

2025

LEITFADEN FÜR **Vereine, Hallenbetreiber** **und Interessierte**

SquashUp! Your Night. erfolgreich planen,
durchführen und weiterentwickeln.



Inhalt

Vorwort	3
1. Warum lohnt sich eine SquashUp! Your Night?	4
2. Initialisierungs- und Planungsphase	4
2.1 Zielsetzung und Zielgruppe	4
2.2 Zeitplan	5
2.3 Budget	5
3. Infrastruktur & Ressourcen	6
3.1 Halle & Ausstattung	6
3.2 Aufenthalts- und Sozialbereich	6
3.3 Musik & Stimmung	7
4. Durchführung am Eventabend	8
4.1 Beispielhafter Ablaufplan	8
4.2 Formate & Erlebnis	9
4.3 Aufgabenverteilung	9
5. Öffentlichkeitsarbeit & Marketing	10
5.1 Marketingstrategie	10
5.2 Offline-Marketing	11
5.3 Online-Marketing	12
6. Evaluation & Nachhaltigkeit	13
6.1 Feedback	13
6.2 Dokumentation	13
6.3 Wiederholung	14
7. Checklisten & Vorlagen (Ausblick)	15
7.1 Technik-Checkliste	15
7.2 Catering-Checkliste	16
7.3 Ablaufplan-Vorlagen	16
7.4 Marketingbausteine	17
7.5 Budgetkalkulationen	17
Fazit	18

Vorwort

Dieser Leitfaden soll Squash-Interessierte in ganz Deutschland dabei unterstützen, Squash-Events mit sozialem Charakter erfolgreich zu planen und durchzuführen. Er versteht sich als **Orientierungshilfe**, die allen dient, die Spaß an Bewegung, Organisation und einem ungezwungenen Miteinander haben – unabhängig davon, ob sie bereits Event-Erfahrung besitzen oder erstmals ein Squash-Event gestalten möchten.

Die Inhalte beruhen auf **Erfahrungen, die im Rahmen von Events der Initiative Squash Up! Your Life gesammelt wurden**, und werden durch weitere Erkenntnisse ergänzt:

1. **Reale Praxiserfahrungen** aus Veranstaltungen in Hamburg (u. a. Kaifu-Lodge, Sportwerk),
2. **wissenschaftliche Erkenntnisse** zur Wirkung von Sportevents und Rückschlagsportarten,
3. **die Erfahrungen und Methoden** aus Hochschulprojekten (Hochschule Fresenius).

So entsteht ein praxisnaher, leicht verständlicher Leitfaden, der Schritt für Schritt Orientierung gibt und dennoch genug Raum für eigene Ideen und Improvisation lässt. Er soll den Einstieg erleichtern und gleichzeitig die Planung strukturieren.

Gleichzeitig gilt: Die hier dargestellten Inhalte **ersetzen jedoch keine eigenständige Planung oder spontane Improvisation**. Jede Halle hat ihre eigenen Gegebenheiten, Zielgruppen und Ressourcen – und genau darin liegt die Chance, den Leitfaden an die eigene Situation anzupassen. Eine Garantie für einen reibungslosen Ablauf oder den vollen Erfolg der Veranstaltung kann nicht gegeben werden – wohl aber eine wertvolle Grundlage, auf der sich aufbauen lässt.

1. Warum lohnt eine SquashUp! Your Night?

Ein Event wie die „SquashUp! Your Night“ ist weit mehr als ein Turnier oder ein Clubabend. Es verbindet Sport, Gemeinschaft und Erlebnis.

Hallenbelebung

Viele Anlagen kämpfen mit Auslastungsproblemen. Events sind eine Möglichkeit, neue Zielgruppen anzusprechen und freie Court-Kapazitäten zu füllen. In Hamburg zeigte sich, dass zwischen 60 und 90 Teilnehmende eine realistische Zahl ist, die eine Halle belebt, ohne zu überfüllen.

Community-Gedanke

Wissenschaftliche Studien belegen, dass Sportbindung durch Gemeinschaftserlebnisse deutlich verstärkt wird (vgl. Breuer & Wicker, 2010). Eine Night ist kein reines Sportevent, sondern auch ein soziales Fest mit Musik, Buffet und Austausch.

Niedrigschwelliger Einstieg

Squash gilt oft als „kompliziert“ oder „zu anstrengend“. Durch Formate wie Mini-Turniere, „Beat the Coach“-Courts oder lockeres Schnuppertraining verlieren Einsteiger:innen die Hemmschwelle.

Langfristige Bindung

Nach den Events in Hamburg kamen viele Teilnehmende regelmäßig zurück. Einige nutzten z. B. Freikarten der Halle, andere meldeten sich für Trainingsgruppen an.

Sportförderung

Squash steht 2028 erstmals auf dem Olympia-Programm. Events bieten die Chance, junge Zielgruppen (Studierende, Azubis, Schüler:innen) an den Sport heranzuführen und zu begeistern.

5 Gründe für Squash Up! Nights



Hallen-
belegung



Community



Einstieg



Bindung



Sport-
förderung

Initialisierungs- und Planungsphase

Am Anfang jedes Events steht die Idee – und damit die Planung. Zuerst müssen die Zielsetzung und die Zielgruppe, die Zeitplanung sowie das erforderliche Budget geklärt werden.

2.1 Zielsetzung und Zielgruppe

- **Klare Frage:** Geht es stärker um Sport, um das soziale Miteinander oder um eine Mischung?
- **Zielgruppenfokus:** Studierende, junge Erwachsene, Freizeitspieler:innen unter 33 Jahren.
- **Empfehlung aus der Praxis:** Pro Court nicht mehr als 5 Personen gleichzeitig.

Beginnt mit der grundlegenden Frage, welchen Schwerpunkt Ihr für das Event setzen möchtet: Soll es in erster Linie ein sportlich orientiertes Turnier sein, das den Leistungsgedanken betont, oder ein lockeres Miteinander, bei dem der Spaß und das soziale Erleben im Vordergrund stehen? In den meisten Fällen empfiehlt sich eine Mischform: Sport als verbindendes Element, aber mit genügend Raum für Begegnung, Austausch und gemeinsames Feiern.

Unsere Empfehlung: Konzentriert Euch auf die Zielgruppe der jungen Erwachsenen, insbesondere Studierende und Auszubildende im Alter zwischen 18 und 33 Jahren. Diese Gruppe ist erfahrungsgemäß am offensten für neue Eventformate, probiert gerne Neues aus und trägt eine lebendige Stimmung in die Veranstaltung. Gleichzeitig passt diese Zielgruppe sehr gut zu den langfristigen Zielen des Squashsports (Nachwuchsgewinnung, Community-Building).

Die Praxis hat gezeigt, dass pro Court nicht dauerhaft mehr als 5 Personen aktiv einbezogen werden sollten. Andernfalls entstehen unnötige Wartezeiten und die Dynamik auf dem Court leidet. Diese Zahl ist nicht nur für die Eventdurchführung selbst wichtig, sondern beeinflusst bereits in der Planungsphase zentrale Faktoren wie die maximale Teilnehmerzahl, die Gruppeneinteilung oder die Verpflegung.

Zeitplan & Budget

2.2 Zeitplan

- **Start der Planung:** mindestens 2 Monate vor dem Event.
- **Frühzeitige Klärung** von Termin, Budget und Aufgabenverteilung.
- **Tools:** Gantt-Diagramm für die zeitliche Struktur, Trello-Board für Aufgaben und Dokumente.

Ein strukturierter Zeitplan ist das Rückgrat jeder erfolgreichen Veranstaltung. Beginnt am besten zwei Monate im Voraus mit der Planung. Diese Zeitspanne erlaubt es, Sponsoren anzusprechen, Trainer:innen zu gewinnen, Catering zu organisieren und ausreichend Marketingmaßnahmen umzusetzen.

Hilfreich ist die Arbeit mit Projektmanagement-Tools: Ein Gantt-Diagramm bietet einen klaren Überblick über alle Meilensteine (z. B. Start Ticketverkauf, Deadline für Sponsoring, Technikcheck). Ein digitales Board wie Trello ergänzt diese Übersicht, indem Aufgaben an einzelne Teammitglieder verteilt werden können. Damit schafft Ihr Verbindlichkeit und Transparenz – zwei Faktoren, die gerade bei ehrenamtlich oder nebenberuflich organisierten Projekten entscheidend sind.

Ein Tipp aus der Praxis: Setzt unbedingt eine Deadline für den Start des Ticketverkaufs (mindestens 4 Wochen vor dem Event). Ohne frühzeitigen Ticketshop fehlt Euch eine Grundlage für die Bewerbung, und viele Interessierte möchten sich rechtzeitig ihren Platz sichern.

2.3 Budget

- **Typische Kosten:** Catering, Trainer:innen, Marketing, ggf. DJ/Technik.
- **Einnahmen:** Ticketverkauf (19 € Studierende, 24 € regulär haben sich bewährt).
- **Sponsoring** kann wichtige Kosten abfangen (z. B. Schläger von Dunlop, Getränke von Ceres, Müsliprobe).

Die Budgetplanung ist ein sensibler Punkt, da sich die Wirtschaftlichkeit direkt auf die Motivation der Hallenbetreiber:innen auswirkt. Plant zu Beginn mit realistischen Annahmen – lieber etwas großzügiger, um unvorhergesehene Ausgaben abzufedern. Erfahrungen aus Hamburg haben gezeigt, dass sich Ticketpreise von 19 Euro (ermäßigt) und 24 Euro (regulär) als angemessen erwiesen. Sie decken einen Großteil der Kosten, ohne eine Eintrittsbarriere zu erzeugen.

Rechnet bei 80 Teilnehmenden mit einem Grundbudget von ca. 2.000–3.000 €, je nach Umfang von Catering, Technik und Marketing. Sponsoren spielen hier eine entscheidende Rolle: Kostenfreie Getränkelieferungen oder Produktproben reduzieren die Ausgaben erheblich und steigern gleichzeitig den Erlebniswert für die Teilnehmenden. Besonders beliebt waren kleine Goodie-Bags mit Müslipackungen, Gutscheinen oder Freikarten.



Ziel



Planung



Bewerbung



Durchführung



Nachbereitung

Infrastruktur & Ressourcen

3. Infrastruktur & Ressourcen

Die Wahl der richtigen Halle und Ausstattung entscheidet maßgeblich über die Qualität des Events. Achtet darauf, dass genügend Courts vorhanden sind, Aufenthaltsbereiche einladend gestaltet werden und Catering sowie Musik- und Lichtkonzepte zur Eventstimmung beitragen.

3.1 Halle & Ausstattung

- **Courts:** Auswahl je nach erwarteter Teilnehmerzahl. Im Sportwerk wurden 11 von 15 Courts genutzt.
- **Equipment:** Kombination aus eigenen Schlägern (35) und gesponserten Leihschlägern (16). Ausreichend Bälle für Anfänger (blau) und Fortgeschrittene (doppel-gelb).
- **Umkleiden und Duschen:** sollten gut ausgeschildert und ausreichend dimensioniert sein.

Die **Courts** sind der zentrale Veranstaltungsort und müssen daher nicht nur ausreichend vorhanden, sondern auch in einem guten Zustand sein. Prüft frühzeitig, ob alle Spielflächen bespielbar sind, ob Beleuchtung und Belüftung stimmen und ob es einen klaren Plan gibt, wie viele Courts für Anfängergruppen, Fortgeschrittene und Sonderformate wie „Beat the Coach“ reserviert werden.

Das **Equipment** stellt einen weiteren Erfolgsfaktor dar. Besonders Einsteiger:innen besitzen oft keine eigene Ausrüstung. Leihschläger und Einsteigerbälle (blaue Punkte) sind daher Pflicht. Für Fortgeschrittene sollten auch genügend Doppelgelb-Bälle bereitstehen. Sponsoren können hier eine wertvolle Unterstützung sein – Dunlop, Head oder andere Marken sind oft bereit, Material zur Verfügung zu stellen.

Vergesst nicht die Umkleiden und Duschen: Sie sollten gut ausgeschildert sein, ausreichend Platz bieten und sauber sein. In der Praxis hat sich gezeigt, dass Teilnehmende den Komfort dieser Infrastruktur als entscheidend für den Gesamteindruck bewerten.

3.2 Aufenthalts- und Sozialbereich

- **Sitzgelegenheiten:** Lounge-Bereiche schaffen Atmosphäre.
- **Außenbereich** (z. B. Raucherzone) kann Aufenthaltsqualität steigern.
- **Buffet/Bar:** Kaltes Fingerfood hat sich am besten bewährt – einfach, flexibel und kompatibel mit Sport.

Der **Aufenthaltsbereich** ist der Ort, an dem sich die soziale Dynamik entfaltet. Hier entstehen Gespräche, Netzwerke und neue Freundschaften. Gestaltet diesen Bereich so, dass er zum Verweilen einlädt: Lounge-Sessel, Stehtische oder gemütliche Sofas sind ideal. Achtet darauf, dass die Möblierung flexibel bleibt, um den Raum je nach Teilnehmerzahl anpassen zu können.

Ein **Außenbereich** steigert die Aufenthaltsqualität zusätzlich. Vor allem Raucher:innen oder Gäste, die sich kurz ausruhen möchten, nutzen gerne eine kleine Terrasse oder einen Hofbereich. Selbst einige aufgestellte Bierzeltgarnituren können schon den gewünschten Effekt erzielen.

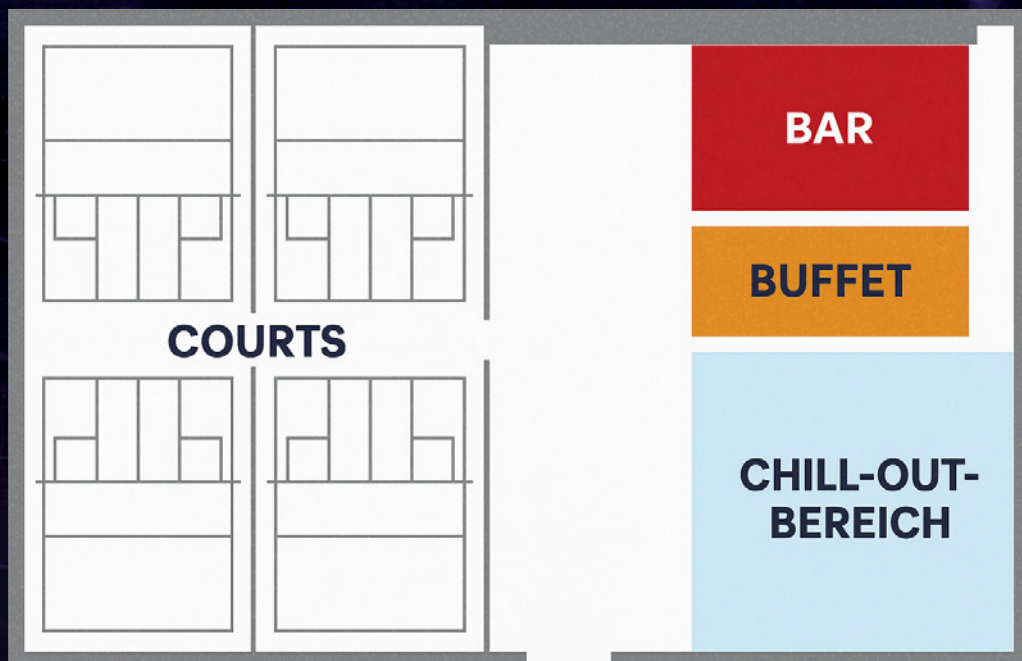
Das **Buffet und die Bar** sind zentrale Treffpunkte. Hier kommen alle zusammen, tauschen sich aus und stärken sich für die nächste Spielrunde. Die Erfahrung zeigt, dass kaltes Fingerfood die beste Lösung ist: Es ist unkompliziert, vielseitig (vegane und fleischhaltige Optionen) und lässt sich leicht zwischen den Spielen konsumieren. Vermeidet schwere Speisen, die die Beweglichkeit einschränken. Auch Getränke sollten sportgerecht gewählt sein: Wasser, Softdrinks und alkoholfreie Biere gehören in jedem Fall dazu.

Musik und Stimmung

3.3 Musik & Stimmung

DJ ist optional. Praxiserfahrung: Nach dem sportlichen Teil entsteht selten Partystimmung – eine gute Playlist reicht meist völlig.

Indirekte Beleuchtung und kleine Lichteffekte verstärken die Eventatmosphäre.



Die richtige Stimmung ist entscheidend für den Charakter des Abends. Musik hat hier die größte Wirkung: Sie begleitet das Warm-up, schafft Energie auf den Courts und erzeugt eine lockere Atmosphäre in den Pausen. Während einige Hallen erfolgreich DJs eingesetzt haben, hat die Erfahrung gezeigt, dass nach intensiven Matches selten echte Partystimmung entsteht. Viele Gäste sind körperlich erschöpft und bevorzugen ein lockeres Ausklingen. Deshalb reicht oft eine gut zusammengestellte Spotify- oder Apple-Playlist aus, die im Vorfeld abgestimmt wird.

Auch das Licht trägt viel zur Atmosphäre bei. Kleine, indirekte Lichtquellen, farbige LED-Leisten oder Spots im Aufenthaltsbereich erzeugen eine gemütliche Eventstimmung, ohne den Sportbetrieb zu stören. Vermeidet grelles, dauerhaftes Disco-Licht, da dies beim Spielen irritierend wirken kann.

Stattdessen: dezente Akzente im Bar- und Buffetbereich, warmes Licht in den Pausenräumen und klare, helle Beleuchtung auf den Courts.

Ein Tipp aus der Praxis: Stimmt Musik und Licht auf die Zielgruppe ab. Jüngere Gäste schätzen dynamische Beats, während ein gemischtes Publikum auch mit einem breiteren Repertoire – von Charts bis Klassikern – angesprochen werden kann. Eine kurze Absprache mit Trainer:innen und dem Organisationsteam sorgt dafür, dass die Stimmung zum Gesamtkonzept passt.

Spielformate

Freie Courts sollten während des gesamten Abends zur Verfügung stehen. So haben Gäste, die nicht am Turnier teilnehmen möchten, jederzeit die Möglichkeit zu spielen. Auch diese offenen Spielmöglichkeiten tragen stark zur positiven Stimmung bei, da niemand ausgeschlossen wird.

Der Schlüssel liegt in der Balance: Verbindliche Programmpunkte für Struktur, aber auch genügend Freiraum für Spontaneität und persönliche Begegnungen.



TURNIER



BEAT THE COACH



FREIES SPIEL

4.3 Aufgabenverteilung

- **Turnierleitung:** Koordination & Zeitplan.
- **Anmeldung:** Registrierung & Betreuung.
- **Court-Betreuung:** Zeitnahme, Regelkontrolle.
- **Moderation:** Ansagen, Siegerehrung.

Eine klare Rollenverteilung ist entscheidend, damit der Abend reibungslos abläuft. Jede:r Helfer:in sollte genau wissen, wofür er oder sie zuständig ist.

Die **Turnierleitung** übernimmt die Gesamtkoordination: Sie ist zentrale Ansprechperson, behält den Zeitplan im Blick und entscheidet bei kurzfristigen Fragen. Wichtig ist, dass diese Person erfahren ist und den Überblick auch in hektischen Situationen bewahren kann.

Uhrzeit	Aktivität	Zuständigkeit
17:45	Einlass	Anmeldungsteam
18:15	Begrüßung & Warm-up	Moderator:in
18:30	Gruppenspiele (Anfänger & Fortgeschrittene)	Trainer:innen
19:00	Turniere starten + Freies Spiel	Turnierleitung / Trainer:innen
20:30	Buffet & Austausch	Catering-Team
23:00	Ende & Feedbackrunde	Moderator:in

Spielformate

Die **Anmeldung** ist die erste Kontaktstelle für die Teilnehmenden. Ein freundliches Lächeln und klare Kommunikation schaffen von Anfang an eine positive Stimmung. Neben der Registrierung können hier auch Fragen beantwortet, Spinde zugewiesen oder erste Hinweise zum Ablauf gegeben werden. Die Court-Betreuung sorgt dafür, dass Spiele fair und pünktlich ablaufen. Sie achtet auf die Zeit, erklärt im Zweifel Regeln und stellt sicher, dass alle Teilnehmenden zu ihrem Recht kommen.

Die **Moderation** führt durch den Abend: Sie macht Durchsagen, kündigt Programmpunkte an, gibt organisatorische Hinweise und moderiert die Siegerehrung. Ein:e Moderator:in mit humorvoller, lockerer Art trägt stark dazu bei, dass sich Gäste willkommen fühlen. In der Praxis hat sich ein kurzes Briefing unmittelbar vor Eventbeginn bewährt, in dem die Rollen nochmals klar verteilt und letzte Fragen geklärt werden. Dies verhindert Missverständnisse und sorgt für ein einheitliches Auftreten des Organisationsteams.

Eventteam



5. Öffentlichkeitsarbeit & Marketing

Die Bewerbung einer „SquashUp! Your Night“ ist ein entscheidender Erfolgsfaktor. Nur wenn genügend Teilnehmende angesprochen und überzeugt werden, entsteht die gewünschte Atmosphäre und Dynamik. Dabei gilt: Authentizität und persönliche Ansprache sind mindestens genauso wichtig wie digitale Reichweite.

5.1 Marketingstrategie

- **Authentizität:** Inhalte sollten ehrlich und nachvollziehbar sein.
- **Klare Call-to-Actions (CTAs):** „Jetzt anmelden!“, „Sichere dir dein Ticket!“.
- **Niedrigschwelligkeit:** Überwinden Sie die Wahrnehmung von Squash als komplexem Sport.
- **Community-Fokus:** Fördern Sie den Aufbau und die Stärkung einer Community.
- **Verbindung von Digital und Analog:** Verknüpfen Sie Online-Aktivitäten mit Offline-Events.

Offline Marketing

Eine gute Marketingstrategie beginnt mit einer klaren Botschaft: Wofür steht die Veranstaltung, und warum lohnt es sich, dabei zu sein? Bei SquashUp! Events liegt der Fokus nicht nur auf Sport, sondern auf Gemeinschaft, Spaß und einem modernen Eventcharakter.

Authentizität ist hier das Schlüsselwort. Menschen möchten keine überzogenen Werbeversprechen hören, sondern ehrliche Einblicke: Bilder von lachenden Teilnehmenden, kurze Clips von Matches oder Statements wie „Ich hatte hier meinen ersten Squash-Abend und komme auf jeden Fall wieder.“

Klare Handlungsaufforderungen (Call-to-Actions) sind notwendig, damit Interessierte sofort wissen, was sie tun sollen: „Jetzt Ticket sichern!“ oder „Sei dabei am 10. Mai!“ – solche Aufforderungen gehören in jeden Post und auf jedes Plakat.

Die Niedrigschwelligkeit ist besonders wichtig: Squash gilt vielen als anstrengender Profisport. Durch gezielte Botschaften („Bring einfach Sportschuhe mit – Schläger gibt's bei uns!“) lassen sich Hemmschwellen abbauen. Die Marketingstrategie sollte online und offline verbinden. Wer in sozialen Medien erreicht wird, sollte auch in der realen Welt Plakate, Flyer oder persönliche Empfehlungen finden. So entsteht ein durchgängiges Erlebnis, das Vertrauen schafft.

Vorteile des Offline-Marketing

Sichtbarkeit wird erhöht

Interaktion wird gestärkt

Lokale Kundschaft wird angesprochen

Physische Werbung ist präsenter

Die Kombination aus Offline- und Online-Maßnahmen erhöht die Gesamtwirkung Deines Marketings

5.2 Online-Marketing

- **Inhalte erstellen:** Reels, Story-Inhalte, kurze Berichte.
- **Plattformen:** Fokus auf Instagram und TikTok (Gen Z).
- **Eventbrite:** Ticketverkauf und gleichzeitig Werbekanal.
- **User-Generated Content:** Community-Inhalte fördern.
- **Influencer-Kooperationen:** Zusammenarbeit mit Micro- und Nano-Influencern.
- **E-Mail-Marketing:** Erinnerungen und Rabattaktionen.

Online Marketing

Das **Online-Marketing** ist die tragende Säule, wenn es darum geht, junge Zielgruppen zu erreichen. Besonders Instagram und TikTok sind ideal, um mit kurzen, dynamischen Inhalten Aufmerksamkeit zu erzeugen. Reels mit Spielszenen, kurzen Interviews oder lockeren Momenten aus der Halle transportieren die Energie einer Night am besten.



Online Marketing

Eventbrite ist mehr als ein Ticketshop – es ist gleichzeitig eine Werbeplattform. Viele Teilnehmende stoßen erst durch die Event-Suchfunktion auf die Veranstaltung. Ein ansprechend gestalteter Eventbrite-Auftritt (mit Bildern, klaren Beschreibungen, Link zu Social Media) steigert die Reichweite erheblich.

User-Generated Content (UGC) verstärkt die Authentizität. Ermutigt Eure Teilnehmenden, eigene Bilder und Clips zu posten – vielleicht mit einem eigenen Hashtag wie #SquashUpNight. Solche Inhalte wirken glaubwürdiger als jede Werbeanzeige.

Kooperationen mit Micro- oder Nano-Influencern sind oft wirksamer als teure Kampagnen. Wer in seiner Community als vertrauenswürdig gilt, kann auch mit einem simplen Post viele neue Gäste gewinnen. Honorare müssen dabei nicht immer in Geld gezahlt werden – kostenlose Tickets oder kleine Sponsoren-Goodies sind oft Anreiz genug.

Vergesst das E-Mail-Marketing nicht: Wer schon einmal dabei war, freut sich über eine persönliche Einladung zum nächsten Event. Rabattaktionen (z. B. 20 % für Wiederkehrer:innen) schaffen zusätzliche Anreize.



Dokumentation

6.2 Dokumentation

- **Fotos & Videos:** Handy reicht völlig, wichtig ist die Atmosphäre einzufangen.
- **Nutzung in Social Media** und für nächste Eventbewerbung.

Die Dokumentation dient gleich mehreren Zielen: Sie hält die Stimmung des Abends fest, liefert Material für Social Media und ist eine wertvolle Grundlage für zukünftige Planungen.

Fotos und Videos müssen nicht professionell produziert sein – entscheidend ist, dass sie authentisch sind. Einfache Handyaufnahmen genügen, solange sie die Energie, das Miteinander und die Freude transportieren. Achtet darauf, verschiedene Perspektiven einzufangen: Actionbilder von den Courts, Impressionen vom Buffet, Gruppenfotos und vielleicht ein kurzer Videoclip der Siegerehrung.

Diese Aufnahmen können auf den Social-Media-Kanälen der Halle, der SquashUp!-Initiative oder Partnern veröffentlicht werden. So entsteht Sichtbarkeit auch über das Event hinaus. Wichtig ist, die Teilnehmenden bereits in der Anmeldung oder beim Einlass über Foto- und Videoaufnahmen zu informieren und deren Einverständnis einzuholen (Datenschutz).

Auch intern ist die Dokumentation hilfreich: Ein kurzes schriftliches Protokoll mit den wichtigsten Learnings (z. B. „DJ nicht nötig“, „Fingerfood kam sehr gut an“, „max. 80 Teilnehmer optimal“) erleichtert künftige Entscheidungen enorm.

Mentimeter

Bewerte folgende Aussagen?

Hattest du Spaß?

4.8

Würdest du in Zukunft mehr Squash spielen?

3.8

Würdest du den SquashSport an andere weiter empfehlen?

4.5

Würdest du an einem regelmäßig stattfindenden Squash-Event teilnehmen?

4.6

Nööö nicht so

Safe - Auf jeden Fall



Wiederholung



6.3 Wiederholung

- **Empfehlung:** im ersten Schritt vierteljährlich, später auch gerne monatlich – so entsteht eine feste Community.
- **Schriftliche Nachbereitung** im Team mit Learnings für das nächste Mal.

Die **eigentliche Stärke** der SquashUp! Your Night liegt in ihrer Wiederholung. Ein einmaliges Event macht Spaß – aber erst durch Kontinuität entsteht eine Community, die sich regelmäßig trifft und identifiziert.

Empfehlenswert ist ein monatlicher oder vierteljährlicher Rhythmus. Monatlich sorgt für schnelle Bindung und Gewohnheit, vierteljährlich ist organisatorisch einfacher und lässt genügend Zeit für Vor- und Nachbereitung. Wichtig ist, dass die Termine frühzeitig bekanntgegeben werden. Ideal ist es, bereits am Eventabend den nächsten Termin anzukündigen.

Auch die **interne Nachbereitung** ist entscheidend: Das Organisationsteam sollte sich kurz nach der Veranstaltung zusammensetzen, um die Eindrücke auszutauschen. Ein 30–45-minütiges Reflexionstreffen reicht aus, um festzuhalten: Was lief gut, was muss verbessert werden? Diese Learnings sollten schriftlich fixiert und für die nächste Planung berücksichtigt werden.

So **entwickelt sich Schritt für Schritt** eine Best Practice – ein Ablauf, der auf die jeweilige Halle zugeschnitten ist, aber auch auf andere Standorte übertragen werden kann. Mit der Zeit entsteht dadurch nicht nur eine Eventserie, sondern ein nachhaltiges Konzept, das Hallen belebt und Squash langfristig in der Region stärkt.

Checklisten

7. Checklisten & Vorlagen (Ausblick)

Die besten Konzepte nützen wenig, wenn sie in der Umsetzung zu kompliziert werden. Deshalb ist es hilfreich, mit klar strukturierten Checklisten und Vorlagen zu arbeiten. Sie schaffen Übersicht, reduzieren Fehler und erleichtern die Zusammenarbeit im Organisationsteam.

Die SquashUp!-Initiative wird schrittweise solche Materialien bereitstellen. Hier ein Überblick, welche Checklisten besonders wichtig sind und wie sie aufgebaut sein sollten:

- 1 Technik-Checkliste
- 2 Catering-Checkliste
- 3 Ablaufplan-Vorlagen
- 4 Marketingbausteine (Flyer, Social-Media-Beispiele)
- 5 Budgetkalkulationen

7.1 Technik-Checkliste

Eine Technik-Checkliste sorgt dafür, dass am Eventtag nichts vergessen wird. Sie umfasst u. a.:

- **Courts:** sind alle nutzbar, sauber, beleuchtet?
- **Equipment:** Anzahl Schläger und Bälle (getrennt nach Anfänger:innen und Fortgeschrittenen).
- **Musik:** Playlist oder DJ-Technik getestet? Lautsprecher funktionieren?
- **Beleuchtung:** zusätzliche Lichtelemente für Aufenthaltsbereich vorhanden?
- **Mikrofon / Moderationstechnik:** funktioniert alles?

Nutzen: Mit einer Technik-Checkliste können Betreiber:innen systematisch vorgehen und jedes Feld abhaken. So wird verhindert, dass erst am Eventabend auffällt, dass z. B. die Lautsprecher nicht angeschlossen sind oder nicht genügend Anfängerbälle vorhanden sind.

Nr.	Check	Bemerkungen
1	Courts bespielbar (Licht, Belüftung, Sauberkeit)	4 Courts geprüft, alle in Ordnung
2	Schläger und Bälle ausreichend vorhanden	35 Schläger + 60 Anfängerbälle + 40 Fortgeschrittenenbälle vorhanden
3	Musikanlage getestet (Playlist/DJ)	Spotify-Playlist getestet, Lautstärke passt
4	Beleuchtung Aufenthaltsbereich eingerichtet	LED-Leisten im Barbereich installiert
5	Mikrofon/Moderationstechnik einsatzbereit	Funkmikrofon getestet, Ersatzbatterien vorhanden

Checklisten

7.2 Catering-Checkliste

Hier geht es um Essen, Getränke und Organisation an der Bar:

- **Menüplanung:** Fingerfood, vegane und fleischhaltige Optionen.
- **Mengenplanung:** Wie viele Portionen pro Person?
- **Getränke:** Wasser, Softdrinks, alkoholfreies Bier, ggf. alkoholische Getränke.
- **Sponsoring:** Welche Produkte werden von Partnern gestellt?
- **Barpersonal:** Wie viele Personen sind für die Ausgabe eingeplant?

Nutzen: Das Catering ist ein zentraler Wohlfühlfaktor. Eine Checkliste verhindert, dass z. B. nur Fleischgerichte angeboten werden oder dass am Abend Wasser ausgeht. Außerdem hilft sie, Sponsorenleistungen (z. B. Getränkekisten) im Blick zu behalten und rechtzeitig zu bestellen.

Catering-Checkliste

Check	Bemerkungen
☐	Speisenauswahl
☐	Getränkeangebot
☐	Geschirr/Besteck und Gläser
☐	Lagerung und Kühlung

7.3 Ablaufplan-Vorlagen

Ein strukturierter Ablaufplan (z. B. in Tabellenform) sorgt für Klarheit. Typische Spalten sind die Uhrzeit, der Programmpunkt, Verantwortlich und Bemerkungen.

Beispiel-Ablaufplan:

Uhrzeit	Programmpunkt	Verantwortlich	Bemerkungen
17:45	Einlass	Anmeldung	QR-Code-Check-in vorbereiten
18:15	Begrüßung & Warm-up	Moderator	Musik starten
19:00	Turniere starten	Turnierleitung	Parallel freies Spiel öffnen
20:30	Buffet & Austausch	Catering	Buffet freigeben
23:00	Ende & Feedback	Moderator	QR-Code-Umfrage einblenden

Nutzen: Ein solcher Ablaufplan erleichtert die Koordination und sorgt dafür, dass alle Teammitglieder jederzeit wissen, was gerade passiert. Außerdem lässt er sich leicht an unterschiedliche Hallengrößen oder Eventformate anpassen.

Marketingbausteine

7.4 Marketingbausteine

Marketingvorlagen sorgen für ein einheitliches Erscheinungsbild:

- **Flyer-Designs** mit QR-Code zum Ticketshop.
- **Plakatvorlagen** für Hochschulen und Sportstätten.
- **Social-Media-Posts** (Instagram Stories, Reels, TikTok-Clips).
- **E-Mail-Vorlagen** für Einladungen und Nachbereitung.

Nutzen: Nicht jede Halle verfügt über eigene Grafik- oder Marketingexpert:innen. Vorgefertigte Vorlagen sparen Zeit und stellen sicher, dass alle Squash Up!-Events ein wiedererkennbares Branding haben. Einheitliches Design erhöht die Professionalität und stärkt die Marke Squash Up!.

7.5 Budgetkalkulationen

Eine einfache Excel-Vorlage mit Spalten für Einnahmen, Ausgaben und Sponsoringposten:

- **Einnahmen:** Ticketverkäufe, Sponsoring.
- **Ausgaben:** Catering, Trainer:innen, Technik, Marketing.
- **Ergebnis:** Gewinn oder Verlust.

Nutzen: Die Budgetvorlage ermöglicht eine transparente Planung und erleichtert es, Sponsoren oder Partnern konkrete Zahlen vorzulegen. Gleichzeitig hilft sie, Kostenfallen zu erkennen – etwa wenn der DJ mehr kostet als der Ticketverkauf einbringt.

Checklisten und Vorlagen sind keine Bürokratie, sondern echte Arbeitserleichterungen. Sie geben Orientierung, schaffen Sicherheit und ermöglichen es, sich am Eventabend ganz auf die Gäste und die Stimmung zu konzentrieren. Wer diese Werkzeuge nutzt, macht die Organisation effizienter und steigert die Professionalität – auch für kleinere Hallen, die keine Eventabteilung im Hintergrund haben.

Fazit

Eine „SquashUp! Your Night“ ist wie das Anlegen eines Gartens: Mit guter Vorbereitung, sorgfältiger Pflege während des Events und dem Sammeln von Erfahrungen für die nächste Runde wachsen die Erfolge von selbst.

Die Hamburger Beispiele zeigen:

„Mit überschaubarem Aufwand, klarer Struktur und viel Leidenschaft lassen sich lebendige, nachhaltige Events schaffen – die Hallen füllen, neue Menschen für den Sport gewinnen und Squash als moderne, soziale Freizeitaktivität positionieren.“