



[Analysephase](#)

Autor*in: Dirk Schröter

Sie wollen für Ihren Sportverein ein Marketingkonzept erarbeiten? Dann starten Sie mit der Analyse des IST-Zustandes. In der Analysephase sammelt der Verein für die Konzeptentwicklung wichtige Informationen.

[Marktbestimmung](#)

Autor*in: Dirk Schröter

Was ein Sportverein wann und wo anbietet, sollte sich an den Bedürfnissen seiner Zielgruppen orientieren. Eine Kundenanalyse liefert wichtige Informationen für die Bestimmung des Marktes. Auch eine Konkurrenzanalyse hilft bei der Marktbestimmung.

[Mitgliederbefragung](#)

Autor*in: Dirk Schröter

Wollen Sie wissen, was sich Ihre Vereinsmitglieder vom Verein wünschen bzw. wo die Mitglieder Weiterentwicklungspotenziale im Verein sehen? Dann ermitteln Sie diese mit Hilfe einer Mitgliederbefragung. Wir geben praktische Tipps und Praxisbeispiele!

[Teilnehmerbefragung](#)

Autor*in: Dirk Schröter

Wollen Sie wissen, was sich die Teilnehmer Ihrer Vereinsveranstaltung wünschen bzw. wo sie Weiterentwicklungspotenziale sehen? Dann ermitteln Sie deren Wünsche und Weiterentwicklungspotenziale mit einer Teilnehmerbefragung.

[Zuschauerbefragung](#)

Autor*in: Dirk Schröter

Wollen Sie wissen, was sich die Besucher einer Vereinsveranstaltung wünschen bzw. wo sie Weiterentwicklungspotenziale sehen? Dann ermitteln Sie die Wünsche und Weiterentwicklungspotenziale mit Hilfe einer Zuschauerbefragung.

[Was der Verein in der Analysephase wissen muss](#)

Autor*in: Isabell Weyand

Kein notwendiges Übel oder eine komplizierte Angelegenheit - im Gegenteil, die Analysephase gibt dem Verein die notwendigen Kenntnisse und Informationen, um richtig für das Marketing zu planen.
