

Reglement Marketing

vom 1. April 2020

1 Grundlagen

Grundlagen zu diesem Reglement bilden:

- Vertrag zwischen dem Schweizerischen Turnverband (STV) und der Sport Union Schweiz (SUS) über die offizielle Führung von Swiss Faustball vom 1. Januar 2019
- Geschäftsordnung von Swiss Faustball (GO20) vom 1. April 2020

2 Organisation

2.1 Marketingkommission (MAKO)

Für die gesamtschweizerische Marketingarbeit ist grundsätzlich der Zentralvorstand von Swiss Faustball (nachfolgend "ZV-SF") verantwortlich.

Er ernennt zu diesem Zweck eine Marketingkommission (MAKO).

2.2 Zusammensetzung

Die Marketingkommission (MAKO) setzt sich zusammen aus:

- dem Marketingchef Swiss Faustball (Vorsitz)
- dem Medienchef Swiss Faustball
- dem Sponsoringverantwortlichen Swiss Faustball
- dem Chef Merchandising
- dem Verantwortlichen für die offiziellen Meisterschaftsprogramme Feld + Halle
- den Webmastern der SF-Homepage

2.3 Bildung und Unterstellung

Die MAKO wird vom ZV-SF gebildet und ist der Abteilung "Marketing + Kommunikation" von Swiss Faustball unterstellt.

2.4 Aufgaben

Der ZV-SF überträgt die folgenden Aufgaben an die MAKO:

- Führung des Bereiches Marketing
- Förderung des Erscheinungsbildes Faustball in der Öffentlichkeit (sog. "Corporate Design")
- Führung des Medienchefs gem. Reglement "Öffentlichkeitsarbeit"
- Führung des Sponsoringverantwortlichen gem. Reglement "Sponsoring"
- Führung des Faustball-Shops
- Herausgabe der offiziellen Meisterschaftsprogramme von Swiss Faustball (Feld und Halle)
- Herausgabe von allgemeinem Werbematerial
- Führung der Homepage von Swiss Faustball
- Führung von Protokollen/Aktennotizen von MAKO-Sitzungen (zuzustellen allen Sitzungs-Teilnehmern und den Mitgliedern des ZV-SF)
- Verwaltung des Kontos "MAKO"

2.5 Zusammenarbeit

Die MAKO koordiniert ihre Tätigkeit mit den Abteilungen "Spielbetrieb" und , "Leistungssport + Ausbildung sowie den FAKOs Zonen und den REG-FAKOs.

3 Marketingkonzept

3.1 Allgemeines

Das Marketingkonzept von Swiss Faustball bildet die Basis für die Arbeit der MAKO. Ziel und Zweck ist die Festlegung der qualitativen und quantitativen Ziele für den Faustballsport und dessen Positionierung.

Es ist konsistent zu den Grundsätzen von Swiss Faustball, dem Medienchef und dem Sponsoringkonzept von Swiss Faustball.

3.2 Erstellung

Das Marketingkonzept wird durch die MAKO erstellt und periodisch überprüft.

3.3 Genehmigung

Das Marketingkonzept ist dem ZV-SF jeweils zur Genehmigung zu unterbreiten.

4 Erscheinungsbild Faustball (Corporate Design)

4.1 Grundsatz

Das Erscheinungsbild Faustball (Imagepflege) muss in breiter Front und auf allen Stufen bei allen Gelegenheiten gefördert werden. Es hat im Rahmen des Marketingkonzeptes zu geschehen.

4.2 Inhalt

4.2.1 Faustball-Logo

Das offizielle Faustball-Logo ist (stufengerecht) grundsätzlich bei allen Publikationen/Dokumentationen anzuwenden, so z.B. für Plakate, Inserate, Programme, Broschüren, Briefpapier, Couverts, Wimpel etc.

5 Werbung / Propaganda

5.1 Grundsatz

Für jeden Anlass ist grundsätzlich eine gebührende Propaganda durchzuführen. Nach Möglichkeit soll dabei im Rahmen des Marketingkonzeptes vorgegangen werden.

Für (inter-)regionale Anlässe kann für die Propaganda der Vereinsberichterstatter eingesetzt werden; für nationale Anlässe ist nach Möglichkeit, bei internationalen Anlässen zwingend ein eigener Werbechef einzusetzen.

5.2 Inhalt

Je nach Art des Anlasses sind folgende Werbemassnahmen - zusätzlich zur Medienarbeit - zu ergreifen:

- Programm
- Plakate
- Inserate
- Werbebriefe an Faustball-Vereine in der Umgebung, Behörden, Lehrer etc.
- Merchandising
- Medienmappe
- Sponsoring

6 Verkaufsartikel

Das Marketing von Swiss Faustball fördert den Ausbau der Verkaufsartikel.

Sie werden verwaltet und vertrieben durch den "Chef Merchandising".

7 Finanzen

Die MAKO führt eine eigene Kasse und erstellt jährlich Budget und Abrechnung zuhänden des Ressortchefs Finanzen.

8 Richtlinien

Die von der MAKO herausgegebenen Richtlinien in Form von Merkblättern sind verbindlich.

9 Änderungen

Änderungen dieses Reglementes können durch den ZV-SF vorgenommen werden.

10 Inkrafttreten

Dieses Reglement ist durch den ZV-SF am 127. Januar 2020 genehmigt worden und tritt am 1. April 2020 in Kraft.