



Gemeindemarketing in Ostbevern Alle machen mit?!

Ergebnisse der Analysegespräche mit den Vereinen
September 2007

Was war unsere Aufgabe?

Prüfen der Bereitschaft und Möglichkeiten der Zusammenarbeit zwischen den Vereinen in Ostbevern → Ziel, ein gemeinschaftlich getragenes Marketing für Ostbevern vorbereiten.

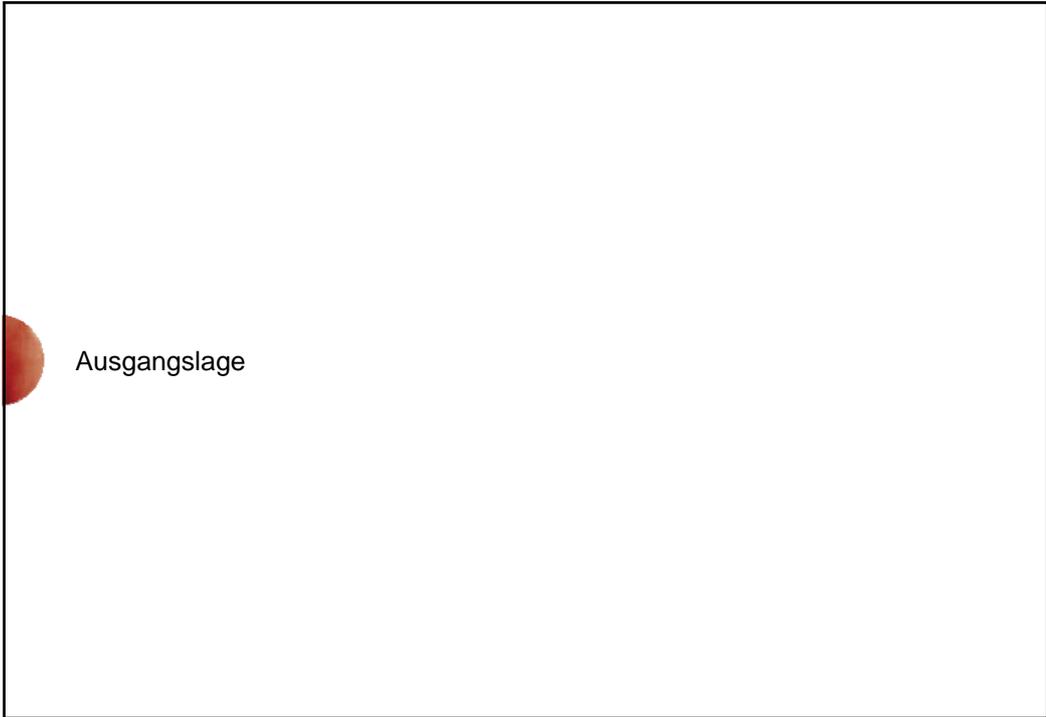
Was haben wir gemacht?

Befragt wurden zwischen dem 29. Mai und 11. Juni 2007 Repräsentanten aus folgenden Vereinen:

- Gastwirte – Herr Mersbäumer
- Verkehrsverein – Herr Kock, Frau Schafberg
- Heimatverein – Herr Frye
- Kulturforum – Frau Dr. Lehnert, Herr Walcher
- Ball Sport Verein – Herr Piochowiak, Herr Norenz
- Gewerbeverein – Herr Risse, Herr Brettner

Worum ging es in den Gesprächen?

Organisation und Interessen der Vereine in Ostbevern
Ist-Zustand der Zusammenarbeit der Vereine
Schwerpunktmäßige Erwartungen an eine externe Organisation
Gestaltung einer externen Organisationsstelle
Notwendige Voraussetzungen für eine erfolgreiche Umsetzung
Ideen für's Ostbevern-Marketing



Ausgangslage



Was geschieht in Ostbevern?

Gemeinde Ostbevern	<ul style="list-style-type: none">- Gemeindemarketing, Initiative- Beteiligung an Ausschreibungen (z. B. "Regionale")- Pflegen eines gemeinsamen Veranstaltungskalenders- Zur Verfügung stellen von Räumlichkeiten etc.
Ebene zwischen den Vereinen	<p>Mittlere bis größere Veranstaltungen für die Bürger von Ostbevern, z.B.:</p> <ul style="list-style-type: none">- Über die Mauer geschaut- Bauen und Leben- Klassische Konzerte- Kastaniensonntag- Sportveranstaltungen usw.
reine Vereinsebene	<p>Veranstaltungen für die Mitglieder und Gäste</p> <ul style="list-style-type: none">- Mitgliederversammlungen- Kurse, Fahrten, Sport, Freizeit, Kulturveranstaltungen, Brauchtumpflege etc.

Gemeindemarketing in Ostbevern  6



Wie arbeiten die Vereine zur Zeit zusammen?

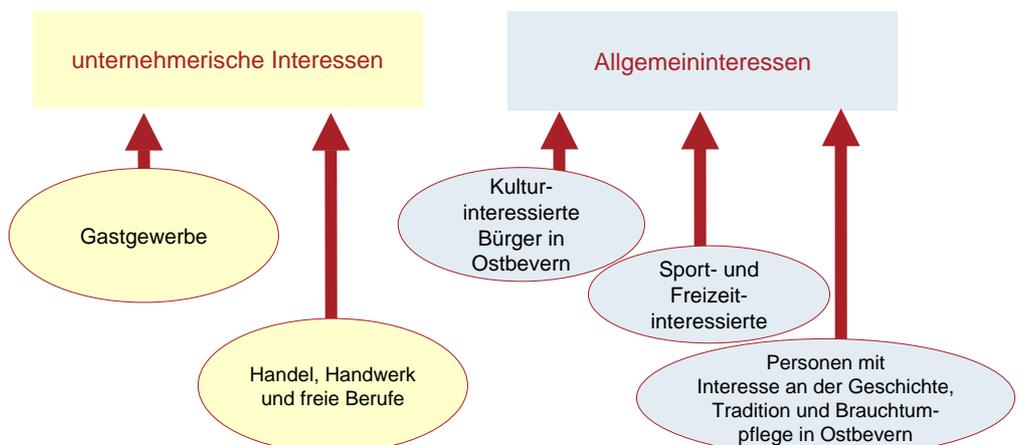
Mit Ausnahme des Verkehrsvereins erfolgt die Zusammenarbeit mit anderen Vereinen aktuell ...

- sporadisch bei Bedarf
- unstrukturiert,
- vorrangig über die persönliche Schiene, weniger über die institutionelle.

Es besteht eine hohe Offenheit gegenüber einer intensiveren Zusammenarbeit mit anderen Vereinen.

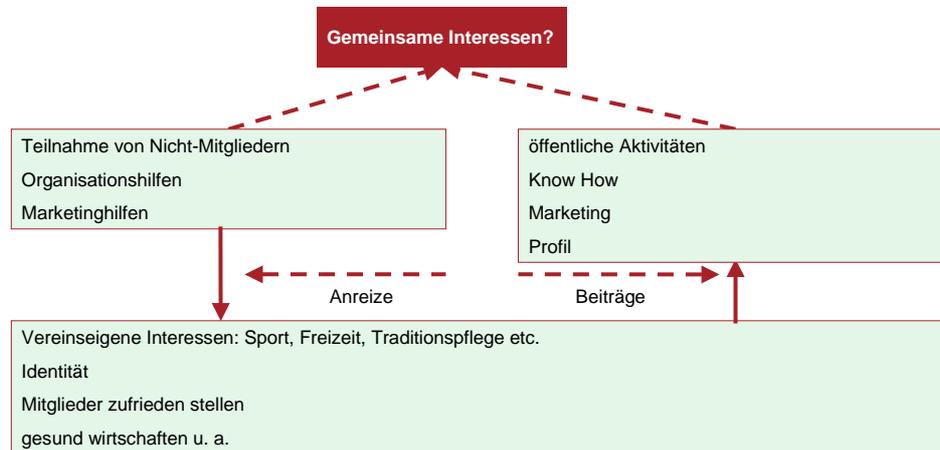


Wer trägt die Vereinsaktivitäten?





Gibt es Anreize? Gibt es Beiträge?



Die gemeinsamen Interessen



Was können die Vereine zu einem gemeinschaftlichen Marketing beitragen?

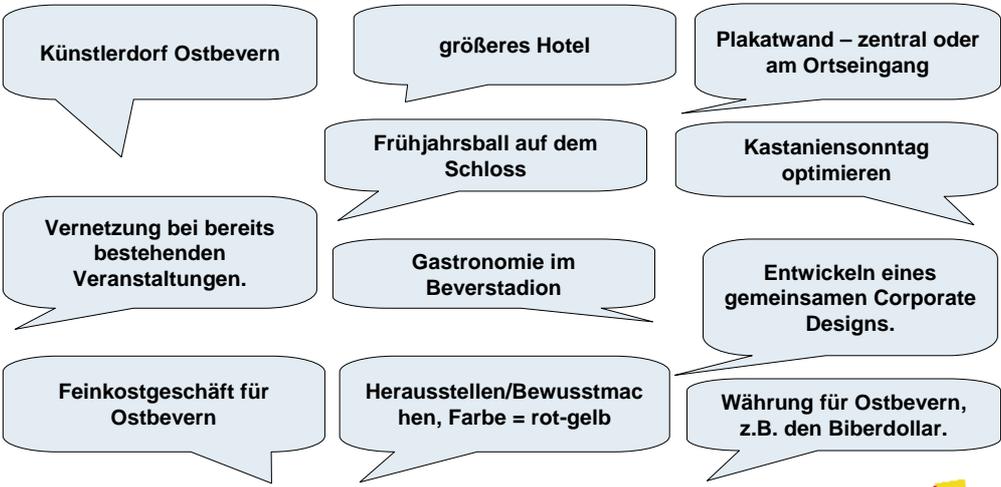
- Partizipation – mitmachen
- Einbringen der Vereinsleistungen
- Organisationsleistungen
- Know-How bei der Planung
- Know-How beim Marketing
- Bereitstellen von Räumlichkeiten



Was erwarten die Vereine von einer externen Organisation?



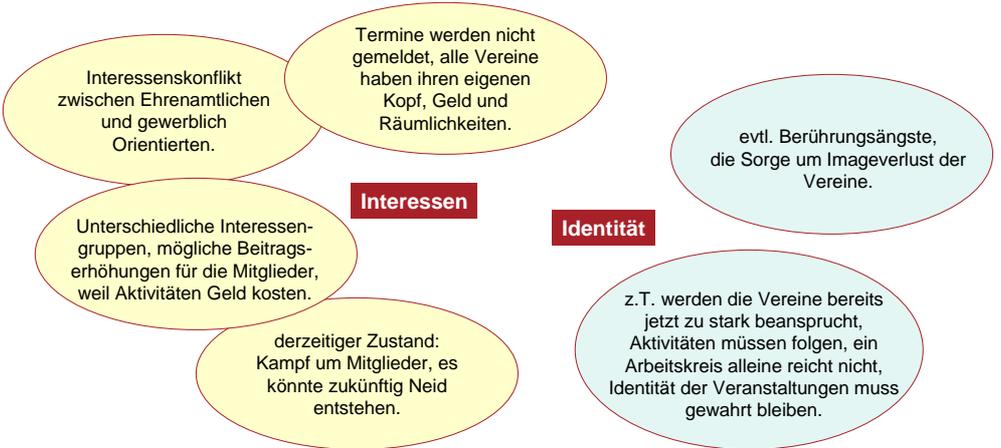
 Ideenbörse



- Künstlerdorf Ostbevern
- größeres Hotel
- Plakatwand – zentral oder am Ortseingang
- Frühjahrsball auf dem Schloss
- Kastaniensonntag optimieren
- Vernetzung bei bereits bestehenden Veranstaltungen.
- Gastronomie im Beverstadion
- Entwickeln eines gemeinsamen Corporate Designs.
- Feinkostgeschäft für Ostbevern
- Herausstellen/Bewusstmachen, Farbe = rot-gelb
- Währung für Ostbevern, z.B. den Biberdollar.

Gemeindemarketing in Ostbevern produktmarkt 13

 Welche Befürchtungen gibt es?



Interessen

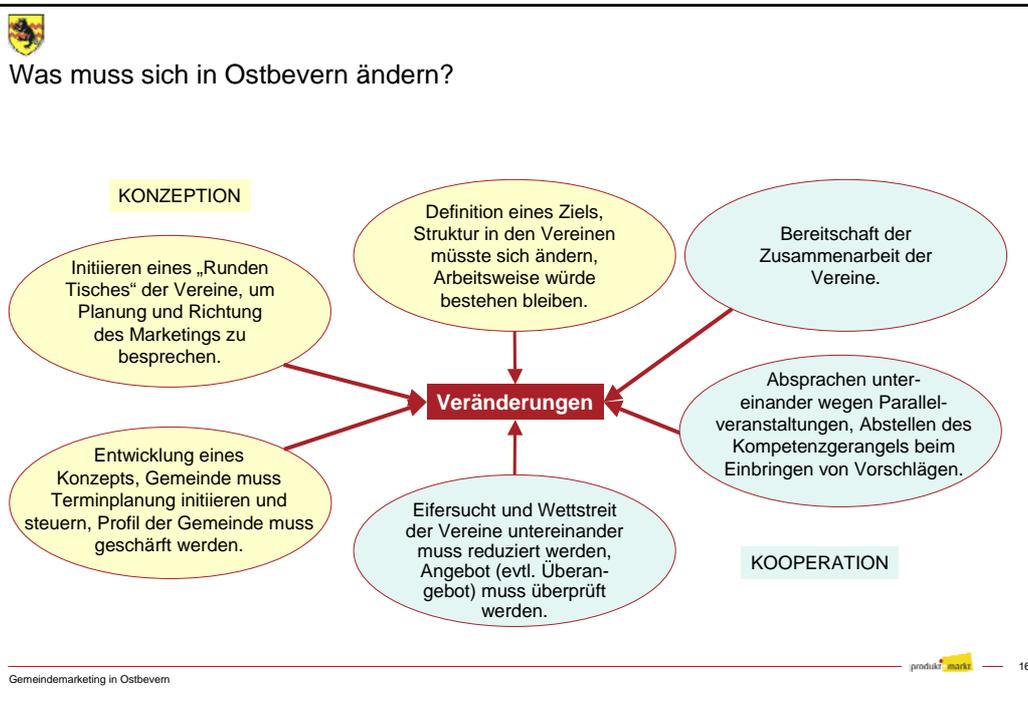
- Interessenskonflikt zwischen Ehrenamtlichen und gewerblich Orientierten.
- Termine werden nicht gemeldet, alle Vereine haben ihren eigenen Kopf, Geld und Räumlichkeiten.
- Unterschiedliche Interessengruppen, mögliche Beitragserhöhungen für die Mitglieder, weil Aktivitäten Geld kosten.
- derzeitiger Zustand: Kampf um Mitglieder, es könnte zukünftig Neid entstehen.

Identität

- evtl. Berührungsängste, die Sorge um Imageverlust der Vereine.
- z.T. werden die Vereine bereits jetzt zu stark beansprucht, Aktivitäten müssen folgen, ein Arbeitskreis alleine reicht nicht, Identität der Veranstaltungen muss gewahrt bleiben.

Gemeindemarketing in Ostbevern produktmarkt 14

Von der Idee zum Konzept





Was könnte eine externe Organisationsstelle leisten?

↑ Intensität der Arbeit einer externen Stelle	Verantwortliche Leitung	leitet die Vermarktung der Gemeinde Ostbevern und übernimmt die strategische Steuerung
	Organisator eigenständiger Maßnahmen	entwickelt eigenständige Maßnahmen und nimmt dabei die Vereine in die Pflicht
	Hilfe für das Vereinsmarketing	unterstützt die Vereine beim Entwickeln ihres eigenen Corporate Designs, ihres vereinsinternen Marketings
	Aktivitätenkoordinator	koordiniert die Aktivitäten der Vereine, auch Terminabstimmung
	Infoflusskoordinator	dient als Kontaktstelle, die den Vereinen Informationen über das Know-How und das Leistungsspektrum anderer Vereine vermittelt
	Ideengeber	entwickelt Ideen und macht konkrete Vorschläge