

Merkblatt Marketing / Öffentlichkeitsarbeit (Basierend auf dem NOLK-Skript 2013)

1. Einführung

Marketing ist nicht nur eine Werbung oder Verkaufsförderung. Es ist auch eine Denkhaltung, wie man sich der Öffentlichkeit gegenüber präsentiert und wie strategische Ziele erreicht werden.

Marketing ist keine Kunst aber erfordert einiges an Überlegungen und Recherche. Die Grundlage für ein erfolgreiches Marketing müssen teilweise hart erarbeitet werden. Ohne solide Grundlage sind aber alle Bemühungen praktisch wertlos.

2. Grundwerte des Cevi

Um eine geeignete Marketingstrategie festzulegen ist es wichtig, dass die Grundwerte klar sind. Die gesamte Kampagne sollte dann auf diesen aufgebaut werden. Für den Cevi sind es die Werte: **Erlebnis, Gemeinschaft und Vertrauen.**

Schaue, dass diese Grundwerte auf Fotos oder einer Webseite stets zusammen gezeigt werden. Ein Bild kann zum Beispiel mehrere Personen (Gemeinschaft) beinhalten, welche alle das Cevi-Hemd (Vertrauen, Erkennung) tragen und in Bewegung (Erlebnis) sind. Die Publikation eines einzelnen Grundwertes sollte vermieden werden. Dies kann je nach dem ein falsches Bild vermitteln.

3. Marketing vor Ort im Cevi

Das Hauptprodukt vom Cevi ist die klassische Jungschararbeit. Es ist auch das Gebiet, welches am meisten umworben werden muss. Der Cevi hat seit Jahren rückläufige Teilnehmerzahlen im Bereich der Jungschar. Somit stellt sich die Frage, ob unser Produkt bei den Kunden noch beliebt ist. Stell dir die Frage, wer deine Kunden sind und wie du diese am besten erreichen kannst.

4. Klassischer Marketing Mix (nach McCarthy)

Ein klassischer Marketing Mix besteht aus vier verschiedenen Punkten. Sie teilen das Marketing in vier Bereiche welche die Grundlage darstellen.

4.1 Product

Das Produkt (Dienstleistung) soll richtig platziert werden. Für das ist der richtige und konsequente Einsatz des Cevi-Logos wichtig. Auf allen Mitteilungen des Cevi sollte das Cevi-Logo präsent sein. Ein weiterer Punkt ist das einheitliche Auftreten mit einem Cevi-Hemd oder Pulli. Dies fördert die Aufmerksamkeit und widerspiegelt auch das Zusammengehörigkeitsgefühl innerhalb der Gruppe. Insbesondere bei öffentlichen Auftritten sollen die Cevianer/innen als solche erkannt werden.

4.2 Price

Der Preis Mix umfasst Preisbildung, Rabatte und Zahlungsbedingungen. Insbesondere bei Lagern sollte der Preis kein Grund sein, dass eine Kind oder Jugendliche nicht mitkommen kann. Aber auch bei Jahresbeiträgen sollte auf Verhältnismässigkeit geachtet werden.

4.3 Place

Es ist wichtig, sich zu überlegen, wo Jungschararbeit stattfindet. Das Programm sollte wenn möglich im Wald stattfinden. Jedoch sollte auch eine Schlechtwettervariante vorhanden sein. Auch sollte ein geeigneter Treffpunkt und Wald gefunden werden. Ein Treffpunkt an einer vielbefahrenen Hauptstrasse eignet sich zum Beispiel nicht.

4.4 Promotion

Die Promotion kann als Kommunikation oder auch als Werbung (als Teilbereich davon) verstanden werden. Grundsätzlich sind alle Instrumente eingeschlossen die Informationen zwischen Kunden und Unternehmen austauschen. Es wird hierbei jedoch zwischen Promotion und Public Relations (PR) unterschieden. Bei der PR wird nicht direkt für ein Produkt geworben. Es wird viel mehr Sympathie für das ganze Unternehmen generiert.

5. Öffentlichkeitsarbeit

Auch der Cevi fördert bewusst das positive Bild in der Öffentlichkeit. Für eine Abteilung reicht es nicht ein Mal im Jahr im Rahmen des Cevi-Tages in der Gemeinde präsent zu sein. Zusätzliche Gelegenheit um seine Abteilung im Dorf zu präsentieren bieten Dorffeste an welchen ihr mit einem Stand Präsenz markieren könnt. Hier könnt ihr auch den Entscheid fällen, dass ihr kein Alkohol ausschenkt, was kleinere Einnahmen zur Folge hat, aber möglicherweise auch zu einem Image-Gewinn beitragen kann.

Weiter könnt ihr auch eigene Aktionen auf die Beine stellen. Das kann ein Flohmarkt, eine Zopfbackaktion oder nur schon ein Kuchenstand in der Stadt sein. Das alles spühlt Geld in die Vereinskasse und bringt euch Sympathiepunkte bei der Gemeinde.

6. Verantwortlichkeit des Marketings

Ortsgruppenleiter sind nicht nur für die Ortsgruppe verantwortlich sondern auch Marketing-Verantwortliche. Die Fäden und Informationen des Vereinslebens laufen bei den Ortsgruppenleitenden zusammen. Sie haben damit eine Schlüsselposition – auch für das Marketing der Ortsgruppe. Die Wahrnehmung eines lokalen Cevi hängt zu einem grossen Teil von dessen Kommunikation (Promotion) innerhalb einer Gemeinde ab. Je bewusster die Kommunikation durchgeführt wird, desto besser wird der Auftritt des Cevi wahrgenommen. Dies wiederum hat positive Auswirkungen auf Eltern die ihre Kinder in den Cevi schicken.

Marketing ist somit auch Nachwuchsförderung und existenziell wichtig für den Cevi.

7. Tipps für den Alltag

- Achte darauf, dass bei Publikationen steht unsere Grundwerte enthalten sind (Erlebnis, Gemeinschaft, Vertrauen)
- Tritt gegenüber der Öffentlichkeit einheitlich auf (Cevi-Hemd, Cevi-Pulli)
- Benutze das Cevi-Logo bei Mitteilungen und Anlässen
- Teile deine Marketingstrategie in die vier Hauptpunkte auf (Product, Price, Place, Promotion)
- Veranstage Events und Aktionen in deiner Gemeinde. Sei an Dorffesten mit einem Stand präsent.

Erstellt: Zürich, 24. Januar, 2014

Verfasser: Mario Laubi