Was ist Vereinsmarketing?

Vereinshandeln an den Bedürfnissen der Mitglieder ausrichten!

Für den Nichtgeübten ist der Begriff Marketing zumeist sehr vieldeutig. Häufig wird Marketing mit Werbung oder Sponsoring gleichgesetzt. Zum Marketing im Sportverein gehört jedoch deutlich mehr.

Vereinsmarketing lässt sich wie folgt definieren:

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, Medienvertreter etc.) sollen die Vereinsziele verwirklicht werden.

Im Mittelpunkt der Definition steht dabei die Marktorientierung. Die Vereinsaktivitäten müssen an den Gegebenheiten des Marktes ausgerichtet sein, will man als Verein erfolgreich sein. Erfolgreiche Sportvereine nutzen die Möglichkeiten, die sich aus einer am Markt vorhandenen Nachfrage ergeben.

Die marktorientierte Vereinsführung zielt auf eine umfassende Vereinsentwicklung mit Hilfe von Marketing.

Ziel sollte es sein, unter Berücksichtigung des Marktes bessere Problemlösungen als die Konkurrenz (andere Sportvereine, kommerzielle Sportanbieter etc.) zu erbringen. Solche besseren Problemlösungen können z.B. sein:

- ein einzigartiges Sportangebot (eine Sportart gibt es nur in Ihrem Sportverein)
- ein attraktives Preis-/Leistungsverhältnis
- qualitativ hochwertige Sportstätten/Sportgeräte
- besonders qualifizierte Übungsleiter*innen (die Qualität der Trainer*innen ist ein wichtiges Kriterium bei der Mitgliedschaftsentscheidung)
- die vorbildliche Wertschätzung ehrenamtlichen Engagements
- eine nachahmenswerte Dienstleistungsorientierung

Dadurch verschafft sich der Sportverein Wettbewerbsvorteile gegenüber der Konkurrenz.

Die sogenannte Marketing-Management-Methode beschreibt die einzelnen Schritte für das erfolgreiche Vereinsmarketing.