

Marketing - Gestaltung und Realisierung

Vertriebspolitik: Praxistipp

Bei den Vereinsdienstleistungen stellt sich im Rahmen aller Sportarten die Frage, wie der interessierte Sportler an die Information gelangt, dass es das Leistungsangebot des Vereins überhaupt gibt. Diese Überlegung vergessen viele Vereine in der Betrachtung der "Vertriebswege". Hier besteht wiederum die Verbindung zur Kommunikationspolitik und deren sinnvolle Gestaltung.

An dieser Stelle muss jeder Verein seine Vertriebsformen und Kommunikationsmittel überprüfen und sich fragen:

Gelangen die Vereinsangebote immer an die gewünschte Zielgruppe und kann der Erfolg dieser Maßnahmen z.B. in Form von steigenden Mitgliederzahlen gemessen werden?

Wird diese Frage mit "Nein" beantwortet, muss der Verein sich möglicherweise neuen [Vertriebswegen](#), [Vertriebsformen](#), Vertriebsmedien und/oder [Vertriebskooperationen](#) öffnen.