



Umsetzungsrichtlinie: „Corporate Identity“ und Marketing/Sponsoring

1. Einleitung

Durch die Einführung des Marketing- und Sponsoring- Konzeptes (Aktuelle Ausgabe vom 24.10.06) und einer Durchsetzung der vom Verein gewählten „Corporate Identity“, benötigt es eine einfach verständliche Richtlinie, welche die grundsätzlichen Themenkreise klar regelt.

2. Umsetzung Marketing- und Sponsoringkonzept

2.1 Verantwortung

Gestützt auf den Inhalt des Konzeptes, trägt der Club-Vorstand die Gesamtverantwortung für die Umsetzung und Anwendung und zeichnet in der Regel auch die benötigten Verträge und Vereinbarungen im Namen des See-Club Luzern.

2.2 Eigene Sponsoren von Athleten

Wenn Einzelathleten eigene Sponsoren einbringen wollen, so muss diesbezüglich der Marketing- und Sponsoringverantwortliche des See-Club Luzern kontaktiert werden. In begründeten Einzelfällen kann der Club-Vorstand den Athleten bemächtigen, einen Vertrag direkt abzuschliessen.

2.3 Vertragsprüfung

Die Verpflichtung eines Athleten- und/oder Vereins-Sponsors verlangt die gründliche Prüfung der bereits abgeschlossenen Verträge des Vereines durch den Vorstand.

2.4 Branchenexklusivität

Je nach Vertragsart, wird einzelnen Partnern und Sponsoren Branchenexklusivität zugesichert.

2.5 Entscheide

Der Club-Vorstand entscheidet grundsätzlich, welche Partner oder Sponsoren zugelassen werden.

3. Umsetzung Corporate Identity

3.1 Verantwortung

Der Club-Vorstand legt die geltenden anzuwendenden Richtlinien bezüglich Corporate Identity fest.

3.2 Logos, Schriften

Nebst der Festlegung von Schriftarten für Vereinsdokumente, legt der Club-Vorstand auch die anzuwendenden offiziellen Logos fest. Diese Festlegung bezieht sich auf die Gestaltung, Grösse, Schrift und die anzuwendenden Farben.

3.3 Vorlagen

Um die Corporate Identity einzusetzen, erstellt der Club-Vorstand Vorlagen der anzuwendenden Unterlagen und stellt diese den homologierten Stellen zur Verwendung bereit.

3.4 Clubbekleidung

Damit die Corporate Identity greift, wird auch funktionelle Bekleidung (z.B. Trainer, Pullis, T-Shirts, Renneinteiler) auf den anzuwendenden Vorlagen produziert und den Mitglieder zum Verkauf angepriesen.

3.5 Homologierung

Sämtliche eingesetzten Bekleidungsstücke müssen durch den Club-Vorstand ausgewählt, auf Mitgliederkompatibilität geprüft und anschliessend freigegeben werden.

3.6 Gewerblicher Verkauf

Der Verkauf der Clubbekleidung erfolgt ausschliesslich durch vom Club homologierte Bekleidungspartner oder den Club selbst. Der gewerbliche Verkauf und in Umlauf setzen von nicht originaler Clubbekleidung, unter der Verwendung von nicht freigegebenen Clublogos mit der Aufschrift See-Club Luzern, ist nicht gestattet.

4. Gültigkeit

Die Umsetzungsrichtlinie gilt für alle Clubmitglieder des See-Club Luzern. Nichteinhaltung der Richtlinie kann mit Sanktionen belegt werden. Die Richtlinie basiert auf der freigegebenen Corporate Identity vom 29.08.2005.

Luzern, 24.08.2006

SEE-CLUB LUZERN

Präsident

Beat Mundhaas

Marketing & Sponsoring

Herbert Caviezel