DEN VEREIN IN DER ÖFFENTLICHKEIT BESSER DARSTELLEN

FORUM O

© Blend Images/Adobe Stock

© highwaystarz/Adobe Stock

© WavebreakMediaMicro/Adobe Stock

© Pressmaster/Adobe Stock

SPORT VEREIN 2020
DER KONGRESS
Perspektiven entwickeln. Zukunft sichern.

AUFBAU EINER KLAREN VEREINSMARKE ALS AUSGANGPUNKT EINER VER-BESSERTEN EXTERNEN VERMARKTUNG

1. FFC NIEDERKIRCHEN
ANJA MARX

KONTAKT:
www.ffc-n.de

SPORT VEREIN 2020
DER KONGRESS
Perspektiven entwickeln. Zukunft sichern.

1. FFC NIEDERKIRCHEN STELLT SICH VOR

Vereinsname

1. FFC Niederkirchen e.V.

Gründungsjahr

2008

Sportart

Fußball

Aktuelle Mitgliederzahl

212

Vorstand

4 inkl. Geschäftsführung

Copyright ©2016 Sportverein2020

HERAUSFORDERUNG FÜR DEN VEREIN BESTEHT IM AUF-BAU EINER KLAREN UND UNVERWECHSELBAREN MARKE

LEISTUNGSSPORT

UNSERE REGION

KAMERADSCHAFT/ ZUSAMMENHALT

FRAUENFUSSBALL

KURZE KOMMU-NIKATION

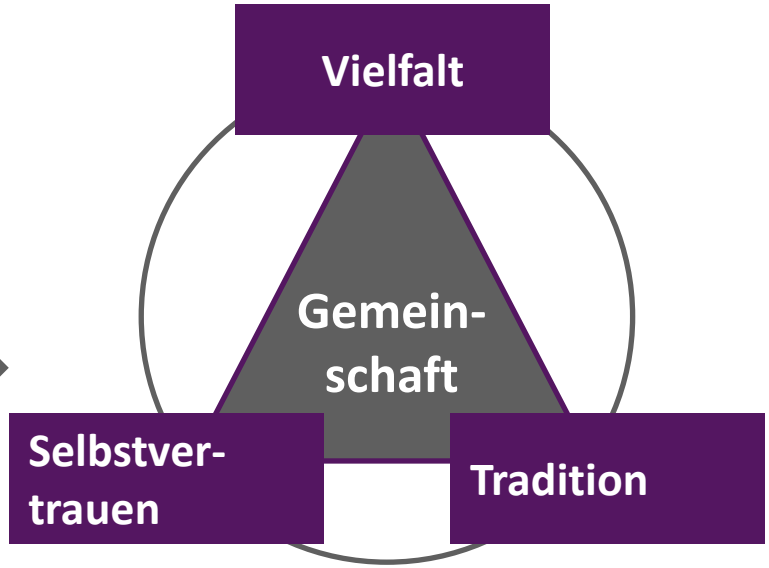
40 JAHRE TRADITION/ GEWACHSENER VEREIN

GROSSE FAMILIE

JUGENDLICHES IMAGE/ AM PULS DER ZEIT

Copyright ©2016 Sportverein2020

GEMEINSAM WURDE KLARE MARKENIDENTITÄT ERARBEITET – GEMEINSCHAFT IST DER MARKENKERN



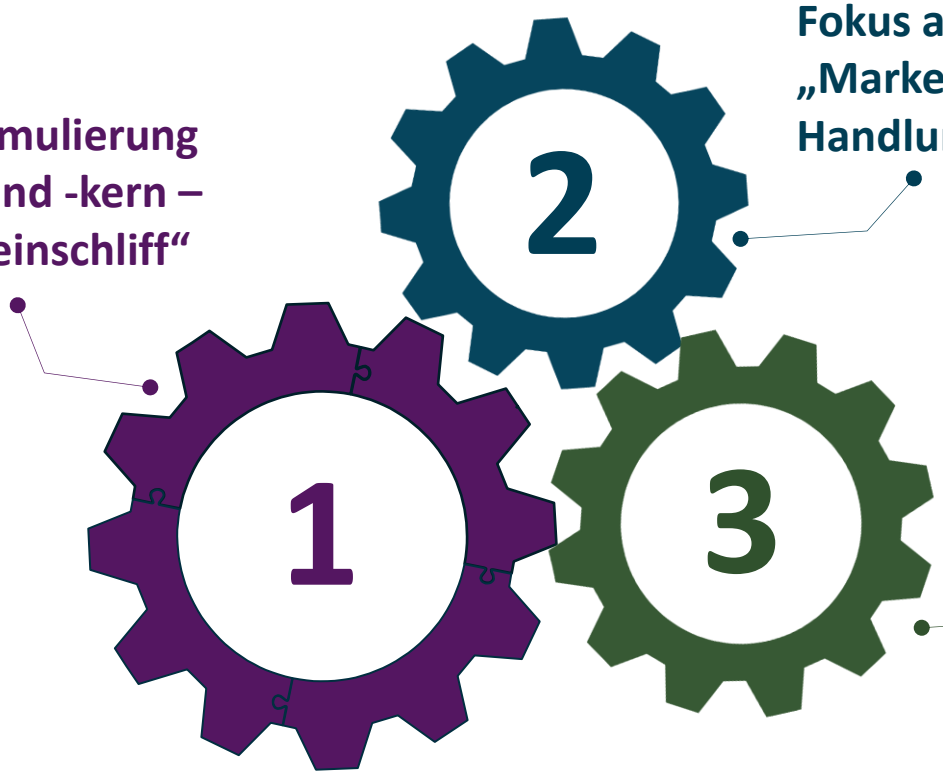
„1. FFC NIEDERKIRCHEN – MEHR ALS FUSSBALL“

Copyright ©2016 Sportverein2020

DARAUF AUFBAUEND WURDEN DREI MASSNAHMEN MIT BLICK AUF VERMARKTUNG DES VEREINS DEFINIERT

Überarbeitung Leitbild mit Fokus auf eindeutige „Markenstory“ und neue Handlungsfelder

Weitere Ausformulierung Markenwerte und -kern – „sprachlicher Feinschliff“



Entwicklung neuer Corporate Identity mit ansprechender Außenwirkung

Copyright ©2016 Sportverein2020

MARKE WURDE KONSEQUENT IN DIE VEREINS-KOMMUNIKATION INTEGRIERT

Marke wird über alle Kanäle konsistent kommuniziert

Copyright ©2016 Sportverein2020

MARKE IST WICHTIGER STRATEGIEBESTANDTEIL – DREI ERFOLGSFAKTOREN FÜR TÄGLICHE VEREINSARBEIT

1 **Identifi-kation**	Mitglieder müssen Leitbild/ Marke leben und sich damit identifizieren – Marke „erlebbar“ machen
2 **Klarheit**	Leitmotto muss Handeln und Engagement ohne große Worte verdeutlichen
3 **Stringenz**	Marke muss stringent über alle Kanäle nach außen getragen werden – Einbindung in sämtliche Aktionen

Copyright ©2016 Sportverein2020

NEUE ZIELGRUPPEN FÜR DEN VEREIN ERSCHLIESSEN UND ZIELGERICHTET ADRESSIEREN

TURNERSCHAFT MÜHLBURG
TANJA ROHRMANN

KONTAKT:
www.turnerschaft-muehlburg.de
info@turnerschaft-muehlburg.de

SPORT VEREIN 2020
DER KONGRESS
Perspektiven entwickeln. Zukunft sichern.

TURNERSCHAFT MÜHLBURG STELLT SICH VOR

Vereinsname

Turnerschaft
Mühlburg 1861 e.V.

Gründungsjahr

1861

Sportarten

Fitness
Handball
Ski
Sportabzeichentreff
Tennis
Tischtennis
Turnen

Aktuelle Mitgliederzahl

1.400

Vorstand

6 Vorstände + 8 erweiterter Vorstände zzgl. hauptamtliche Geschäftsführerin

Copyright ©2016 Sportverein2020

VEREIN MIT POSITIVER MITGLIEDERENTWICKLUNG – POTENZIALE IN WEIBLICHER ZIELGRUPPE SOLLEN WEITER AUSGESCHÖPFT WERDEN

PROBLEMSTELLUNG:
Positive Mitgliederentwicklung weiter stärken – Entwicklung Kommunikationskonzept zur Steigerung des Bekanntheits-grades

2%
aktuelles Mitglieder-wachstum – soll weiter gestärkt werden

Weibliche Zielgruppen soll gestärkt werden – qualifiziertes Sportangebot besteht bereits

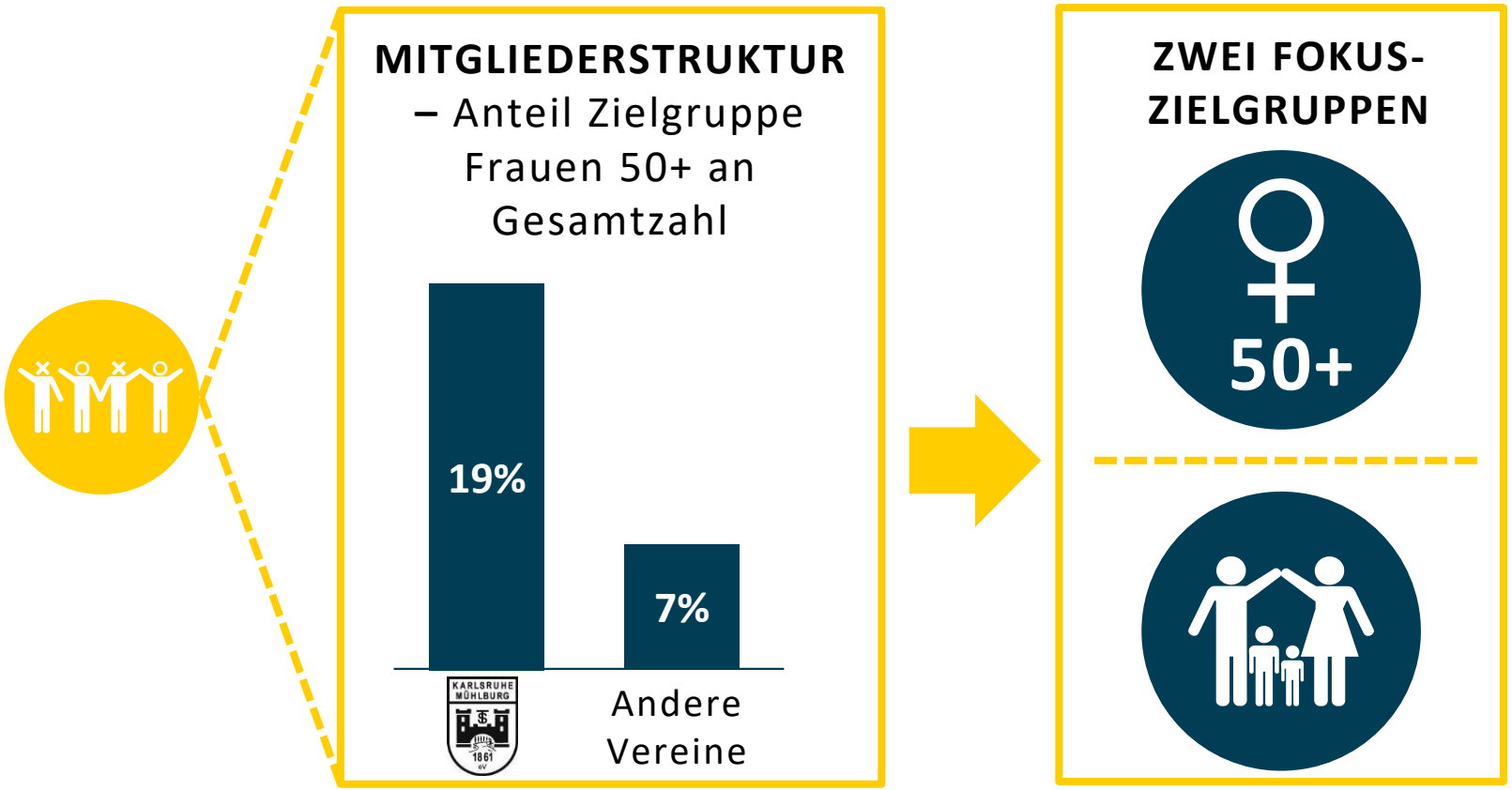
Potenziale bei Mitglieder-bewerbung noch nicht ausgeschöpft

Copyright ©2016 Sportverein2020

IM COACHING WURDEN DREI WESENTLICHE LÖSUNGSANSÄTZE DISKUTIERT

Copyright ©2016 Sportverein2020

ZIELGRUPPE FRAUEN 50+ SOWIE JUNGE FAMILIEN WURDEN ALS RELEVANTESTE ZIELGRUPPEN IDENTIFIZIERT



Copyright ©2016 Sportverein2020

INSBESONDERE DIE WEIBLICHE ZIELGRUPPE Ü50 IST FÜR DEN VEREIN VON BESONDERER BEDEUTUNG

- Verein verfügt bereits über **qualifiziertes Sportangebot**, worauf weiter aufgebaut werden soll
- Zielgruppe hat **hohe Affinität zum Thema Gesundheitssport**
- Zielgruppe ist in der Regel **familiär, beruflich und finanziell abgesichert**, zudem evtl. für **ehrenamtliches Engagement** zu gewinnen

Copyright ©2016 Sportverein2020

ERARBEITETE KOMMUNIKATIONSMASSNAHMEN GREIFEN INEINANDER

ALLGEMEINE KOM-MUNIKATION

- **Ausweitung Marketing-aktivitäten**, insb. Printmedien
- **Neugestaltung Vereinshomepage**, insb. verbesserte Navigation

ZIELGRUPPE FRAUEN 50+

- **Erstellung neuer Werbemittel**: aktiv – mobil – unternehmenslustig, anmelden – mitmachen – fit bleiben
- **Platzierung Werbeflyer**, insb. in Friseurgeschäfte und Drogeriemärkten
- **Nutzung Vereinsgasstätte** als Werbeplattform

ZIELGRUPPE FAMILIE

- Einrichtung **Eltern-Kind-Turn-Angebot**
- Organisation **dezentraler Kindergarten-Olympiade** für Kooperationskindergärten

Copyright ©2016 Sportverein2020

ERGEBNISBEISPIEL – FLYER WURDEN GRAFISCH AUFBEREITET UND IM GESAMTEN STADTTEIL AUSGELEGT

NEWS

Copyright ©2016 Sportverein2020

VIELE PARTNER STEHEN FÜR DEN ERFOLG VON SPORTVEREIN 2020

Initiator
und Premiumpartner

Partner
und Förderer

Projektpartner

Veranstalter
und Kompetenzpartner

Copyright ©2016 Sportverein2020

SPORTVEREIN 2020 – DER KONGRESS

BEI FRAGEN ODER ANREGUNGEN STEHEN WIR IHNEN GERNE ZUR VERFÜGUNG

KONTAKT:
www.sportverein2020.de
team@sportverein2020.de

SPORT VEREIN 2020
DER KONGRESS
Perspektiven entwickeln. Zukunft sichern.