

CHANCEN AUFZEIGEN

Je besser der organisierte Sport aufgestellt ist, umso mehr profitieren seine Vereine. Marketing spielt dabei eine wichtige Rolle. Um die Mitgliedsorganisationen darin zu unterstützen, systematische Marketingaktivitäten innerhalb des Programms „Bewegt GESUND bleiben in NRW!“ zu etablieren, wurde ein Marketing-Check „Sport und Gesundheit“ entwickelt. Dieser wurde 2013 bei vier ausgewählten Bünden erfolgreich erprobt.

TEXT MICHAEL STEPHAN

FOTO ANDREA BOWINKELMANN



„**A**ngefangen hat es mit einem Kreuzchen“, sagt Margret Eberl und muss lachen. In diesem Fall geht es um ein Kreuz auf einem Antrag für den Marketing-Check. „Ich wusste damals gar nicht genau, was es bedeutete, aber ich fand es ansprechend“, erinnert sich vergnügt die hauptamtliche Mitarbeiterin des Bereiches Sport und Gesundheit beim Kreissportbund (KSB) Gütersloh. Heute weiß Margret Eberl es besser. Eine 59 Seiten starke Ergebnispräsentation ihres Marketing-Checks listet detailliert Einschätzungen und Handlungsempfehlungen für das Marketing im Bereich „Sport und Gesundheit“ auf. So weiß sie zum Beispiel, dass der KSB beim Punkt Kooperationen und Partnerschaften mit anderen Gesundheitsakteuren im Kreis gut vernetzt ist. Aber, dass man dennoch die Aufnahme in die kommunale Gesundheitskonferenz anstreben könnte. Oder, dass in der Kommunikation noch Entwicklungspotenzial im Internet ist.

WEITERE INFORMATIONEN

Landessportbund NRW

Kiyo.Kuhlbach@lsb-nrw.de

Telefon 0203 7381-797

www.lsb-nrw.de/lsb-nrw/

bewegt-gesund-bleiben-in-nrw/foerderprogramm-2014/

LSB-BERATER IM EINSATZ

Zwischen Kreuzchen und Ergebnispräsentation lagen vier intensive Gespräche mit Dirk Schröter. Der Marketingexperte ist einer der autorisierten Berater des LSB für den „Check“. „Dass Dirk Schröter direkt zu uns vor Ort gekommen ist, ist schon eine



Alleinstellungsmerkmale:
Diese werden herausgearbeitet,
um erfolgreich sein zu können

besondere Serviceleistung des LSB“, freut sich Eberl. Die Gespräche selber orientierten sich entlang eines Fragenkataloges, dem Analyse-Leitfaden. Darin werden beispielsweise Fragen nach Profil, Zielsetzungen, Maßnahmen des KSB im Bereich „Sport und Gesundheit“ gestellt. Insgesamt acht Analysebereiche wurden durchgearbeitet.

GRUNDLAGE FÜR LANGFRISTIGE WEITERENTWICKLUNG

„Es waren angenehme Beratungsgespräche auf Augenhöhe“, bilanziert Margret Eberl. Bereits im Gespräch habe sie erkannt, wo Verbesserungsmöglichkeiten lägen, „dabei ging es gar nicht um Defizite, sondern darum, zu erkennen, was man optimieren oder anders machen kann“, betont sie. „Die Ergebnispräsentation war dann eine gut aufgemachte Zusammenfassung dessen, was wir in den Gesprächsterminen durchgearbeitet haben.“

Der Marketing-Check

Der Marketing-Check ist eine Maßnahme für SSB/KSB im Programm „Bewegt GESUND bleiben in NRW!“ und dem Schwerpunkt „Gesundheitsmarketing“ zugeordnet. Es ist eine von 15 Maßnahmen im Förderprogramm. Er hilft dort u. a.:

- den IST-Zustand im Bereich „Sport und Gesundheit“ zu erfassen
- individuelle Handlungsempfehlungen zu erarbeiten
- Potenziale aufzuzeigen
- Kundenbedarfe zu erheben
- die Öffentlichkeitsarbeit weiterzuentwickeln
- Alleinstellungsmerkmale herauszuarbeiten

Für den „Check“ werden gemeinsam mit einem vom LSB autorisierten Berater acht Bereiche des Arbeitsfeldes analysiert, u. a.:

- Ziele und Strategien
- Partnerschaften und Kooperationen
- Kommunikation
- Personal
- Eigenkontrolle

Aus der Analyse ergibt sich dann eine umfassende Auswertung des IST-Zustandes einschließlich konkreter Handlungsempfehlungen. Die Kosten für die Maßnahme übernimmt der LSB. Unterstützer sind das NRW-Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport und die BKK vor Ort.



„Wir wollen nicht als Lehrmeister auftreten, sondern Aha-Effekte erzielen. Es geht darum, positive Impulse zu setzen, Potenziale aufzuzeigen, und die Mitgliedsorganisation zu motivieren, das Programm „Bewegt GESUND bleiben in NRW!“ weiterzuentwickeln

DIRK SCHRÖTER,
BERATER MARKETING-CHECK

Philipp Topp, KSB Ennepe Ruhr, hat den Marketing-Check ebenfalls in positiver Erinnerung: „Wir waren von Anfang an auf einer Wellenlänge“, konstatiert er. Ihm gefiel: „Herr Schröter gab keine ungefragten Ratschläge. Aber wenn ich Fragen hatte, erhielt ich kompetente Antworten und Anregungen, die zu uns passten. Und er hatte einen ganzen Koffer mit konkreten Beispielen, die sehr hilfreich waren, beispielsweise für unseren Facebook-Auftritt.“ Mit den Empfehlungen der Ergebnispräsentation habe man im KSB jetzt eine gemeinsame Grundlage für die langfristige Weiterentwicklung des Arbeitsfeldes, die zudem Prioritäten aufzeige.

Aufgrund der positiven Rückmeldungen wird der Marketing-Check 2014 weitergeführt. 13 Mitgliedsorganisationen haben die Maßnahme beantragt. Bedeutsam ist die Präsentation der Ergebnisse vor allen Beteiligten des Bundes sowie ehrenamtlich Verantwortlichen. Dort werden die Weichen für die Weiterarbeit im Programm „Bewegt GESUND bleiben in NRW!“ gestellt und die Prioritätenliste mit der Fachkraft besprochen.