



Neueste didaktische Konzepte,
sportliche und gesellschaftliche Events
für Clubmitglieder und Gäste

Boris Franke - Zeppenheimerstr. 83 - 40489 Düsseldorf

Tel. 0211/4790230

Fax 0211/4790240

Mobil: 0171/8330775

info@vereinstennisschule.de

Die Vereinstennisschule

Autoren: Boris Franke, Düsseldorf,
Dr. Holger Hillmer, Düsseldorf

Vorbemerkung

Beschreibung, Struktur, Ausrichtung, Ergebnisse, Vorhaben

Qualifikation des Leiters der Vereinstennisschule

Struktur und Entwicklung

Grundsätze einer Vereinstennisschule

Symbiose Vereinstennisschule/Tennisverein

Vertragsziele

Zielgruppen

Vereinskultur

Training, das zentrale Produktangebot

Qualität des Trainings

Methoden Didaktik Weiterbildung

Weitere Einsatzfelder

Verbesserte Darstellung im Vereinsumfeld

Corporate Design der Tennisschule

Medieneinsatz/Werbung

Beach-Club-Atmosphäre

Tennis Academy Mickey

Aktion Schultennis ganz neu (OGATA)

Produktentwicklung: Erwachsene, Kinder u. Jugendliche

Service-speed-check

Cardio-tennis

Videoanalyse

Entwicklungsdokumentierung für Kinder und Jugendliche

Feriencamps

Perspektiven

Vorbemerkung

Sportliche Betätigung ist ein wesentliches Element von Persönlichkeitsbildung und gesundheitlichem Ausgleich in unserer Gesellschaft. Tennis und Tennisförderung finden in Deutschland ganz wesentlich im Rahmen gemeinnütziger Vereinen statt. Diese sind im Allgemeinen ehrenamtlich organisiert. Eine Vereinstennisschule, die in diesem Umfeld erfolgreich und verantwortungsbewusst agiert, kann damit einen wichtigen Beitrag zur Erfüllung wichtiger gesellschaftlicher Aufgaben leisten.

Beschreibung, Struktur, Ausrichtung, Ergebnisse, Vorhaben

Beschreibung Vereinstennisschule Boris Franke

Bild: Flyer;

Die Modellvorstellungen für eine lizenzierte Tennisschule sind gemeinsam von DTB und VDT vor vielen Jahren entwickelt worden. Das Grundkonzept, nämlich die Tennisschule als breit gefächerte Service-Anbieterin für Tennisvereine auszurichten, haben wir bereits bei der Gründung vor 10 Jahren übernommen, möglicherweise konsequenter als viele Wettbewerber:

Es wurde von Anfang an der Begriff der Vereinstennisschule genutzt und herausgestellt. So wurde die Web-Domain „Vereinstennisschule.de“ gesichert. Dieser Name und die gleich lautende Web-Domain sind für Plakataktionen und Werbeschriften -- wie überhaupt für das gesamte Corporate Design - immer wichtiger geworden.

Es scheint sich zu bestätigen, dass Tennisvereine gerade in schwierigen Zeiten gerne auf umfassende Betreuung aus einer Hand zurückgreifen.

Zur Qualifikation des Leiters der Vereinstennisschule

Boris Franke ist staatlich geprüfter Tennislehrer, staatlich anerkannter Sportmanager IST und Inhaber der Trainerlizenz des Deutschen Tennisbundes (A-Lizenz).

Struktur und Entwicklung

Die Tennisschule wurde von ihm im Jahr 1996 gegründet. Die Entwicklung ist in folgender Tabelle zu ersehen:

Jahr	Anzahl der Vereine	Trainerstd./Woch, ca.
1996	1	40
1997	2	50
1998	2	60
1999	3	70
2000	4	80

2001	4	100
2002	5	120
2003-2006	6	130
2007	7	150

Tabelle 1: Entwicklung der Vereinstennisschule Boris Franke. Zahl der unter Vertrag stehenden Vereine, Zahl der wöchentlich durchgeführten Trainerstunden im Jahresdurchschnitt.

Das Verhältnis angestellter Trainerstunden zu freien Mitarbeiterstunden entwickelte sich in der Vereinstennisschule Boris Franke von ca. 1:1 bis heute 1:4

Bei den vier größten Vertragspartnern wurden im Sommer 2007 rund 3.300 Stunden veranstaltet, für den Winter 2007/2008 sind 2000 Stunden gebucht (siehe Tabelle 2)

Meine vier größten Vereine	Trainerstunden Sommer	Trainerstunden Winter
I	110	312
II	284	500
III	400	460
IV	555	714

Tabelle 2: Trainerstundenaufkommen der Vereinstennisschule Boris Franke: die vier stärksten Vereine, Sommer 2007 und Winter.2007/2008

Bei einem Mix von fest angestelltem Trainer und freien Vertragspartnern wird schnell deutlich, wie groß der ökonomische Druck ist, gute Vertragspartner zu halten und sich für neue Kunden zu empfehlen. Hierzu dienen die im Folgenden aufgeführten Grundsätze.

Grundsätze der Vereinstennisschule Boris Franke

Es gilt, kurz- mittel- und langfristig den Bestand meiner Tennisschule zu sichern – dies ist oberstes Organisationsziel in einer Vereinstennisschule

Für eine Vereinstennisschule ist ein besonderes Verständnis der Grundgegebenheiten eines Tennisvereins wichtige Voraussetzung des Geschäftes. Das heißt konkret:

- Enge Zusammenarbeit mit den Vereinsführungen, insbesondere den Sport- und Jugendwarten
- Vereinbarung zum Konkurrenzausschluss mit benachbarten Tennisvereinen
- Umfassende Transparenz der Aktivitäten der Vereinstennisschule für Trainingsteilnehmer, Eltern und Vereinsführung
- Vertrauensvolle Zusammenarbeit, aber, wenn nötig...
- regelmäßiges Controlling und Qualitätskontrolle der Dienstleistungen
- Aktivierung bzw. Erhöhung der Nachfrage nach Trainerstunden im Erwachsenen- und Jugendbereich
- Ständige Weiterentwicklung der für den Verein wahrnehmbaren Kompetenzprofile
- Außendarstellung der Leistungen der Vereinstennisschule auf hohem Niveau

dazu dienen...

- Schulungen und Besprechungen zur Information und Weiterbildung der Mitarbeiter der Vereinstennisschule.
- Marketing- und Werbeaktionen mit professioneller Unterstützung
- Geeignete Richtlinien für die Jugendförderung zur Vermehrung der Trainingsnachfrage
- Aktivierung und Förderung von Turnieren und Ranglistenspielen bei den Erwachsenen zur Vermehrung der Trainingsnachfrage.
- Intensive Erarbeitung neuer „Produkte“ bzw. Angebote der Vereinstennisschule
- Zusammenarbeit mit Tennis Academy Mickey
- Neue Angebote zum Tennis als Unterrichtsangebot für den Ganztagschulbetrieb (OGATA)

Symbiose Vereinstennisschule/Tennisverein

Vertragsziele

Eine langfristige Zusammenarbeit einer Vereinstennisschule mit den vertraglich verbundenen Vereinen im Sinne einer Symbiose dient den Geschäftszielen einer Vereinstennisschule. Diese setzt ein gegenseitiges Verständnis beider Partner füreinander voraus. Ein eigenes Kapitel halten wir hier deshalb für sinnvoll.

Tennisvereine bieten Tennisanlagen in guter Lage und hoher Qualität. Die Beispielbarkeit der Plätze, die Funktionsfähigkeit aller Nebeneinrichtungen (Duschen, Umkleiden, Sanitärräume), der Ökonomie, und aller weiteren, für den Aufenthalt im Club wichtiger Anlagen (Spielplatz, Wiese, Tenniswand, Tennishalle) können auch von der Vereinstennisschule positiv beeinflusst werden (siehe die Aktion „Pirata-Beach-Club Seestern“, weiter unten).

Bild Pirata-Beach-Club I

Oberstes Ziel eines gemeinnützigen Tennisvereins ist in der Regel die Erhaltung oder die Erweiterung seiner Mitgliederzahl. Nebenziel ist aber - in der Regel unausgesprochen - die Wahrung einer gewissen Identität und Kontinuität. Hieraus ergeben sich ganz eigene Anforderungen an die Vereinspolitik, auf die man als Vereinstennisschule gleichfalls positiv einwirken kann und muss.

Denn von einer Vereinstennisschule werden weit über das Training hinaus reichende Aktivitäten im Sinne dieser Zielsetzung erwartet, nach innen und nach außen.

Im Lichte der langjährigen Praxis als Leiter einer Vereinstennisschule, mit vielen unterschiedlich strukturierten Tennisvereinen, hat sich eine sorgfältige Berücksichtigung der jeweils besonderen Interessen bewährt.

Zielgruppen

Im Einzelnen sind folgende Zielgruppen mit ihren spezifischen Anforderungen zu beachten:

Mitglieder insgesamt

- Sportliches und geselliges Zusammenleben wird für alle Gruppen im Club möglich gemacht bzw. gefördert.

Kinder

- Kinder können im Club bzw. in den dafür bereitgestellten Bereichen spielen und erhalten Anreize und Unterstützung, sich dem Tennis hinzuwenden.

Jugendliche

- Jugendliche erhalten die Chance, ihre Identität aufzubauen auf einer sportlichen Grundeinstellung, nämlich, sich im Sport zu messen und zu lernen, dass Drogen jeder Art für ein erfülltes Leben eher hinderlich sind (Sportbund, UNESCO).

Junge Erwachsene

- Junge Erwachsene werden ermuntert, trotz hoher Belastungen im Studium und in den ersten Berufsjahren, im Tennissport, aber auch im Fitnessbereich (Laufen und andere Fitnesportarten) einen Ausgleich zu finden. Erwachsene mit kleinen Kindern haben im Club die Möglichkeit, in einem gleichfalls für sie und für ihre Kinder geeigneten Milieu zusammen zu kommen und Teile Ihrer Freizeit zu verbringen.

Erwachsene, „Mittelalter“

- Erwachsene mit größeren Kindern können ihre Kinder in die Obhut der Trainer übergeben. Wenn die Kinder größer sind, können sie darauf vertrauen, dass diese im Club gut aufgehoben sind.

Ältere Spieler

- Der Tennissport bietet aufgrund seiner Komplexität und der Relevanz ganz unterschiedlicher einzusetzender Fähigkeiten auch für ältere Spieler die Möglichkeit, sich weiter zu entwickeln und dadurch das Interesse an diesem Sport zu erhalten. In einem Tennisverein mit entsprechender Sportkultur ist das Zusammenleben und miteinander Spielen über eine sehr weite Altersspanne hinweg möglich und attraktiv. Dieser Aspekt wird oft übersehen, obwohl die Veränderungen in der Altersstruktur unserer Bevölkerung sowie der damit einhergehenden Wandel im Konsum- und Sportverhalten dieser Gruppe eine Beachtung allein schon unter wirtschaftlichem Gesichtspunkt nahe legen.

Passive

- Ehemals Aktive treffen sich im Klub und können Anteil am Vereinsleben nehmen. Durch Skat- und Bridgetische bleiben sie auch im Club weiter aktiv.
- Auch diejenigen, die nicht mehr Tennis spielen können, werden eingebunden, so gut es geht (z.B. Kommunizierung tennissportlicher Ereignissen im Tennisverein und im globalen Tennisbereich, z.B. durch Videoaufzeichnungen).
- Andere Angebote können hier ergänzend hinzu treten (Programm TV, Billard, Computerecke usw.)

Vereinskultur

Nur ein Verein mit lebendiger Sportkultur – gemeint ist nicht unbedingt der spitzensportliche Bereich – bietet einen fruchtbaren Boden für die Trainingsangebote bzw. die sportorientierten Events der Tennisschule.

Folgenden Ansätze sollen die Vereinsmitglieder in sportlicher Hinsicht aktivieren und damit die Trainingsnachfrage stimulieren (einige Elemente konnten bereits umgesetzt werden und haben sich bereits in einigen Vereinen bewährt. Eine Tennisschule kann hier wichtige „Katalysatorfunktionen einbringen“).

- Noch nicht in eine Mannschaft integrierte Mitglieder werden durch Freundschaftsturniere „aufgebaut“.
- Abgemeldete Mannschaften werden nach Möglichkeit „wieder belebt“.
- Ranglistenturniere innerhalb oder auch zwischen den Mannschaften gleicher Alterskategorie, einmal im Jahr, werden angeboten bzw. organisiert.
- Das „Forderungswesens“ wird wieder eingeführt, begleitet von umfangreichen E-Mail-Aktionen, was erfahrungsgemäß zu jeweils beachtlichen Zuschauerzahlen führt.

- Die Jahres-Clubturniere (Jugendliche und Erwachsene) werden ebenfalls mit den neuen Medien kommuniziert. Dies stärkt das Clubleben und schließlich auch den Umsatz der Ökonomie. Vor allem aber regt dies den sportlichen Ehrgeiz an und führt zur erhöhten Trainingsnachfrage.
- Förderungspolitik bei Kindern und Jugendlichen: nur diejenigen werden gefördert, die mindestens eine (zusätzliche) Trainerstunde pro Woche gebucht haben.

Verbesserungsfähig ist in den meisten Tennisvereinen nach unserer Erfahrung auch die systematische Kontrolle der weichen Erfolgsfaktoren. Hierzu können wir Anregungen geben, die auf den guten Erfahrungen erfolgreicher Vereine aufbauen.

Generell möge die Entwicklung der Mitgliederzufriedenheit sorgfältiger und regelmäßiger untersucht werden, etwa durch Integration in das Berichtswesen, z.B. der Mitgliederversammlungen. Neben den Informationen über Neumitglieder bzw. Austritte, könnten weitere Erfolgsmessgrößen erfasst und dargestellt werden, die aus der sportlichen und besonders der Breitensportlichen Perspektive das „Wohlfühlklima“ im Verein kennzeichnen, aber oft aus dem Blick geraten:

positiv

Anzahl der...

- Mitglieder, die in einer Mannschaft aufgestellt sind.
- Mitglieder, auch Nicht- Mannschaftsmitglieder, die mindestens dreimal im Jahr eine Turniersituation erlebt haben..
- Mitglieder, die für den Mannschaftsport reaktiviert werden konnten.
- Mitglieder, die neu für den Mannschaftsport gewonnen werden konnten.
- Mitglieder, die aufgrund der Spielklasse für den TC 13 gewonnen werden konnten.
- Teilnahme an den geselligen und/oder sportlichen Events des Vereins.

negativ

Anzahl der ...

- Mitglieder, die neuerdings keine Mannschaft mehr haben
- Austritte wegen ungenügenden Einsatzes in der Mannschaft
- Austritte, weil die Gegner bzw. die Mannschaftskameraden zu schwach spielen.
- Austritte, weil die Spielklasse einen zu geringen Rang hat (Prestige)
- Austritte, weil nach deren Wahrnehmung im Verein nicht genügend adäquate Gegner zur Verfügung gestanden haben.

Training, das zentrale Produktangebot

Der Tennisverein hat gegenüber den Mitgliedern eine Verantwortung für die Qualität der angebotenen Trainerleistungen. Dementsprechend ist ein geeignetes Performance-Management der Vereinstennisschule letztlich unabdingbar. Die Tennisschule muss

gegenüber dem Tennisverein nachweisen, dass sie in diesem zentralen Punkt auch längerfristig den Anforderungen des Vereins gerecht wird.

In einigen Verträgen habe sich die Vereinstennisschule Boris Franke gegenüber der Vereinsführung hierzu verpflichtet!

Qualität des Trainings

Hierzu zählen:

- Pünktlichkeit, Verlässlichkeit des Trainerpersonals
- Verständlichkeit (Lautstärke, Erklärung, Vormachen),
- Freude am Training bzw. Zufriedenheit durch abwechslungsreiche Methoden
- Hilfe bei der Vermittlung von geeigneten Spielpartnern
- Für die Ferienzeiten sind rechtzeitig und eindeutig mit den Trainingsteilnehmern, vor allen den Trainingsgruppen abzuklären, ob Training stattfindet oder nicht.
- Für das Training werden Profile und Perspektiven der Trainingsteilnehmer erstellt und jährlich aktualisiert (in Planung).
- Trainingsteilnehmer kommen aufgewärmt zum Training und machen evtl. anschließend einen Entmüdungslauf.
- Die Möglichkeit ergänzenden Medieneinsatzes für das Training werden stärker genutzt (bereits in Ansätzen begonnen).
- In regelmäßigen Besprechungen der Mitarbeiter der Vereinstennisschule wird die Umsetzung der Leitsätze erörtert.
- Durch die aktive Mitarbeit des Führung der Vereinstennisschule im Bereich eines Verbandes des Sportmanagements erwachsen Impulse, die an die Mitarbeiter weiter gegeben werden können.

Methoden Didaktik Weiterbildung

Die Trainer der Vereinstennisschule sind sämtlich im Besitz einer Trainerlizenz des DTB, mindestens auf B-Level.

Eine regelmäßige Weiterbildung ist daher im Grunde gewährleistet. Die Trainer sind angehalten, moderne Trainingsmethoden möglichst umfangreich einzusetzen. Dies wird auch bereits teilweise intensiv umgesetzt, kann aber noch auf eine breitere Basis gestellt werden.

Film-Clip: Filmclip Training I

Es hat sich gezeigt, dass der Einsatz von Trainingsmitteln zusätzlich zur sportpädagogischen Wirkung auch nach außen starke Werbeeffekte ausübt.

Weitere Einsatzfelder

Verbesserte Darstellung im Vereinsumfeld

Die Vereinstennisschule nimmt nicht nur für sich selbst, sondern auch für die Vertragspartner Werbe und Marketingfunktionen wahr. Einige Dinge sind vielleicht simpel, haben sich aber in der Praxis bewährt:

- Schild der Vereinstennisschule am Eingang des Vereins
- Auf der Anlage wird kenntlich gemacht, welcher Trainer gerade aktiv ist, und welche Plätze am Tag belegt sind.
- Im Schaukasten am Eingang des Tennisvereins werden die Angebote, Planungen und konkreten Vorhaben dargestellt
- Die Trainer berichten dem Vorstand regelmäßig über neue Trends in der Trainings- und Tennislehre (geplant).
- Nutzbarmachen von Newsletter-Diensten zu neuen Trends im Tennistraining.
- Intensive Info-Aktionen zu Vereinsevents über E-Mail.

Bilder: [Schild](#); [Trainerinfo](#)

Corporate Design der Tennisschule

Ein Corporate Design ist heute auch für kleine Unternehmen sehr wichtig. Die beigefügten Unterlagen zeigen, wo es hin gehen soll. Auf diesem Feld bleibt noch viel zu tun.

Bisher eingesetzt: Plakat, Flyer, Folie für einzelne Produkte (Speed-Check, Cardio-Tennis, Video-Training, Week-End-Tennis, Chill-down-Angebote usw.)

Bilder: [Week-End-Tenniscamp am Rhein](#);
[Wuppertal Training](#); [Sommercamp](#)

Medieneinsatz/Werbung

Im Jahr 2007 sind einige Erfolge im Lokalen Medienbereich erzielt worden. In der Regel resultierte dies aus der engen Zusammenarbeit von Vereinstennisschule und Tennisverein. Die Tennisschule wurde in vielen Fällen dabei gut berücksichtigt, u.a. im Stadtteilmagazin, Lokalbeilage Rheinische Post, Center TV

Bild, Film-Clip: [Rheinische Post](#); [Center TV](#)

Beach-Club-Atmosphäre

Durch das Errichten des "Pirata Beach" im TC Seestern hat die Vereinstennisschule Boris Franke selbst erhebliche Mittel investiert, um einem jungen Tennisverein ein modernes Gesicht zu geben. Die Lage des Vereins in Rheinnähe und seine spezifische Mitgliederstruktur kommen dieser Beach-Club-Atmosphäre sehr entgegen. Dadurch konnten neue Mitglieder geworben werden. Außerdem wurde die Bindung an die Vereinstennisschule entscheidend ausgebaut, insbesondere in der Zielgruppe „Junge Familien mit kleinen Kindern“.

Bild: [Pirata-Beach-Club II](#)

Tennis Academy Mickey

Die Zusammenarbeit mit der Vöklk Tennis Academy Mickey ist im letzten Jahr neu aufgenommen worden, nachdem einige grundsätzliche Probleme überwunden werden konnten. Noch immer hat das Mickey-Mouse Symbol eine große Anziehungskraft bei den ganz Kleinen. Viele Kontakte sind gerade durch diese Werbemittel entstanden. Richtig los geht es wieder im Jahr 2008.

Aktion Schultennis ganz neu (OGATA)

Neue Chancen für Tennisschulen durch die Ganztagsangebote an den Schulen.

Die Vereinstennisschule Boris Franke hat mit der "Offen Ganztagsbetreuung" (OGATA) ein neues Feld betreten. In der Vergangenheit war es eher üblich mit ansässigen Grundschulen oder Kindergärten zu kooperieren.

Nun aber wird, in direktem Kontakt mit dem Stadtsportbund als Kooperationspartner, die schulische Nachmittagsbetreuung als Dienstleistung angeboten. Das Honorar wird im Fall der Vereinstennisschule Boris Franke von der Stadt Düsseldorf getragen. Die Betreuung findet jeweils in der Turnhalle einer Schule statt.

Produktentwicklung: Erwachsene, Kinder u. Jugendliche

Die Produktentwicklung einer Vereinstennisschule ist ein Angelpunkt einer vorwärts gerichteten Geschäftspolitik. Dabei gibt es keinen Automatismus, der zufolge ein gutes und ideenreich elaboriertes Angebot auch nachgefragt wird. Oft ist ein „Hineinhorchen“ in den Verein und zumeist immer ein langer Atem erforderlich.

Service-speed-check

Der Service-speed-check wurde erfolgreich angeboten und nachgefragt. Er sollte zum Standardprogramm jeder Tennisschule gehören, weil er, bei aller Problematik des speed-checks an sich (keine Spin-Messung), die Nachfrage nach Trainerstunden erhöht.

Film-Clip: [speed-check](#)

Cardio-tennis

Cardio-Tennis muss erst in das Bewusstsein der Tennisspieler finden. Hilfreich sind die Beispielfilme in YouTube, die per Mail kommuniziert werden können

Bild: [Cardio-Tennis](#);

Videoanalyse

Die Videoanalyse wird oft von besonders aktiven Tennisspielern gefordert, aber nur von einem kleinen Prozentsatz wahrgenommen. Eine werbliche und sportwissenschaftliche Unterstützung durch die Verbände wäre hilfreich, da die Videoanalyse grundsätzlich das Potential hat, den vom Einzelnen wahrgenommene Trainingsbedarf zu erhöhen (evtl. Sammellizenz zur Auswertungssoftware für Tennisschulen und Trainer).

Film-Clip: Videoanalyse

Entwicklungsdokumentierung für Kinder und Jugendliche

Während die Videoanalyse bei Erwachsenen zunächst der Orientierung und Illustration der vom Trainer angeregten Verbesserungen dient, ist sie bei Kindern und Jugendlichen besonders geeignet, deren Entwicklung zu dokumentieren. Angesichts der Bereitschaft von Eltern, die Entwicklung ihrer Kinder nach besten Kräften zu fördern und diese auch für später zu dokumentieren und zu bewahren, liegt hier vermutlich ein erhebliches Marktpotential, das die Vereinstennisschule Boris Franke in den nächsten Jahren systematisch erschließen möchte. Erste Ansätze waren bereits erfolgreich.

Feriencamps

Feriencamps gehören zum Standardrepertoire einer Tennisschule. Diese führt die Vereinstennisschule Boris Franke mit großem Traineraufwand praktisch zum Gestehungspreis und in erster Linie zu Werbezwecken durch, um den good-will der Tennisschule zu dokumentieren (bis zu 7 Trainer gleichzeitig auf der Anlage).

Bild: Feriencamp

Perspektiven

Die oben entwickelten strategischen Ansätze haben sich in der Praxis bereits vielfach bewährt: in einem Tennisverein beispielsweise, der durch Kündigung eines Einzeltrainers ohne verwendbare Trainingsdaten (Adressen, Gruppeneinteilung usw.) beginnen musste, wurden innerhalb eines halben Jahres weit über 50 Kinder und Jugendliche neu gewonnen. Die Qualität des Trainings bzw. der Angebote der Tennisschule hatten sich überaus schnell in der Gegend herumgesprochen.

Auch bei den erwachsenen Spielern hat sich einiges getan. hier wurden knapp 50 neue Mitglieder innerhalb einer Sommersaison hinzu gewonnen und viele haben auch Trainerstunden bei gebucht.

Aufgrund dieser guten Ergebnisse hat die Vereinstennisschule Boris Franke in 2007 einen weiteren Verein zur Zusammenarbeit gewinnen können, bei dem ähnliche Aufgaben anstehen.

Die Zukunft stellt immer wieder hohe Anforderungen an die Vereinstennisschule - an die Mitarbeiter wie an das Management. Die vorhandenen Angebote sind zu verbessern, neue Produkte und Angebote zu entwickeln, anzupassen und optimal zu vermarkten.

