Marketing - Gestaltung und Realisierung

Was bedeutet die Ausstattungspolitik für den Verein?

Die Ausstattungspolitik ist sicherlich eine Besonderheit im Marketing-Mix. Denn auch über die "physische Erscheinung" des Leistungsangebots (z.B. der Zustand einer Spielanlage oder der Duschräume, Auswahl der Laufstrecke usw.) trifft das Mitglied/Nichtmitglied die Entscheidung, ob und wie lange es im Verein bleibt oder nicht.
Die physische Erscheinung meint alle Details, die für die Gestaltung des Sportangebots eine Rolle spielen. Da diese Details für viele selbstverständlich geworden sind und nicht mehr in Frage gestellt werden, verdienen sie eine besondere Beachtung und müssen regelmäßig überprüft werden.

Situationsbeispiele:

- Ein Nichtmitglied wird möglicherweise im Vorhinein auf einen Verein aufmerksam, der das Image hat, in schönen, hellen, freundlichen Räumen seine Kurse anzubieten.
- Die Mitglieder des Lauftreffs sind motiviert und fühlen sich wohl in ihrer Gruppe, da der Trainer die Gruppe nach unterschiedlichem Niveau zusammenstellt und die Laufwege nach landschaftlichen und geräuscharmen Gesichtspunkten auswählt.
- Ein Mitglied wird durch ein gemütliches Vereinsheim motiviert, in geselliger Runde die sozialen Kontakte zu pflegen, was letztendlich zur Bindung an den Verein beiträgt.

Sicherlich ist die Ausstattungspolitik - wenn es Räume betrifft - oftmals mit hohen Kosten verbunden, die ins Vereinsbudget passen müssen. Aber es gibt auch andere Möglichkeiten, Räume entsprechend zu gestalten, ohne gleich an Neubau oder Umbauarbeiten zu denken.

Gründe, die Ausstattungspolitik zu pflegen:

- Verbesserung des Vereinsimages
- Aufmerksamkeit wird erzeugt (z.B. bei Nichtmitgliedern, Sponsoren)
- Gute Atmosphäre und Stimmung im Verein
- Mehr Spaß am Sport
- Mitgliederbindung
- Signalwirkung für neue Mitglieder

- Identifikation mit dem Verein
- Schöne Räume, neue Gestaltung als Themen für die Öffentlichkeitsarbeit
- usw.