



Warum Marketing im Sportverein?

Marketing sichert langfristigen Erfolg des Vereins!

Marketing ist nicht nur bei Unternehmen, sondern auch bei Sportvereinen ein wichtiger Erfolgsfaktor. Am Marketing führt für Sportvereine kein Weg vorbei.

Oft wird Marketing noch mit Werbung, Events, Sponsoring und/oder Öffentlichkeitsarbeit gleichgesetzt. Diese sind jedoch nur kleine Bausteine der Marketingaktivitäten von Sportvereinen.

Zum Marketing eines Sportvereins gehört deutlich mehr, wie z.B.

- die Entwicklung und Umsetzung einer Vereinsstrategie
- die Implementierung einer Markenarchitektur im Sportverein
- die Festlegung und ggf. Anpassung von Vereinszielen und Vereinszielgruppen
- die Entwicklung von Vereinsangeboten
- die Bekanntmachung von Vereinsangeboten durch Kommunikationsmaßnahmen (z.B. Online-Werbung, Social Media-Postings, eine Vereins-App, Öffentlichkeitsarbeit, Tag der offenen Tür)
- die Zusammenarbeit mit Kooperations-/Netzwerkpartnern (z.B. um bestimmte Angebote zu ermöglichen bzw. diese bekannt zu machen)
- die Gewinnung und Bindung von qualifizierten, motivierten haupt- und ehrenamtlichen Mitarbeitern
- die Festlegung und Umsetzung von Mitgliedsbeiträgen, Aufnahmegebühren, Rabatten und Teilnehmergebühren
- die Konzeption und Umsetzung von Vereinsprozessen
- die Planung und Durchführung von Marktanalysen, Kundenbefragungen, Trendanalysen
- die Ausstattung des Vereins mit adäquaten Sportanlagen und Sportgeräten

Vereinsmarketing wird wie folgt definiert:

Vereinsmarketing ist die Planung, Koordination und Kontrolle aller auf die aktuellen und potenziellen Märkte ausgerichteten Vereinsaktivitäten. Durch eine dauerhafte Befriedigung der Kundenbedürfnisse (Mitglieder, Sponsoren, Mitarbeiter etc.) sollen die Vereinsziele verwirklicht werden.

Im Mittelpunkt der Definition steht die Marktorientierung. Die Vereinsaktivitäten müssen an den Gegebenheiten des Marktes ausgerichtet sein, will man als Verein erfolgreich sein (z.B. welche

Sportarten sind aktuell angesagt bzw. haben Wachstumspotenzial? Welche Kommunikationskanäle werden von meinen Vereinszielgruppen genutzt? Welche Fördermöglichkeiten bieten Kommunen, Sportfachverbände und Sportbünde?) .

Erfolgreiche Vereine nutzen die Möglichkeiten, die der Markt bietet. Marktorientierte Vereinsführung zielt auf eine umfassende Vereinsentwicklung mit Hilfe von Marketing.

Ziel sollte es sein, unter Berücksichtigung des Marktes bessere Problemlösungen (z.B. zeitgemäße Sportangebote, ein Top-Preis-/Leistungsverhältnis, Kundenservice) als die Konkurrenz zu erbringen, um dadurch Wettbewerbsvorteile zu erlangen.

Die sogenannte [Marketing-Management-Methode](#) beschreibt die Schritte für das erfolgreiche Vereinsmarketing.

Setzt ein Sportverein auf eine modernes, marktorientiertes, auf seine Situation abgestimmtes Marketing, kann er nur profitieren:

- Mitglieder bleiben langfristig im Verein
- potenzielle Mitglieder werden auf den Verein aufmerksam
- ehrenamtliche und hauptamtliche Mitarbeiter werden motiviert
- das Image des Vereins verbessert sich
- die Bekanntheit des Vereins und seiner Angebote erhöht sich
- die finanzielle Position des Vereins wird gesichert
- bereits etablierte Sponsoren sind zufrieden
- potenzielle Sponsoren nehmen vom Verein Notiz
- der eigene Verein hebt sich von anderen Vereinen ab