08.2020

Sehr geehrter Herr Gemeindepräsident
 Sehr geehrte Mitglieder des Gemeindevorstandes

Im Sommer 2020 werden wir zusammen mit der FH Graubünden einen neuen Trailrun Event in Lenzerheide lancieren. Im Auftrag vom Verein Trailrunning Chur sende ich Ihnen das Gesuch für die Streckenbewilligung des FHGR Trailrun Lenzerheide. Wir bitten Sie das Gesuch für die Bewilligung der Strecken wohlwollend zu prüfen.

Der FHGR Trail Run Lenzerheide ist ein Anlass, der mehrere Wettkampfstrecken umfasst. Es stehen sechs verschiedene Strecken (6 Wettkämpfe) zur Verfügung. Jeder Wettkampf besteht aus einer Strecke, die innerhalb eines Zeitlimits zurückgelegt werden muss. Der 1. FHGR Trail Run Lenzerheide findet am Freitag/Samstag, 21./22. August 2020, statt.

Für die erste Austragung, werden 300 bis 500 Teilnehmerinnen und Teilnehmer erwartet. Da es sich beim Trail Run Lenzerheide um einen Teilnehmeranlass handelt, wird nur eine kleine Anzahl Zuschauer erwartet.

Strecken

Die Strecken/Trails führen unter anderem über das Gemeindegebiet von Vaz/Obervaz. Im Anhang finden Sie die Abschnitte auf dem Gemeindegebiet von Vaz/Obervaz. Durch das Gemeindegebiet von Vaz/Obervaz führen die Strecken [T14](#), [T30](#) und [T50](#). Diese Rennen finden alle am Samstag 22.08.2020 statt.

Privatgrund: Wir wären Ihnen sehr dankbar, wenn Sie uns mitteilen könnten, in welchen Bereichen wir uns auf Privatgrund bewegen, damit wir die entsprechenden Grundbesitzer anfragen könnten. Für den motorisierten Verkehr entstehen keine Einschränkungen.

Rennformat und Sicherheit

Alle Teilnehmer bewegen sich allein. Die Teilnehmerzahl ist auf 1200 Läufer beschränkt. Der Start wird in zwei Startblöcken organisiert. Die Startzeit für die Strecken T30 und T50 ist am Samstag um 08:00 geplant. Der Start für die Strecke T14 wird um 09:00 erfolgen. Alle Teilnehmer müssen spätestens um 20:00 das Ziel passiert haben. Bei verschiedenen Kontrollposten werden medizinische Helfer vor Ort sein.

Beschilderung

Die Rennstrecke wird frühestens drei Tage vor dem Rennen (19.08.2020) ausgeschildert. Alle Beschilderungen werden direkt nach dem Rennen bis spätestens am Folgetag um 20.00 Uhr wieder vollumfänglich eingesammelt und die Strecke gesäubert. Das Wegwerfen von Abfall ist den Teilnehmern strikt untersagt und wird bei Nichtbeachtung sanktioniert. An den Strecken werden keine

LENZERHEIDE MARKETING UND SUPPORT AG
 Via Principala 80 | CH-7078 Lenzerheide
 T +41 81 385 57 00 | F +41 81 385 57 02
 info@lenzerheide.com | lenzerheide.com | arosalenzerheide.ch



baulichen Veränderungen vorgenommen. Falls kleine Wiederaufbereitungsarbeiten notwendig sein sollten, werden wir diese übernehmen.

Verpflegungsposten

Auf dem Gemeindegebiet von Vaz/Obervaz sind keine Verpflegungsposten geplant.

Nutzung Wald und sensitive Gebiete

Wir bitten Sie, die Strecken und die Standorte der Infrastrukturbauten mit dem Amt für Wald und Naturgefahren zu prüfen.

Gemeindebestätigung

Um die Auflagen des Kantons zu erfüllen und das schriftliche Einverständnis sämtlicher involvierter Gemeinden einreichen zu können, bitten wir Sie, das Gesuch wohlwollend zu prüfen und hoffen auf eine positive Antwort.

Wir bedanken uns für Ihre Bemühungen und stehen bei Fragen sehr gerne zur Verfügung.

Sportliche Grüsse

Lenzerheide Marketing und Support AG

Joel Bieri, Eventmanager

Walter Burk, Verein Trailrunning Chur

Anhang:

- [Streckenplan T14](#)
- [Streckenplan T30](#)
- [Streckenplan T50](#)
- [Wettkampfreglement](#)

Abbildung 14 Gesuch Streckenbewilligung Vaz/Obervaz (OK FHGR Trail Run Lenzerheide)

Anhang 7: Beispiel für Newsletter des FHGR Trail Run Lenzerheide



Liebe Name,

Neuer Name, neuer Ort - FHGR Trail Run RUNS Lenzerheide!

Andere Location, mehr Kategorien und [Strecken](#) mit unglaublichem Bergpanorama sind garantiert - was will ein Läuferherz mehr?

Letztes Jahr noch im alten Lauffenue der HTW Chur unterwegs, präsentiert sich der Trail Run nächstes Jahr auf eine neue Art und Weise unter dem Namen der Fachhochschule Graubünden. Du kannst dich auf ein einmaliges Erlebnis in den Bündner Bergen freuen, welches dir noch lange in Erinnerung bleiben wird - es lohnt sich deine Freunde und Familie mitzunehmen. Ein spannendes Rahmenprogramm ist garantiert und jede Trailrunnerin, jeder Trailrunner, ob gross oder klein, findet das passende Angebot.

Die genauen Streckenbeschreibungen sowie weitere Informationen findest du auf unserer [Webseite](#).

Die [Online-Anmeldung](#) für den ersten Trail-Run Event in der Lenzerheide vom 21. und 22. August 2020 ist geöffnet.

Zögere nicht und profitiere bis Ende Jahr vom attraktiven "Early-Bird"-Tarif. Auf los geht's los!

[Jetzt anmelden](#)

graubünden SPORT

Ring Garage AG Chur



Mercedes-Benz

smart

Lenzerheide



since 1904
Schweizerhof
LENZERHEIDE



Impressum

Verein Trailrunning Chur

Reichsgasse 71 / CH-7000 Chur

trailrun@fhgr.ch

[Ich möchte keine E-Mails mehr empfangen](#)

Anhang 8: Möglicher Aufbau Content Plan

Kalenderwoche	Inhalt	Bild / Aufnahme	Kanal
<u>13 (23.3)</u>	Vorstellung als Eventbotschafter	Portrait, Action Bild	Insta/FB
Text/Inhalt:	→ Wieso Eventbotschafter?		
	Input von Eventbotschafter	Kurzes Vorstellungsvideo	Story
Inhalt:	Kurze Vorstellung und Vorfreude auf Zusammenarbeit wecken		
<u>15 (06.04)</u>	Eventbotschafter als Trailrunner	Trail Running Bild	Insta / FB
Text/Inhalt:	- Was bedeutet dir Trailrunning?		
<u>17 (20.04)</u>	Vorstellung Ausgangspunkt des Trailrun	tbd	Insta/FB
Text/Inhalt:	Wieso ist dies der perfekte Ausgangs- und Endpunkt		
	Rundgang Biathlonarena	Video von Rundgang	Story
Inhalt:	Wie erlebst du die Biathlonarena als Sportler? Wie ist die Infrastruktur?		
<u>19 (04.05)</u>	Wettbewerb (Verlosung Startplatz)	tbd	Insta/FB
Text/Inhalt:	Schätzfrage oder eine Challenge (tbd). Person muss eine Aktion ausführen, um den Startplatz zu gewinnen.		
	Aufruf zum Mitmachen		Story
Inhalt:	Schätzfrage stellen und zum Mitmachen auffordern.		
<u>21 (18.05)</u>	Wechsel Rollski auf Laufschuhe	tbd	Insta/FB
Text/Inhalt:	Trailrunning bietet mir einen guten Ausgleich neben dem Langlauf.		
<u>23 (01.06)</u>	Richtige Sportlerernährung	tbd	Insta/FB
Text/Inhalt:	Vor-, nach und während dem Wettkampf		

Tabelle 9 Möglicher Aufbau Content Plan (eigene Darstellung)

Selbstständigkeitserklärung

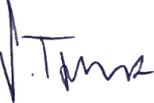
Wir erklären hiermit, dass wir diese Arbeit selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und erlaubten Hilfsmittel benutzt haben. Alle Stellen, die wörtlich oder sinngemäss aus Quellen entnommen worden sind, haben wir als solche gekennzeichnet. Uns ist bekannt, dass andernfalls die Hochschulleitung zum Entzug der aufgrund unserer Arbeit verliehenen Qualifikation oder des für unsere Arbeit verliehenen Titels berechtigt ist.

Chur, 11. Juni 2020

Bernhard Aggeler Unterschrift:  _____

Sonja Schmid Unterschrift:  _____

Manuel Toscan Unterschrift:  _____

Stefanie Tschanz Unterschrift:  _____