Marketing-Management-Methode als Planungshilfe für das Vereinsmarketing

Das Marketing im Sportverein organisieren!

Wer sich ums Marketing im Sportverein kümmert sollte sich einer Planungshilfe bedienen.

Eine systematische, einfache Planungshilfe ist die **Marketing-Management-Methode**. Sie hilft bei der Entwicklung, Umsetzung und Kontrolle der Marketingaktivitäten.

Die Marketing-Management-Methode besteht aus fünf Phasen:

1. Analysephase
2. Strategiephase
3. Gestaltungsphase
4. Realisierungsphase
5. Kontrollphase

1. Analysephase
In dieser Phase werden die Rahmenbedingungen, die das Vereinshandeln jetzt und in der Zukunft beeinflussen, erfasst und bewertet. Man sucht Antworten auf die Fragen: Wo steht der Verein? Wo sind seine Stärken und Schwächen? Welche Chancen hat der Verein zukünftig?

Die vereinsinterne Situation wird unter die Lupe genommen, die Kundenwünsche werden analysiert, aber auch die Konkurrenzsituation und das sonstige Umfeld (welche Trends darf der Verein nicht verschlafen, um zukunftsfähig zu bleiben?).

Ausführliche Infos zum Thema Analysephase finden Sie in unserer Rubrik Marketing-Analyse.

2. Strategiephase
Die Ergebnisse der Analysephase sind Grundlage für die Marketingstrategie. In der Strategie beschreibt

Verein, wohin er langfristig gehen möchte, was seine strategischen Vereinsziele sind und welche Angebote zur Vereins-DNA gehören? Die Strategie gibt den Rahmen für die operativen Marketingmaßnahmen des Sportvereins vor.

Mehr Infos zum Thema Vereinsstrategie gibt’s hier.

3. Gestaltungs- und Realisierungsphase
In der Gestaltungsphase wird das Zusammenspiel der Marketinginstrumente festgelegt. Im Marketing-Mix werden konkrete Maßnahmen bestimmt, mit denen die Strategien umgesetzt und die dort festgelegten Ziele erreicht werden sollen.

4. Realisierungsphase
Die Umsetzung des Marketing-Mixes erfolgt in der Realisierungsphase.

Die Gestaltungs- und Realisierungsphase fallen in der Praxis oft zeitlich zusammen bzw. folgen unmittelbar aufeinander. Daher werden diese im Bereich "Marketing-Gestaltung und Realisierung" zusammengefasst.

5. Kontrollphase
Konnten die angestrebten Ziele erreicht werden? Passt die gewählte Strategie immer noch zu einer veränderten Situation im Verein? Die Kontrollphase dient der Überwachung der Ziele, Strategien und durchgeführten Maßnahmen. Gegebenenfalls muss der Verein Anpassungen vornehmen. Details gibt es im Bereich "Marketing-Kontrolle".

Wichtiges zur Anwendung:
Die Marketing-Management-Methode ist dynamisch zu verstehen. Das heißt, die einzelnen Phasen müssen immer wieder durchlaufen und auf deren Sinnhaftigkeit, Erfolg und finanzielle Machbarkeit überprüft werden.