



Peter Hütel, Geschäftsführer Hütel & Meß (l.), und Ospa-Geschäftsführer Michael Pauser vor dem Stadion An der Alten Försterei.

Die Emotionalisierung einer Marke

Ospa Schwimmbadtechnik ist auf vielfältige Weise im Sport-Sponsoring aktiv. Die unterschiedlichen Engagements zeigen, wie ein Unternehmen einer Marke ein neues moderneres Image geben kann.

Sport-Sponsoring ist in den vergangenen Jahrzehnten zu einem unverzichtbaren Bestandteil im Profi-Sport geworden. Während die Kulturförderung seit Jahrhunderten etabliert ist, findet man Sport-Sponsoring erst seit den 80er-Jahren des vergangenen Jahrhunderts. Die Deutschen sind sportinteressiert, sei es, dass sie selbst Sport treiben oder zumindest, dass sie sich einer Sportart, einem Verein oder bestimmten Sportlern emotional verbunden fühlen. Sport emotionalisiert wie kaum etwas anderes in unserer modernen erlebnisarmen Welt. Das ermöglicht Unternehmen, ein positives emotionales Umfeld und einen Imageaufbau für sich und ihre Produkte zu schaffen. Sponsoring ist mittlerweile fester Bestandteil des Marketingmixes für fast alle Großunternehmen, und auch Mittelständler nutzen mittlerweile immer mehr dieses Marketinginstrument. Denn es schafft einzigartige Möglichkeiten der Markenemotionalisierung. Die wichtigsten Gründe für ein Sponsoring-Engagement sind denn auch neben der Steigerung der Bekanntheit und der Medienpräsenz die emotionale Aufladung der sponsernden Marke. Die Sympathie, die einem Verein oder einem Sportler entgegengebracht wird, überträgt sich auch auf die Marke. Des Weiteren profitieren Unternehmen davon,

ein sportliches, sprich jüngeres Image zu generieren, um neue Zielgruppen ansprechen zu können. Das Image des Unternehmens wechselt dann schnell von „traditionell“ auf „innovativ“ und „dynamisch“.

Wasser – Das verbindende Element

Ein Unternehmen der Schwimmbadbranche, das schon seit vielen Jahren Sportsponsoring betreibt, ist Ospa Schwimmbadtechnik in Mutlangen. Ospa nutzt die Möglichkeiten, die das Sponsoring bietet und engagiert sich intensiv in der Sportförderung. So ist die Triathletin Laura Philipp schon seit einigen Jahren Werbepartner von Ospa. Erst im vergangenen Oktober belegte sie beim berühmten Ironman auf Hawaii, der inoffiziellen Weltmeisterschaft im Triathlon, den vierten Platz. Seit 2011 betreibt Laura Philipp Triathlon, wurde 2016 Deutsche Meisterin auf der Triathlon-Mitteldistanz und wird auf dem zweiten Platz in der Bestenliste deutscher Triathletinnen auf der Ironman-Distanz geführt. Das verbindende Element zwischen Ospa und Laura Philipp ist natürlich das Wasser. Ospa Schwimmbadtechnik ist seit Jahrzehnten in der Wasseraufbereitung für Schwimmbäder aktiv und

Szenen des Fußballspiels Union Berlin gegen FC Freiburg. Und die Ospa-Bandenwerbung war immer mit dabei. Ospa Schwimmbadtechnik ist seit dieser Saison Werbepartner und Sponsor von Union Berlin.

verfügt über großes Know-how zu allen Fragen rund um gesundes, qualitativ hochwertiges Badewasser. Laura Philipp, die bei ihrem Training viele Stunden im Wasser verbringt, kann ebenfalls Wasserqualität gut beurteilen. Da sie eine exzellente Schwimmerin ist, die auch die richtige Schwimmtechnik beherrscht und die Strömung, die eine Gegenstromanlage erzeugt, gut beurteilen kann, war sie der ideale Partner. Laura Philipp hat auch bei der Entwicklung der neuesten Gegenstromanlage PowerSwim 3.5 mitgewirkt. Die Gegenstromanlage für Profis verwandelt das Schwimmbecken in einen kraftvollen Schwimmkanal. Das sind ideale Voraussetzungen für Leistungsschwimmer, um ihr Training absolvieren zu können. Neben den Möglichkeiten als Trainingsgerät bietet die PowerSwim auch Spaß für die ganze Familie.

In diesem Jahr hat sich Ospa auch noch auf einem anderen Feld als Sponsor sportlich engagiert und unterstützt, gemeinsam mit dem Ospa-Vertriebspartner Hütel & Meß, als Sponsor den Fußballbundesligisten 1. FC Union Berlin. Der im Stadtteil Köpenick beheimatete Club spielt im Stadion An der Alten Försterei und genießt in der Fußballszenen Kultstatus. Der Verein hat eine vielfältige und in den vergangenen Jahren stark gewachsene Fan- und Mitgliederbasis. Besonders durch den Aufstieg in die Bundesliga konnte man einen starken Zulauf verzeichnen. Der 1. FC Union war immer schon mehr als nur ein Fußballverein und verkörpert das Lebensgefühl einer ganzen Region, dem die Anhänger auch in wechselvollen Zeiten die Treue gehalten haben. Das Sportsponsoring für diesen Club ist also auch über den sportlichen Aspekt hinaus von hoher Bedeutung und weißt Ospa als ein Teil dieser großen Union-Familie aus.

www.ospa-schwimmbadtechnik.de, www.huetel-mess.de



EXPERTIN FÜR WASSERQUALITÄT

Laura Philipp beim Ironman-Triathlon auf Hawaii, bei dem sie den vierten Platz belegte. Schon seit Jahren besteht eine intensive Zusammenarbeit zwischen der Leistungssportlerin und Ospa Schwimmbadtechnik, die in der Entwicklung neuer Produkte ihren Ausdruck fand.

