

Marketing - Gestaltung und Realisierung

Vertriebspolitik: Vertrieb über Kooperationspartner

Der Vertrieb mittels Kooperationen wird in der Praxis oft vernachlässigt, obwohl er dem Verein von großem Nutzen sein kann. Neben oder durch den gemeinsamen Vertrieb mit einem Partner können Kostenersparnisse beispielsweise bei der Leistungserstellung und bei der Mediawerbung entstehen.

Sportvereine können mit anderen Sportvereinen im Rahmen von Sportfesten (horizontale Kooperation) oder beispielsweise mit Krankenkassen oder Sportbünden im Rahmen von Aktionen (vertikale oder überregionale Kooperation) kooperieren.

Mögliche Kooperationspartner für Vereine:

- andere Vereine, Verbände
- kommunale Behörden
- Volkshochschulen
- Ärzte, Krankenkassen
- Schulen, Kindergärten
- Unternehmen unterschiedlicher Branchen
- Kommerzielle Anbieter
- Zeitungen
- Sponsoren

1. Horizontale Kooperationen

Horizontale Kooperationen bestehen zwischen Betrieben derselben Produktions- oder Marktstufe. Durch Synergien bieten sich eine Vielzahl von Möglichkeiten für eine gemeinschaftliche Aufgabenerfüllung, etwa Erfahrungs- und Meinungsaustauschmöglichkeiten, gemeinsame Marktforschung und Kundenservice, Vertriebs-, Werbe- und Verkaufsgemeinschaften.

Sportvereine können mit anderen Sportvereinen im Rahmen von Sportfesten (horizontale Kooperation)...

2. Vertikale Kooperation

... oder beispielsweise mit Krankenkassen oder Sportbünden im Rahmen von Aktionen (vertikale oder überregionale Kooperation)

kooperieren.