



Analyse

Was der Verein in der Analysephase wissen muss

Die Analyse- oder Informationsphase gibt dem Verein Antworten auf die Fragen:

- Wie stellt sich die aktuelle Situation im Verein dar?
- Wie ist diese Situation im Vergleich zum Markt und zu den anderen Anbietern?
- Wie kann der Verein seine Zielgruppen segmentieren und bestimmen?
- Welche Faktoren beschreiben das Vereinsumfeld? Welche Trends lassen sich aus den Umfeldentwicklungen ablesen?
- Ohne die Erkenntnisse der Analysephase kann ein Verein keine korrekte Marketingkonzeption vornehmen. Die Analysen bilden die Grundlagen für die Strategiephase, die Maßnahmenplanung und die Umsetzung des Marketingkonzeptes.

Umfassende Erkenntnisse zur Ist-Situation im Verein liefern die folgenden Analysen:

- Marktanalyse:
 - [Marktbestimmung](#),
 - [Konsumenten- bzw. Nachfrageranalyse](#)
 - [Konkurrenz- oder Wettbewerberanalyse](#)
- [Umfeldanalyse](#)
- [Vereinsanalyse](#)
- [SWOT-Analyse](#)
- [Imageanalyse](#)

Die Erklärungen und Übersichten zu den einzelnen Analysen finden Sie auf den entsprechenden Seiten der Analysen.