

Marketing - Gestaltung und Realisierung

Gestaltung und Realisierung im Marketing-Mix: Einführung in das Thema

Bevor es konkret um die Gestaltung und Realisierung im Marketing-Mix geht, müssen einige Voraussetzungen im Verein gegeben sein, die in den zuvor behandelten Bereichen des Marketings erwähnt wurden.

Überprüfen Sie bitte an dieser Stelle folgende Aussagen für Ihren Verein:

- Wir kennen unsere [Vereins-Situation](#), Stärken, Schwächen, Chancen, Risiken, in den unterschiedlichen Bereichen (Finanzen, Marketing usw.).
- Wir kennen unsere [Zielgruppen](#).
- Wir kennen den Markt, auf dem sich unser Verein, unsere [Mitbewerber](#) und unsere Zielgruppen bewegen sowie das Umfeld des Vereins.
- Wir kennen das [Image](#) unseres Vereins, weil wir die Meinungen von Mitgliedern- und Nichtmitgliedern erfragt haben.
- Wir haben für den Verein [Marketing-Ziele](#) festgelegt und Marketing Strategie für diese Ziele entwickelt.
- Unser Verein hat eine eindeutig festgelegte Identität ([Corporate Identity](#)) mit den Bestandteilen Corporate Design, Corporate Communication und Corporate Behavior.
- Unser Verein hat ein schriftlich festgelegtes Leitbild.
- Wir kennen die Grundlagen des Marketing-Mix (Produkt-, Preis-, Vertriebs-, Kommunikations-, Ausstattungs-, Prozesspolitik, Mitarbeitermanagement)

Hinweis:

Falls Sie nach der Überprüfung dieser Punkte feststellen, dass das ein oder andere Detail doch nicht ganz klar oder erfüllt ist in Ihrer Vereinssituation, nutzen Sie die Link-Funktion der einzelnen Begriffe. Sie gelangen direkt zu dem Abschnitt, in dem das Thema behandelt wird.

Stimmen Sie allen oben genannten Punkten zu, folgt nun der Übergang in die [Gestaltungs- und Realisierungsphase](#). Der Verein muss für sich und seine Ziele individuell die Instrumente des Marketing-Mix auswählen und die Maßnahmen dazu ergreifen.