

Marktbestimmung

Was für wen, wann, wo anbieten?

Bestimmt haben auch Sie sich als Sportverein schon einmal gefragt, welches Angebot Sie für welche Zielgruppen anbieten wollen und wann bzw. wo dieses Angebot stattfinden soll.

Wichtige Bausteine der Erfassung des Marketing-IST-Zustandes und Grundlage für die Marktbestimmung sind die

- [Kundenanalyse](#) und
- [Konkurrenz- bzw. Wettbewerberanalyse](#)

Ein Sportverein ist nur dann erfolgreich, wenn seine Angebote den Bedürfnissen/Wünschen seiner Zielgruppen (Vereinsmitglieder, Kursteilnehmer etc.) entsprechen. Wenn diese Angebote dann auch noch Alleinstellungscharakter haben, ist das eine gute Voraussetzung für deren Erfolg.

Doch kommen wir zur Marktbestimmung. Man kann folgende Formen der Marktbestimmung unterscheiden:

1. Personelle Marktbestimmung (Marktbestimmung unter Berücksichtigung der Zielgruppe):

Hier geht es um die Beantwortung der Frage, für wen ich als Sportverein etwas anbieten möchte:

- für welche Altersgruppe?
- Frauen oder Männer? Frauen und Männer gemeinsam?
- für Menschen mit Migrationshintergrund?
- für Behinderte/Nicht-Behinderte? Für Behinderte/Nicht-Behinderte gemeinsam (Inklusion!)?
- für Schüler*innen
- für Kindergartenkinder?
- für Eltern?
- für Alleinerziehende?
- für Leistungs- bzw. Freizeit/Breitensportler*innen?
- für die ganze Familie?

2. Zeitliche Marktbestimmung:

Bestimmte Zielgruppen bevorzugen bestimmte Zeiten für die Inanspruchnahme der Vereinsangebote. Die präferierten Zeiten sind stark abhängig von Beruf, Schule und Familie. Die beruflichen, schulischen und familiären Rahmendbedingungen haben daher bei der zeitlichen Marktbestimmung eine große Bedeutung, wie z.B.:

- Bewegungsangebote für Kinder im Vorschulalter morgens in Kindergärten
- Angebote für Vollzeitbeschäftigte am Abend und am [Wochenende](#)
- Angebote für Senioren am [Morgen](#)
- Gesundheitssportangebote für Nicht-Berufstätige am Morgen

3. Räumliche Marktbestimmung:

Nicht immer ist eine große Dreifachsporthalle als Sportraum für ein bestimmtes Sportangebot geeignet. Manchmal sind eine kleine Gymnastikhalle, ein Seminarraum, der Bewegungsraum einer Senioreneinrichtung oder ein öffentlicher Raum die bessere Wahl. Hat man als Verein den erforderlichen Sportraum nicht zur Verfügung, kann man sich diesen ggf. durch eine Kooperation (z.B. Kirche, Seniorenzentrum, Sponsor) erschließen.

Die Wahl des Raums für ein Vereinsangebot sollte sich an den Bedürfnissen der jeweiligen Zielgruppe orientieren. Wichtig ist natürlich, dass ein solcher Raum bereits zur Verfügung steht bzw. erschlossen werden kann sowie finanzierbar ist.

Welche Sporträume sind u.a. denkbar?

- Sporthalle
- Gymnastikraum
- Bewegungsraum einer [Seniorenreinrichtung, Tagespflegerichtung](#)
- Privatwohnung
- Öffentlicher Raum (z.B. Parkanlage, Quartierszentrum)
- Kirche
- Räumlichkeiten eines Sponsors