



Kommunikationspolitik: Mobile Marketing

Mobile Marketing auch für Sportvereine interessant!

Das Vereinsmarketing muss sich veränderten Rahmenbedingungen anpassen. Die Nutzung von mobilen Endgeräten ist ein Megatrend des letzten Jahrzehnts. Immer mehr Menschen gehen per Smartphone oder Tablet ins Internet. Laut ARD-/ZDF-Onlinestudie 2019 nutzen $\frac{3}{4}$ der Bevölkerung das Internet auch von unterwegs. Folglich hat die Bedeutung von Marketing auf mobilen Endgeräten zugenommen und wird weiter wachsen (für 2021 wird prognostiziert, dass 50 % der Online-Werbung in den Mobile-Bereich fließen; Quelle: Statista's Digital Market Outlook).

Doch was ist Mobile Marketing und wie können es Sportvereine einsetzen?

Definition Mobile Marketing

Mobile Marketing ist die Planung, Durchführung und Kontrolle von Marketingaktivitäten, bei denen eine Kundenansprache mit Hilfe mobiler Endgeräte erfolgt.

Warum Mobile Marketing?

Die mobilen Endgeräte machen es möglich, dass Internetnutzer „always on“ sind. Egal ob zu Hause, am Arbeitsplatz oder bei ihren Freizeitaktivitäten, die Onlinenutzer sind ortsungebunden nahezu ununterbrochen online.

Insbesondere beim Marketing für die Zielgruppe der 14-29jährigen führt am Mobile Marketing kein Weg vorbei. Hier liegt die Smartphone-Nutzung bei 100 Prozent.

Ein wesentlicher Vorteil des Mobile Marketings ist die zielgruppengenaue Ansprache. Werbung kann standortbezogen (z.B. Wohnort) platziert werden. Sind die Standortdaten personenbezogen, bedarf es in der Regel einer Einwilligung durch den betroffenen Nutzer.

Praxisbeispiel:

Der Sportverein platziert speziell auf die Nutzer abgestimmte Werbung, wenn sich diese im Einzugsgebiet des Vereins befinden. Dabei kann es sich um bestehende oder potenzielle Vereinsmitglieder handeln. Die Werbung entspricht den Interessen bzw. dem Nutzerverhalten der Zielperson.

Ein weiterer Vorteil ist die direkte Interaktion mit den Zielgruppen. Angesprochene haben in aller Regel

die Chance, direkt auf die Werbung zu reagieren.

Welche Formen des Mobile Marketing kann man unterscheiden?

- [Mobile Werbeanzeigen in sozialen Netzwerken](#),
- Mobile Video-Anzeigen (z.B. Facebook Video Ads, Videoanzeigen auf [Instagram](#), nicht überspringbare Bumper-Anzeigen auf [YouTube](#))
- [Vereins-App](#)
- [Mobilfähige \(responsive\) Vereins-Homepage](#)

Praxistipps:

- Bilden Sie Ihren Verein in Online-Verzeichnissen ([GoogleMyBusiness](#), Google Maps, Bing etc.) ab. Geben Sie dort Ihren Vereinsnamen, Vereinsadresse, Beschreibung des Vereins/der Vereinsphilosophie, Abteilungen (Sparten), Öffnungszeiten der Vereinsgeschäftsstelle und Bilder an. Lassen Sie Bewertungen zu und reagieren Sie auf diese!
- Verlinken Sie mobile Werbeanzeigen mit Ihrer mobilfähigen Vereins-Homepage!