Konkurrenz-/Wettbewerberanalyse

Verschaffen Sie sich einen Überblick zur Konkurrenzsituation!

Welche Stärken und Schwächen hat Ihr Verein im Vergleich zur Konkurrenz (andere Sportvereine, kommerzielle Sportanbieter, VHS etc.)? Was kann Ihr Verein von Wettbewerbern lernen? Welche Verbesserungs-/Weiterentwicklungspotenziale gibt es im Vergleich zur Konkurrenz? Hat ihr Verein Alleinstellungsmerkmale und wenn ja, welche sind dies konkret? Die Konkurrenz- bzw. Wettbewerberanalyse liefert Antworten auf diese Fragen.

Ein Schwerpunkt der Konkurrenz-/Wettbewerberanalyse sollte auf die Vereinsangebote gelegt werden. Die Angebote sind das „Herz des Vereins“. Von ihnen ist der Erfolg des Vereins abhängig. Verfügt man bei den Angeboten über Alleinstellungsmerkmale, hat man einen wichtigen Wettbewerbsvorteil.

Praxisbeispiel (Alleinstellungsmerkmal beim Vereinsangebot):
Der Einsparten-Fußballverein SV 1924 Glehn e.V. hat 2014 als erster Verein im 450.000 Einwohner*innen starken Rhein-Kreis Neuss eine U9-Mädchen-Fußballmannschaft gemeldet.

Fragenkatalog Konkurrenzanalyse:
Wollen Sie für Ihren Verein eine Konkurrenzanalyse durchführen? Dann werfen Sie einen Blick auf unseren Fragenkatalog. Beachten Sie die Hinweise und Antwortbeispiele in der mittleren Spalte. Nehmen Sie sich Zeit für die Beantwortung der Fragen!

Fragen an den Sportverein	**Hinweise/Antwortbeispiele**	**Wie ist die Konkurrenzsituation?**
Welche anderen Sportvereine/- anbieter konkurrieren mit dem eigenen Sportangebot im entsprechenden Einzugsgebiet?	Unterscheiden Sie: **Enge Konkurrenz:** Vereine/Sportanbieter mit gleichen Angeboten? **Weite(re) Konkurrenz:** Vereine/Sportanbieter mit ähnlichen Angeboten (z.B. andere	

	Ballsportarten) **Weiteste Konkurrenz:** Vereine/Wettbewerber mit völlig anderen Angeboten, die aber zu jetzigen bzw. zukünftigen Vereinsangeboten in Konkurrenz stehen (z.B. "in den nahe gelegenen Freizeitpark gehen" steht in Konkurrenz zum "aktiven Sport treiben") **Nennen Sie!** • Namen der Wettbewerber • Anzahl der Wettbewerber • Sitz der Wettbewerber • Wer hat den größten Marktanteil? (falls bekannt)	
Wie bieten vergleichbare Vereine/Sportanbieter ihr Sportangebot an?	• Welche Kommunikationsmaßnahmen ergreift die Konkurrenz zur Bekanntmachung des Angebotes? • Wo findet das Angebot statt? • Zu welcher Uhrzeit gibt es das Angebot? • Welche Zielgruppen werden angesprochen? • Wie ist die Preisgestaltung des Angebots? • Wie ist die Qualifikation der Übungsleiter*innen/Trainer*innen bei den Wettbewerbern?	
Wer ist in welchem Bereich die stärkste Konkurrenz und was kann man von dieser Benchmark lernen/übernehmen?	• Wer ist in welchem Bereich (Angebot, Kommunikation, Qualifikation der Übungsleiter etc.) der stärkste Wettbewerber? • Was kann man von den Benchmarks (= stärksten Wettbewerbern) lernen und als Verbesserungen für den eigenen Verein	

	übernehmen? • Ist man selbst eine Benchmark und wie kann man diese Stärken (Alleinstellungsmerkmale) für das Vereinsmarketing nutzen?	
Welche Fehler sollte unser Verein vermeiden?	• Welche Fehler hat welcher Konkurrent gemacht und sollten unbedingt vermieden werden?	

Im Rahmen der Konkurrenz-/Wettbewerberanalyse können auch untersucht werden:

- Welche Markenwerte zeichnen die Wettbewerber aus?
- Wie wird bei den Nachbarvereinen ehrenamtliches Engagement wertgeschätzt?
- Wie ist die Ausstattung der Sportstätten der Konkurrenz?
- Werden Übungsleiter*innen, Trainer*innen bei den Wettbewerbern bezahlt und wenn ja, wie?