



## Imageanalyse

### Überprüfung von Eigen- und Fremdbild!

Sportvereine zeichnen sich nicht nur durch eine Vielzahl von Sportangeboten aus. Vielmehr werden in Sportvereinen Werte gelebt, die den Sport im Allgemeinen bzw. die Vereine im Besonderen einzigartig machen.

Viele Sportvereine beschreiben ihre Identität in [Leitbildern](#) oder [Vereinsstrategien](#). Dort werden die Werte eines Vereins festgehalten.

Beispiele:

- [Leitbild TSV 1887 Schloß Neuhaus e.V.](#): Verein steht u.a. für Qualität, Gesundheit, Lebensfreude, Zuverlässigkeit, Innovationen und Tradition
- [Leitbild TSV Meerbusch](#): Verein steht u.a. für soziale Verantwortung, Familienfreundlichkeit, soziales Miteinander und Mitgliederorientierung

Wichtig ist, dass diese Werte auch vom Sportverein gelebt werden. Das Vereinshandeln muss mit diesen Versprechen im Einklang stehen. Nur dann werden die bei den Vereinszielgruppen (Vereinsmitglieder, Sponsoren, Medien, Öffentlichkeit etc.) geweckten Erwartungen erfüllt. Das ist die Voraussetzung dafür, dass die Vereinsidentität (Eigenbild) und das Vereinsimage (Fremdbild) übereinstimmen.

Überprüfen Sie als Sportverein mit Hilfe von Imageanalysen regelmäßig, ob das Image des Vereins bei den Vereinszielgruppen dem Eigenbild entspricht. Mit Imageanalysen kann nicht nur der [Ist-Status](#) der Images erfasst werden. Imageanalysen leisten auch einen wichtigen Beitrag zur Strategieentwicklung. So lässt sich ermitteln, welche Images angestrebt werden (die den Verein auszeichnen/charakterisieren sollen)

Was kann mit einer Imageanalyse geprüft werden?

- das Erscheinungsbild/Image des Vereins bei den Vereinszielgruppen
- die Wechselwirkung zwischen Selbstwahrnehmung und Fremdbild
- Veränderungen beim Image (Dynamik bzw. Beständigkeit der Images)
- welchen Einfluss bestimmte Vereinsangebote auf das Vereinsimage haben

- das Nutzerverhalten der Vereinsmitglieder in Abhängigkeit vom Image (wenn Identität und Image übereinstimmen, werden besonders viele Neumitglieder durch Mundpropaganda bestehender Mitglieder gewonnen)

In der Regel wird die Imageanalyse mittels Befragung durchgeführt. Die Befragung sollte mit einem auf den Verein abgestimmten Fragebogen erfolgen. Bei Imageanalysen geben die Befragten zu bestimmten Indikatoren (Images/Werten), wie Modernität, Innovationskraft, soziale Verantwortung etc. auf einer mehrstufigen Skala (in der Regel 5 – 7 stufig, s.u.) ihre Bewertung ab. Für die einzelnen Merkmale werden Durchschnittswerte berechnet. Diese werden in einer grafischen Darstellung durch Verbindungslien verknüpft. So entsteht ein Imageprofil.

Beispiel einer Imageanalyse im Sportverein:

Bitte bewerten Sie auf einer Skala von 1 bis 5, welche Images auf den „Verein xy“ zutreffen (1= sehr stark, 2 = stark, 3 = durchschnittlich, 4 = schwach, 5 = sehr schwach)

IMAGEATTRIBUTE	1 2 3 4 5
modern	OOOOO
gesundheitsorientiert	OOOOO
familienorientiert/familiär	OOOOO
sozial engagiert	OOOOO
innovativ/fortschrittlich	OOOOO
bodenständig/solide	OOOOO
dynamisch	OOOOO
zuverlässig	OOOOO

leistungssportorientiert	00000
breitensportorientiert	00000
organisiert	00000
hochwertig	00000
traditionell	00000
kooperationsfreudig	00000
individuell	00000
soziales Miteinander	00000
mitgliederorientiert	00000
gut erreichbar	00000
heimatverbunden	00000
großes Angebot	00000
seriös	00000
finanziell solide	00000
vielseitig	00000
hochpreisig	00000

freundlich	oooooo
attraktives Preis/Leistungsverhältnis	oooooo