

# Csecse-becse menedzsment

*Ha valaki jól körülnéz a lakásában – különösen a gyerekek polcain –, nagy valószínűséggel talál olyan mütyürkét, vicik-vacakot, vagy éppen sapkát, pólót, amelyen valamely sportegyesület vagy szövetség logója virít. Sajnos ezek a logók, védjegyek ritkán kötődnek magyar csapatokhoz, nálunk is inkább az amerikai csapatsportok egyesületei ismerhetők fel. A magyar futball átalakítása során egyre többet hallani ezekről a tárgyokról, a csapat és a szolgáltatás eladását segítő eszközökről, amelyeket merchandising vagy ajándéktárgyak néven szoktunk emlegetni. Mi csecse-becsének nevezzük ezeket, mert mint hamarosan kiderül, sokkal többről van szó, mint a nálunk annyit emlegetett kulcstartókról.*

*A csecse-becsék vásárlásösztönző eszközként való felhasználása nem sporttalálmány, bár kétségtelenül az utóbbi években ezen a területen fejlődött a leglátványosabban. Esetükben a vállalati védjegyek jogilag védett, engedélyezett forgalmazásáról van szó, amelyek a sportvállalkozások esetében a csapatlogókkal, szimbólumokkal és megjelenésekkel (szerződésektől függően a játékosok nevével, aláírásával, képével stb.) ellátott termékek eladását foglalják magukban. Jelentőségük bemutatására álljon itt csak egyetlen adat: az Amerikai Egyesült Államokban 1995-ben a hivatalosan engedélyezett csecse-becsék forgalma, becslések szerint, elérte a négy milliárd dollárt (Irwin, 1994. 115. o.).*

## Típusok

A csecse-becsék tárháza kimeríthetetlen, hiszen elvileg bármilyen tárgyra rátehető az adott sportszervezet védjegye. Ha a következőkben a nagy amerikai ligák jól szervezett on-line áruházainak katalógusára támaszkodva mégis egyfajta csoportosítást kísérünk megadni, akkor ezt inkább csak a támpontnyújtás, ötletadás szándékával tesszük. (<http://store.nba.com/>, 1998. 05. 30.)

- Sportruházat. A szabadidős sportoláshoz használt sportruhák: tornanadrág, mez, tréningruházat, kabát, sportoláshoz használt sportcipők.

- Divatruházat. A mindennapi öltözködésben használt sportos divatruhák, cipők és kiegészítők: póló, rövidnadrágok, zoknik, sportcipők, fejpántok.
- Sporteszközök és kiegészítők. A szabadidős sportoláshoz használt eszközök és felszerelések: labdák, ütők, táskák, palánkok, kapuk.
- Könyvek és videókazetták. Sztárokról, csapatokról mérkőzésekről, eseményekről, bajnokságokról szóló beszámolók, dokumentumok, összefoglalók.
- Gyűjtemények. Matricák, képek és főleg különböző kártyák sorozatai, amelyeket gyűjteni, albumba rendezni, cserélni, sőt értékesíteni lehet.
- Ajándéktárgyak. Ide sorolható bármely használati tárgy, amelyre az adott sportvállalkozás védjegye felkerül. A lehetőségek tárháza szinte végtelen.
- Digitális szórakoztató tárgyak. Számítógépes játékok, CD-ROM-ok, DVD-lemezek, digitális hanglemezek (CD-k), fizetős Internet helyek.
- Élelmiszerek. Egyre népszerűbb a védjegyekkel ellátott ételek és italok forgalomba hozatala. Elsősorban a szeszesitalok, a sós és édes sütemények népszerűek a sportszervezetek és ügynökségeik számára.
- Gyermeknek szánt csecse-becsék. A csapatok és ligák nagy figyelmet fordítanak a gyermekekre, akik egyszerre jelentik a jövő munkaerő-utánpótlás bázisát és az új fogyasztó közönséget. Ennek hatékony eszköze a gyermekeknek szánt sokféle csecse-becse.

## Közgazdasági jelentőségük

A jól menedzselt sportszervezeteknél a csecse-becséből származó bevételek komoly jövedelemforrást jelentenek. A Manchester United elmúlt évi bevételstervezetében egyharmad arányt képviseltek a csecse-becséből származó bevételek (Manchester United Annual Report 1997). A japán J-League indulásakor,

1993-ban a hivatalos, jogvédett valamint a futballhoz kapcsolódó egyéb termékek eladása összesen közel 70%-ban részesedett a teljes bevételből, a szűken vett csecse-becsék aránya 23% volt.

A csapatról szóló híradások következtében a futballklubok folyamatosan jelen vannak a médiákban, igazából csak kiegészítő reklámtevékenységet folytatnak. A merchandising tevékenység remekül szolgálja ezt a kiegészítő reklámozást. A csapat logójával, szimbólumaival, színeivel, játékosaival díszített, és esetleg állandóan szem előtt lévő csecse-becsék népszerűsítik a csapatot, folyamatosan ébren tarthatják a látványfutball iránti szükségletet.

A csecse-becsék kiválóan alkalmasak a szurkolók csapat iránt érzett elkötelezettségének növelésére, a futballszolgáltatások iránti keresletben komoly szerepet játszó szurkolói hűség fokozásában. Különösen fontos ez a gyermekek esetében, akiket a korán kialakult elkötelezettség hosszú távon a sportszolgáltatás fogyasztójává formálhat.

A csecse-becsék javíthatják a szolgáltatás minőségét is, hiszen a tárgyak árusítása, a szurkolói kellékek (zászlók, sapkák, sálak stb.) beszerzésének lehetősége, a gyermekek kártyagyűjtő szenvedélyének kielégítése, autogramok becserkészése hozzájárulhatnak – mint kiegészítő szolgáltatások – az alapszolgáltatás élvezetéhez.

A merchandising program javítja a csapatról kialakult képet, jól szervezett, a szurkolói iránt elkötelezett, felelősségteljes vállalkozásként tünteti fel a sportvállalkozást. Különösen fontos szerepet játszhat a márkaépítésben.

A csecse-becsék egyben kiválóan alkalmasak a szponzorok minél jobb kiszolgálására. Például a csapat hivatalos mezének nagy tömegű eladása növeli a szponzorálás/reklámozás hatékonyságát, mivel a hivatalos szerelésen ott díszel a szponzor vagy termékének neve, logója. Ez nyilván megtérül a szponzori szerződéseken.

#### Az értékesítés főbb elvei

- A védjegyek és kereskedelmi jogok tulajdonosának mindenekelőtt számba kell vennie az üzleti lehetőségeket magukba rejtő logók, megjelenések, szimbólumok, nevek, szlogenek összességét.
- Meg kell teremteni a merchandising tevékenység jogi hátterét, a védjegyek és kereskedelmi jogok levédését.
- Ki kell alakítani a védjegyek árusításának illetve használatának stratégiáját. Meg kell határozni a használat korlátozásait (kizárólagosság kérdése, közös használat lehetősége, iparági exkluzivitás stb.).

- Meg kell szervezni és lehetővé kell tenni, hogy a merchandising tevékenység iránt érdeklődők bekapcsolódhassanak a programba (pl. a logók használatának feltételei, jelentkezési formulák, szerződés minták kidolgozása stb.).
- Meg kell határozni a védjegyforgalmazás szervezeti kereteit. A csecse-becsékhez kapcsolódó tevékenységeket egyre inkább elkülönült szervezetek végzik. Ezek lehetnek sportügynökségek vagy a klub által közvetlenül a merchandising tevékenységre alapított saját vállalkozások.
- Célszerű nagy tömegben, megfizethető áron piacra dobni az árut, de vigyázni kell a minőségre, mert ha például a vásárolt csapatmez egyetlen mosás után kinyúlik/összemegy, használhatatlanná válik, az rontja a csapat imázsát.

#### Irodalom:

<http://store.nba.com/>, 1998. 05. 30.

Irwin, Dick (1994): *Financial Benefits of trademark licensing*. in: Graham, Peter ed.: Sport business. Wm. C. Brown Communications, Inc.

*Manchester United Annual Report 1997*. 1997 október.

Szerzőnk a BKE Unisport Center igazgatója

## HIRDETNE LAPUNKBAN?

**CSAK EGY** telefon: 332-39-49  
fax: 331-63-46

**Marketing**  
& MENEDZSMENT

Szerkesztőség és Kiadóhivatal:  
Budapest VI., Nagymező utca 21

Postacím: 1373 Budapest, Pf.: 617  
Anyagleadási határidő: minden páros hónap tizedike

#### HIRDETÉSI TARIFÁK:

Színes	1/1 150.000,- Ft	1/2 100.000,- Ft
Fekete-fehér	1/1 100.000,- Ft	1/2 70.000,- Ft
Fekete-fehér	1/4 40.000,- Ft	

Felárak: a borító 2. és 3. oldalán 20%  
a hátsó borítón 50%

Árunk a 25 %-os általános forgalmi adót nem tartalmazza.