

MARKENLEITBILD

2022

DVV DEUTSCHER
VOLLEYBALL
VERBAND



VORWORT

Der DVV ist fest entschlossen sich weiter zur professionalisieren und in naher Zukunft einer der spannendsten und profiliertesten deutschen Sportverbände zu werden. Dass man dies bald sagen kann, wird das Ergebnis intensiver und zugleich ausdauernder Arbeit sein. Arbeit jedes und jeder Einzelnen von uns, insbesondere auch Arbeit an der Kommunikation, die unsere Werte und unsere Haltung nach Außen trägt und damit die Marke „DVV“ zum Leben erweckt.

Damit Kommunikation einen effektiven Beitrag zur Stärkung der Marke leisten kann, muss auch sie selbst stark sein. Und Stärke entwickelt Kommunikation immer dann, wenn sie stringent, einheitlich und unverwechselbar ist – eben auf klaren Prinzipien, Regeln und Haltung basiert.

Die Marke und ihre Haltung glaubwürdig gegenüber Dritten zu vermitteln, ist die Aufgabe unseres Verbands und damit aller Personen, die damit zu tun haben. Die nachfolgenden Guidelines sind ein Leitfaden zum Thema Kommunikation und helfen bei der täglichen Arbeit die richtigen Entscheidungen sowie den richtigen Ton zu treffen.

Das Dokument ist also vor allem eine Unterstützung. Für jede*n von uns und für die Marke. Und es ist zugleich der Nährboden, auch in den kommenden Jahren mit der Marke DVV eine einzigartige Geschichte zu erzählen.

DER VORSTAND DES DEUTSCHEN VOLLEYBALL-VERBANDS

DIE MARKE DVV

Seit der Gründung des Deutschen Volleyball-Verbandes 1955 war der DVV immer mehr als ein Verband. Er stand und steht noch heute für besten Volleyball in Halle, Beach und Snow. Vor allem aber ist der DVV Repräsentant des Volleyballsports und somit auch Takt- und Strukturgeber.

Nach schwierigen Jahren sind wir fest entschlossen uns bewusst weiterzuentwickeln und neue Stärken zu schaffen.

Mit unserer einzigartigen Basis, ehrenamtlichen Volleyballer*innen, engagierten Landesverbänden, einer starken Volleyball-Bundesliga und motivierten Mitarbeiter*innen wollen wir die traditionellen Grundlagen noch enger mit Verantwortung und Gemeinschaft verbinden.

Zukünftig setzen wir unseren Fokus auf zentrale Themen wie erfolgreichen Leistungssport, gezielte Nachwuchsförderung, nachhaltige Verbandsentwicklung,

Förderung von Frauen in Vereinsstrukturen, ganzheitliche Digitalisierungsstrategien, Integration und Inklusion unter Teilhabe aller Volleyballer*innen und zeigen somit, worauf es in unserer Welt, im Sport und in der Gesellschaft ankommt.

Dabei punktet der DVV ganzheitlich. Er vermittelt allen Menschen (Fans, Spieler*innen, Mitarbeiter*innen, Medien, sonstige Stakeholder), unabhängig von Alter, Herkunft oder sexueller Orientierung diejenigen Werte, die ihnen helfen sich sowohl in der Sportwelt als auch in unserem Zusammenleben als Gesellschaft angemessen zu verhalten und gemeinsam große Ziele zu erreichen. Diesen Gedanken überführen wir in ein unmissverständliches Markenversprechen, welches das Selbstverständnis des DVV ideal aufgreift.

UNSER MARKEN-
VERSPRECHEN:

**„ALLES,
WAS UNS
BESSER
MACHT.“**



**„ALLES,
WAS UNS
BESSER
MACHT.“**

**EXTERNE
BOTSCHAFTEN**

| Der DVV hat bereits viel geleistet, ruht sich aber nicht aus, sondern orientiert sich mit seiner Gesamtstrategie immer am Fortschritt.

| Die Marke und das Markenversprechen wird jeden Tag gelebt – das Ergebnis ist eine tägliche Verbesserung (in welchem Bereich auch immer).

| Der DVV ist die Heimat des Volleyballsports und wichtigste Instanz für Sportler*innen, Fans, Sponsoren, Medien und sonstige Stakeholder.

**INTERNE
BOTSCHAFTEN**

| Alle Mitarbeiter*innen leisten mit ihren individuellen Aufgaben und Bereichen einen wichtigen Beitrag, um das Markenversprechen mit Inhalt zu füllen (vom Training bis zur Help-Hotline bei Ticketbestellungen).

| Nur zusammen schaffen wir es, messbar „besser“ zu werden und damit an Glaubwürdigkeit zu gewinnen.

ALLES, WAS UNS BESSER MACHT.

INTERNES



EXTERNES



ENG

WEIT

ENG

WEIT



UNSERE WERTE

Unsere Haltung untermauern wir mit den nachfolgenden Markwerten, die uns Orientierung und Klarheit in unserer täglichen Arbeit geben:

MUTIG

Wir gehen unseren eigenen Weg, der nicht immer leicht ist. Aber wir glauben an uns, unsere werteorientierte Ausrichtung und haben so auch immer die notwendige Portion Mut im Gepäck, die uns erlaubt auch außerhalb von Standards und gelernten Grenzen zu denken und zu handeln.

STARK

Als DVV zeigen wir Stärke, auf dem und abseits des Spielfelds. Unsere Athlet*innen und Mitarbeiter*innen kämpfen fair als echte Vorbilder, aber beweisen auch in schwierigen Feldern abseits der Halle, des Strands oder dem Schnee, wozu wir dank unserer Stärke in der Lage sind.

PROAKTIV

Wir challengen immer den Status Quo – intern wie extern. Dazu denken und entwickeln wir Volleyball sportlich, wirtschaftlich und gesellschaftlich weiter.

SOZIAL

Unsere Fans zeigen uns bei jedem Spiel, wie stark und erfolgreich eine Gemeinschaft machen kann. Diese erfahrene Stärke erlaubt es uns, auch dies an Menschen zurückzugeben. Daher engagieren wir uns aktiv im Breiten- und Jugendsport, sowie in weiteren sozialen Projekten.

NAHBAR

Der DVV hat schon immer bewiesen, dass er nahbar und zugänglich ist – so wie seine Athlet*innen, Funktionär*innen und Mitarbeiter*innen. Jetzt und in Zukunft wird dies so bleiben.

RESPEKTVOLL

Wir behandeln jeden mit Respekt – und erwarten diesen auch von unseren Partner*innen, Mitarbeiter*innen und sonstigen Protagonist*innen, im Innen- wie Außenverhältnis.

HANDLUNGS- PRINZIPIEN

In unserer täglichen Arbeit lassen wir uns von folgenden Handlungsprinzipien leiten:

- | Wir wollen erfolgreich Volleyball spielen – auf jedem Untergrund.
- | Unsere Werte stärken unser Spiel und Handeln.
- | Wir sind Antrieb und Förderer des Sports.
- | Unsere Mitglieder sind ein elementarer Bestandteil.
- | Wir hinterfragen unsere Arbeit, um immer das Maximum zu erreichen.
- | Wir sehen uns als Dienstleister.
- | Wir agieren im Umgang mit unserem Umfeld immer respektvoll und auf Augenhöhe.
- | Wir stehen zu unseren Fehlern und lernen daraus.
- | Wir sind ein Team!
- | Wir sind stolz auf das Erreichte. Und haben noch so viel mehr vor.

TONALITÄT

SOUVERÄN

Dank unserer ganzheitlichen Planung sind wir immer vorbereitet und können souverän auftreten / kommunizieren.

HUMORISTISCH

Zum richtigen Zeitpunkt zeigen wir intellektuellen Witz.

PERSÖNLICH

Wir kommunizieren stets direkt und auf Augenhöhe mit unseren Zielgruppen.



DVV

ALLES, WAS UNS BESSER MACHT.