



Grundlagen: Vereinszielgruppen

Das Vereinshandeln muss sich an den Vereinszielgruppen ausrichten!

Ein Sportverein ist nur dann auf Dauer erfolgreich, wenn seine Angebote (Sportarten, Sportkurse, Sportveranstaltungen, außersportliche Angebote, wie Ausflüge oder Seniorennachmittage) eine ausreichende Nachfrage bei den Mitgliedern und anderen Vereinskundengruppen (z.B. Kursteilnehmern ohne Vereinsmitgliedschaft oder den Teilnehmern/Besuchern von Vereinsveranstaltungen) erzielen.

Deshalb ist es wichtig, dass ein Sportverein bei der Entwicklung seiner [Vereinsstrategie](#) die Wünsche, Bedürfnisse, Probleme der bestehenden, aber auch von potenziellen Vereinskundengruppen (mit welchen neuen Angeboten kann man Kunden hinzugewinnen bzw. wie müssen bestehende Angebote weiterentwickelt werden, damit man sich neue Zielgruppen erschließt?) berücksichtigt.

Damit dies geschieht, sind die Wünsche/Erwartungen der Vereinszielgruppen (Kunden) durch eine [Kundenanalyse](#) zu ermitteln.

Zu den Vereinskundengruppen (Zielgruppen) gehören:

- Mitglieder (bestehende/potenzielle)
- Mitarbeiter (ehrenamtliche/hauptamtliche)
- Kursteilnehmer (bestehende/potenzielle)
- Teilnehmer/Besucher von Vereinsveranstaltungen
- Medien
- Sponsoren/Werbepartner

Die Vereinszielgruppen können nach folgenden Kriterien beschrieben (segmentiert) werden:

- soziodemografischen Kriterien (Alter, Geschlecht, Familienstand, Beruf, Haushaltsgröße, Haushaltsnettoeinkommen etc.)
- psychografischen Kriterien (Motive, Einstellungen, Interessen, Lebensstil, [Lebenswelten](#))
- Mediennutzungsverhalten (Social Media: Facebook, Twitter, TikTok, Instagram etc./Print/TV, Smartphone/stationärer PC/Tablet)
- Kauf-/Konsumverhalten (digital/offline; morgens/mittags/abends etc., Vereinsmitgliedschaft/Kursteilnahme ohne Vereinsmitgliedschaft)

In der Vereinsstrategie sollte der Verein seine Zielgruppen beschreiben (insbesondere die Kernzielgruppen: Mitglieder und Mitarbeiter) und mit welchen Angeboten er diese erreichen bzw. deren Wünsche gerecht werden will.

In einer Vereinsstrategie kann es z.B. heißen:

- „Der Verein richtet alle seine Aktivitäten an den Bedürfnissen seiner Mitglieder aus. Diese zielen auf eine höchstmögliche Zufriedenheit der Mitglieder. Die Mitglieder sind unsere Kernzielgruppe, die wir mit einem exzellenten Service an uns binden wollen.“
- „Wir beobachten unser Umfeld und tragen Trends bei der Angebots(weiter)entwicklung Rechnung.“
- „Der Verein entwickelt seine Vereinsangebote stetig unter Berücksichtigung der Bedürfnisse seiner Vereinsmitglieder weiter.“
- „Wir ermitteln regelmäßig die Wünsche/Erwartungen unserer Mitglieder und anderer Vereinszielgruppen.“
- „Der Verein schafft ein Umfeld, in dem sich die Vereinsmitarbeiter entfalten und ihre Talente und Fähigkeiten entwickeln können.“
- „Der Verein lebt vom Ehrenamt/den ehrenamtliche Engagierten. Wir qualifizieren unsere Ehrenamtler und unterstützen sie bei deren persönlichen Weiterentwicklung.“
- „Wir ermitteln regelmäßig die Wünsche/Erwartungen unserer Mitglieder und anderer Vereinszielgruppen.“
- „Unsere Vereinskommunikation erfolgt zielgruppenorientiert.“