

MARKETING IM SPORTVEREIN IST KEIN HEXENWERK

FORUM B



DURCH KOOPERATIONEN UND ETABLIERUNG EINER BALLSCHULE NEUE KINDER FÜR DEN VEREIN GEWINNEN

FSV SCHIFFERSTADT
OSKAR DERRYCK



KONTAKT:
www.fsv-schifferstadt.de
webmaster@fsv-schifferstadt.de



DER FSV SCHIFFERSTADT STELLT SICH VOR



Vereinsname
Fußballsportverein
1913/ 23 Schifferstadt
e.V.

Gründungsjahr
1913

Aktuelle Mitgliederzahl
660

Vorstand
7 Vorstandsmitglieder

Sportart
Fußball

© foto

FEHLENDER NACHWUCHS IM VEREIN GEFÄHRDERT DEN BESTAND DER TEAMS



FEHLENDER ZUWACHS AN
JUNGEN MITGLIEDERN

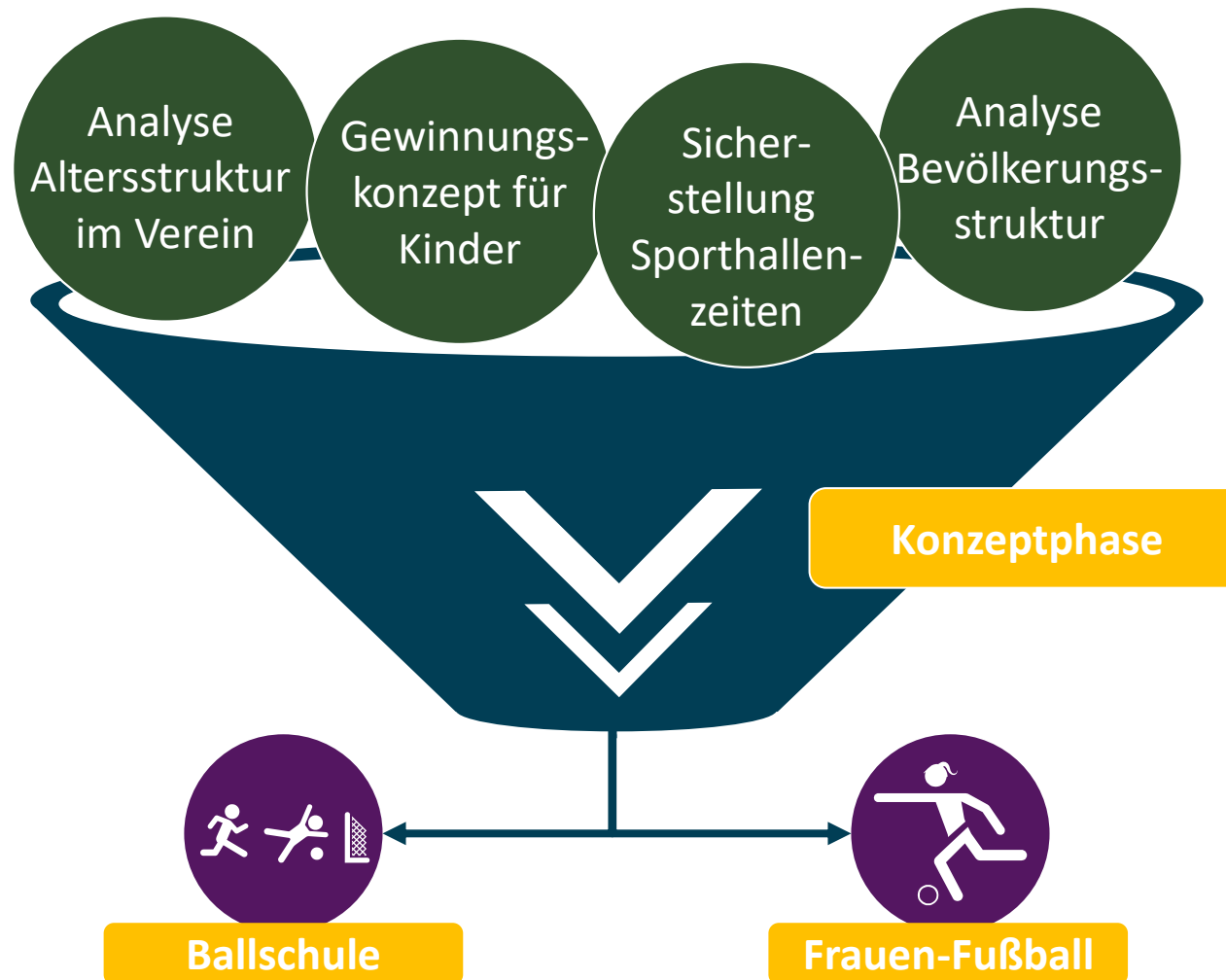


ÜBERALTERUNG DER
MITGLIEDER



MANGEL AN JUGEND-
MANNSCHAFTEN

IM COACHING WURDEN VERSCHIEDENE LÖSUNGSANSÄTZE ERARBEITET



DIE ETABLIERUNG EINER BALLSCHULE IST FÜR DEN FSV SCHON JETZT EIN ERFOLGSMODELL

BALLSCHULE

- Konzept **Gewinnung von (Klein-) Kindern** für den FSV
- Kontaktaufnahme zur **Ballschule Heidelberg**
- **Präsentationsmappe** für Kindergärten
- Vorstandsbeschluss zur Kooperation mit der Ballschule Heidelberg
- Umsetzung einer ersten Ballschul-Gruppe



Erste Gruppe bereits ausgebucht



INNERHALB KURZER ZEIT KONNTE EIN FRAUEN-TEAM ETABLIERT WERDEN

FRAUEN-FUSSBALL

- Aufbau **Trainer-Team**
- Ansprache potenzieller Spielerinnen
- **Erfolgreiche Werbung** für Frauen-Mannschaft auf **Homepage, Plakaten und in sozialen Netzwerken**



Meldung einer Frauen-Mannschaft möglich



BESSERE AUSSENDARSTELLUNG DURCH KLARE KOMMUNIKATION

BUDOCLUB LIMBURGERHOF
CARSTEN MANLIK



KONTAKT:

www.budo-club-limburgerhof.de

limburgerhof@tatsu-ryu-bushido.com



BUDOCLUB LIMBURGERHOF STELLT SICH VOR

Vereinsname

Budoclub
Limburgerhof e. V.

Gründungsjahr

1991

Sportarten

Selbstverteidigungs-
kurse
Sport-Pro-Gesundheit
Tatsu-Ryu-Bushido
(Samurai-Kampfkunst)

Aktuelle Mitgliederzahl

162

Vorstand

4 Vorstandsmitglieder



© shutterstock

BUDOCLUB LIMBURGERHOF WILL SEIN ANGEBOT BESSER UND EINFACHER ERKLÄREN



ZIEL: KOMMUNIKATIVE AUFTRITT SOLL EINFACHER UND BESSER VERSTÄNDLICH WERDEN



ZUR ZIELERREICHUNG WIRD EIN KLARES KONZEPT BENÖTIGT



KOMMUNIKATIONS-
KONZEPT



SCHAFFUNG EINHEITLICHE
„CORPORATE IDENTITY“



FORMULIERUNG VON
KERNBOTSCHAFTEN

IM COACHING WURDEN GEMEINSAM KOMMUNIKATIVE ECKPFEILER ERARBEITET



KOMMUNIKATION RICHTET SICH NACH AUSSEN UND INNEN

Kommunikative Ziele



Mitgliedergewinnung

- Erschließung **neuer Zielgruppen**
- **Weitergabe Informationen** zu Sportart und Angebot

Interne Kommunikation



- Verbesserung der **Teilhabe** der Mitglieder
- Förderung der **Mitwirkung** im Clubleben

ZIELGRUPPEN BESTIMMEN INHALTE DER EXTERNEN KOMMUNIKATION

Kommunikative Ziele



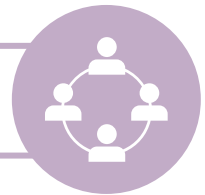
Mitgliedergewinnung

- Erschließung **neuer Zielgruppen**
- **Weitergabe Informationen** zu Sportart und Angebot

Zielgruppen

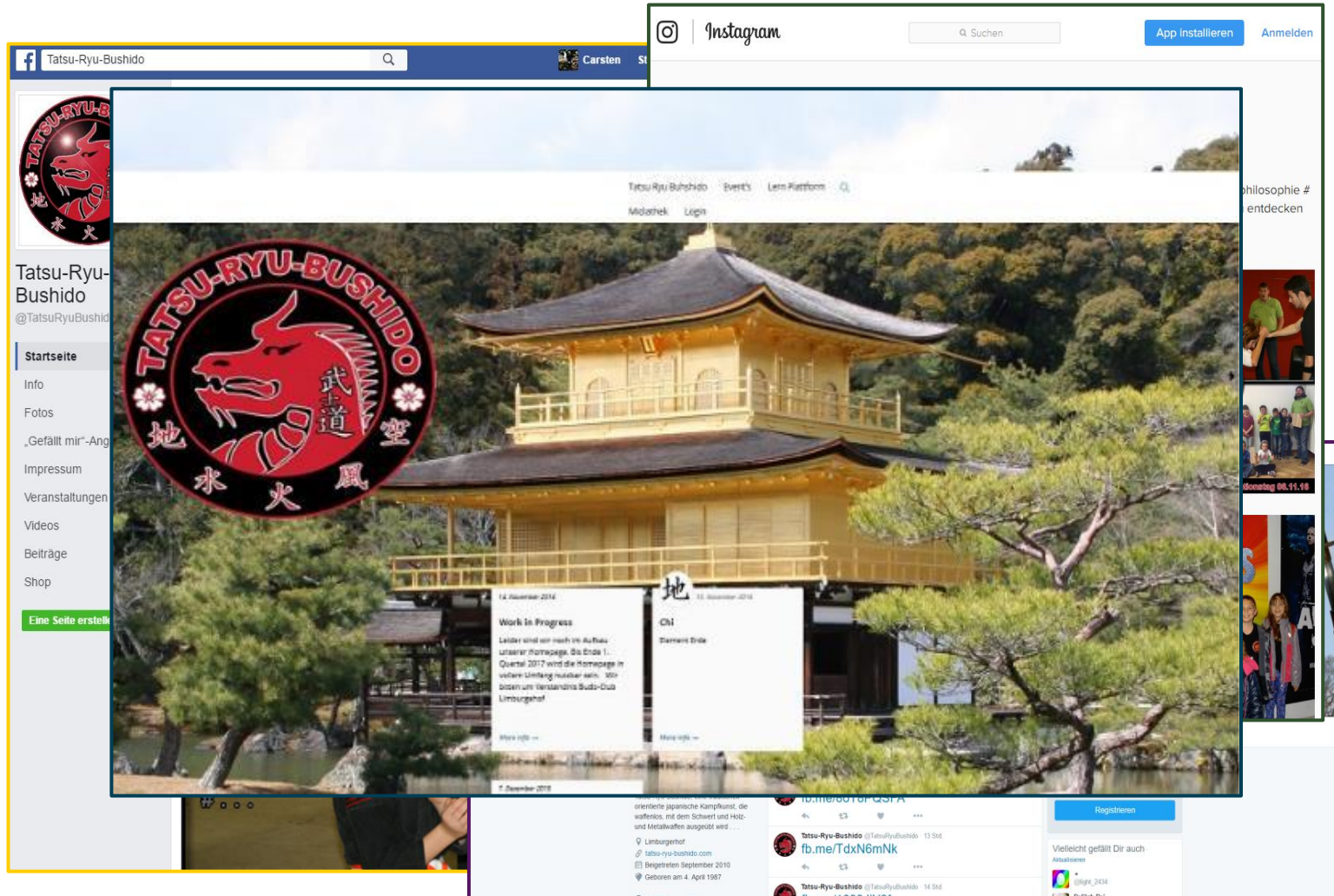


Interne Kommunikation



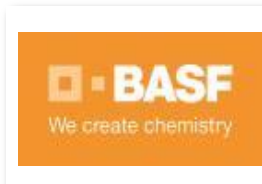
- Verbesserung der **Teilhabe** der Mitglieder
- Förderung der **Mitwirkung** im Clubleben

SCHWERPUNKT IN 2017 IST ÜBERARBEITUNG DES KOMMUNIKATIONSAUFTRITTS



VIELE PARTNER STEHEN FÜR DEN ERFOLG VON SPORTVEREIN 2020

Initiator
und Premiumpartner



Partner
und Förderer



Projektpartner



Veranstalter
und Kompetenzpartner



SPORTVEREIN 2020 – DER KONGRESS

BEI FRAGEN ODER ANREGUNGEN STEHEN WIR IHNEN GERNE ZUR VERFÜGUNG



KONTAKT:

www.sportverein2020.de

team@sportverein2020.de

