

Marketing - Gestaltung und Realisierung

Produktpolitik: Markenpolitik für den Sportverein?

Markenpolitik ist eine Aufgabe der Produktpolitik. Auch Sportvereine können Markenpolitik betreiben, auch wenn die Gestaltung im Bereich der Dienstleistungen anders aussieht als im Bereich der Sachgüter.

Was der Verein für eine funktionierende Markenpolitik unternehmen kann:

- Das Vereinsangebot hat einen eindeutigen Namen und ein eindeutiges Aussehen (Beispiel: HSV-Gym, Abbildung in spezieller Schrift und mit eigenem Logo)
- Für die Nachfrager ist das Leistungsangebot des Vereins unverwechselbar erkennbar und in gleich bleibender Qualität zu erhalten (Schrift und Logo tauchen immer wieder in der gleichen Optik auf)
- Klare Abgrenzung des Leistungsangebots gegenüber den Wettbewerbern, klare Positionierung am Markt.
- Der Verein kann durch Gütesiegel und Zertifikate seine Angebote kennzeichnen und somit der Öffentlichkeit Qualitätshinweise geben.
- Der Verein kann sein Angebot als Marke positionieren, indem er einen (psychologischen) Zusatznutzen verspricht (und hält). Dies gelingt beispielsweise durch eine passende Produktbeschreibung: "Die angebotene Sportart liefert Entspannung, Wohlbefinden usw". Dieses Instrument wird gerne in der Werbung verwendet.

In die Markenpolitik mischen sich also auch Elemente aus der Kommunikationspolitik.