



Mitarbeitermarketing

Instrumente & Maßnahmenplan

Im Rahmen der Mitarbeitergewinnung lassen sich zahlreiche effiziente Marketinginstrumente feststellen. Auch der verwandte Bereich Öffentlichkeitsarbeit bietet Instrumente an, die der Sportverein für die Gewinnung von Mitarbeitern erfolgreich einsetzen kann.

Sicherlich sind nicht alle Instrumente für jeden Sportverein sinnvoll. Wichtig ist, dass das Thema "ehrenamtliches Engagement" und damit die Gewinnung von Mitarbeitern eine stetige Aufgabe im Verein darstellt, die nicht punktuell betrachtet werden darf. Sie sollte vielmehr die Vereinsarbeit im gesamten Vereinsjahr begleiten und in den Mittelpunkt stellen.

Die folgende Liste zeigt Instrumente aus Marketing und Öffentlichkeitsarbeit (ohne Anspruch auf Vollständigkeit), die der Verein je nach Situation und Zielen auswählen kann:

- Corporate Identity
- Hinweis in der Vereinszeitung
- Hinweis im Vereinsschaukasten
- Werben unter den Vereinsmitgliedern
- Mund zu Mund-Werbung: Wer kennt jemanden außerhalb des Vereins, den man für ein Engagement begeistern könnte?
- Stellenanzeige (in örtlicher Tageszeitung, Lokalausgabe, Verbandszeitung usw.)
- Marketingkampagne (enthält mehrere Instrumente; aufzeigen: Welche Tätigkeitsmöglichkeiten sind im Verein vorhanden? Was wird erwartet? Welche "persönlichen Gewinne" entstehen durch die Mitarbeit? Slogan finden!)
- Herausragende Aktionen durchführen (Ehrenamts-Tag, Kinder-Vorstand für einen Tag, Prämierung "Ehrenamtlicher des Jahres" usw.)
- Imageanzeigen
- Jobbörsen im Internet
- Praktika
- Projektarbeiten für Studenten
- Infobroschüren
- Flyer auslegen, Handzettel verteilen
- Plakataktion (z.B. in Geschäften, bei Events, auf Messen, zielgruppenabhängig, z.B. Turnhallen, Hochschulen, Jugendtreffs usw.)
- Netzwerke nutzen (Sportverband, Sponsoren, Gemeinde, politische Kontakte usw.)
- Internet/Homepage nutzen
- soziales Engagement in der Region
- usw.

Wie im gesamten Bereich Mitarbeitermanagement folgt der Auswahl der Instrumente stets der Maßnahmenplan, also die Planung der benötigten Ressourcen Zeit, Budget, Mitarbeiter*innen und Arbeitsmittel.

Für diese konkrete Planung des Mitarbeitermarketings kann der Verein die folgende Übersicht nutzen, die bereits aus dem Bereich "Mitarbeitermanagement: Konzept" bekannt ist:

Ziele/ Mitarbeiter Instrumente marketing	Zeitliche PlanungKosten	Mitarbeiter- bedarf	Benötigte Arbeitsmittel
---	-------------------------	------------------------	----------------------------