

KOMMENTAR

Wohl von der letztmals durchgeführten Auf-/Abstiegsrunde mit Gegnern wie St. Gallen, Luzern und Aarau geblendet, hat der neue FC Vaduz-Vorstand zu euphorisch budgetiert und schlichtweg zuviel Zuschauer/-innen einkalkuliert. Auch in unseren Gefilden sind die Zuschauerzahlen in den letzten Jahren rapide zurückgegangen, auch bei den Spielen der Nationalmannschaft macht sich das bemerkbar.

Rauf und runter

Die Nationalliga B war schon immer eine Pleiteliga, wenn man Aufwand und Ertrag respektive Interesse vergleicht. Das hat sich auch nicht mit der Namensänderung Challenge League und mit dem auf der Fussballwelt einzigartigen System der Bonuspunkte geändert. Nur wenn der FC Vaduz um den Aufstieg mitspielt, kann bestenfalls ein Schnitt von 1000 Fans erreicht werden. Das Einzugsgebiet ist nun mal begrenzt.

Im Startspiel gegen Luzern darf vielleicht mit einer einigermaßen würdigen Kulisse gerechnet werden. Doch gegen Clubs wie Wohlen, Baden, Agno oder La Chaux-de-Fonds werden sich wohl nicht mehr als die üblichen 400 Fans einfinden, bestenfalls die Hälfte davon Zahlende. Und wenn nächste Saison die Challenge League auf 18 Teams aufgestockt wird, weil der Fall Sion verschluppt wurde, wird das Niveau nochmals sinken und weitere Vereine in finanzielle Nöte bringen.

Trotzdem muss der FC Vaduz seine Heimspiele besser vermarkten und attraktiver gestalten. Dass dabei das Rheinparkstadion, mit Schwerpunkt Nationalmannschaft konzipiert, für den FCV als Verein nicht gerade ideal ist, muss nun auch der neue Vorstand erfahren. Unabhängig davon kann die Challenge League mittelfristig für die Vaduzer nicht das Ziel sein. Um attraktivere Fussballkost anbieten und so weitere Sponsoren gewinnen und neue Einnahmequellen erschliessen zu können, muss der FCV rauf in die Super League. Oder aber ohne Mäzen kleinere Brötchen backen und wieder runter in die 1. Liga.

Rainer Ospelt

FUSSBALL

Mexiko und Costa Rica für Olympia in Athen qualifiziert

Mexiko und Costa Rica werden im Olympiaturnier in Athen die CONCACAF-Zone vertreten. Mexiko deklassierte im entscheidenden Spiel in Guadalajara vor fast 57 000 Zuschauern die USA mit 4:0. Costa Rica qualifizierte sich mit dem 2:0 gegen Honduras erstmals seit 1984 wieder für die Olympischen Spiele.

Bayer Leverkusen droht Profis mit Gehaltskürzung

Mit einer Standpauke und der Drohung, die Gehälter in der Saison 2004/05 zu kürzen, will der deutsche Fussball-Bundesligist Bayer Leverkusen seine Profis wieder auf Erfolgskurs bringen. Wolfgang Holzhausen kündigt ein drastisches Sparprogramm an. «Wir werden die Personalkosten bis 2006 halbieren», sagte der Finanz-Geschäftsführer. «Leistung und Gegenleistung stehen nicht in einem gesunden Verhältnis.»

Staatsanwälte ermitteln gegen italienische Klubs

Die römische Staatsanwaltschaft hat Ermittlungen gegen Klubs der italienischen Fussballligen A, B und C wegen mutmasslicher Bilanzfälschungen eingeleitet. Den Klubs, deren Namen bisher nicht bekannt gegeben wurden, werden Bilanzfälschungen und illegale Abkommen bei Spielertransfers vorgeworfen, berichtete die Mailänder Tageszeitung «Corriere della Sera» in ihrer Mittwoch-Ausgabe. Sollten die Bilanzfälschungen nachgewiesen werden, droht den Klubs der Verlust der Lizenz für die kommende Saison. Laut der Zeitung sollen in den kommenden Tagen die Bilanzbücher der Klubs genau überprüft werden.

500 Fans pro Heimspiel

FC Vaduz-Geschäftsführer Wolfgang Strunk über Ziele im Bereich Marketing

VADUZ – Das Einzugsgebiet des FCV ist begrenzt, die Zuschauerzahlen blieben unter den Erwartungen. Vorstand und Geschäftsführer sind also gefordert, mit entsprechenden Massnahmen die Heimspiele attraktiver zu präsentieren und zudem neue Geldquellen zu erschliessen.

• Rainer Ospelt

Volksblatt: Das Budget kalkulierte bei den Heimspielen mit 800 bis 1000 Fans. Das war wohl zu optimistisch. Wieviel zahlende Fans waren im Herbst effektiv im Rheinparkstadion?

Wolfgang Strunk: Nach dem sehr guten Abschneiden in der Auf-/Abstiegsrunde und den entsprechend hohen Zuschauerzahlen haben wir unsere Hürde recht hoch angesetzt. Aufgrund des teilweisen Ausbleibens des erwarteten sportlichen Erfolges und der weniger attraktiven Namen der meisten Challenge League-Gegner pendelte sich der Durchschnitt der Zuschauerzahlen auf ca. 500 Zuschauer pro Heimspiel ein. Effektiv zahlende Zuschauer waren über die gesamte Herbstrunde 2200 Personen, wobei insgesamt 188 Saisonkarten verkauft wurden. Dazu kommen die Mitglieder des VIP-, Premier- und Supporter-Clubs, die ebenfalls freien Eintritt zu den Spielen haben. Wir erhoffen uns aber in der Frühjahrsrunde noch einmal einen erhöhten Zuschaufmarsch, wenn wir zum Beispiel gegen den FC Luzern spielen.

Sind für die restlichen sieben Heimspiele im Frühjahr spezielle Angebote geplant, z.B für Familien?

Wie bereits im Herbst sind Partnerkarten im Verkauf, das heisst, bei einem erwachsenen Paar wird einmal der Erwachsenentarif und einmal der Ermässigtentarif berechnet, was bei Haupttribünenplätzen eine Einsparung von 10 Franken ergibt. Ausserdem haben Kinder unter 16 Jahren freien Eintritt sowohl auf Steh- wie auch auf Sitzplätzen. Wenn man weiss, dass man alle Spiele besuchen wird, macht eine Saisonkarte Sinn, die seit Dezember 2003

zu einem wesentlich günstigeren Tarif im Verkauf ist. Zum Beispiel Saisonkarte Erwachsene Haupttribüne: 130 statt 300 Franken.

In der Bandenwerbung sind einige «Lücken» erkennbar. Eine Folge des nicht ganz ohne Neben-

geräusche erfolgten Wechsel im Vorstand?

Der Wechsel im Vorstand hatte nur bedingt damit zu tun. Hauptsächliches Argument für den Rückzug einiger Bandensponsoren ist vor allem die schlechte Wirtschaftslage, die vor allem kleinere Firmen zu Sparmassnahmen greifen lässt. Wir haben jedoch von einigen bereits Zusagen bekommen, die sich nach überstandener Talsohle wieder finanziell beim FCV engagieren wollen.

Wir waren und sind sehr eingeschränkt durch die Infrastruktur im Stadion

Bei der «Aspecta» als Co-Sponsor wurde die Geschäftsleitung ausgewechselt. Mit Auswirkungen für den FC Vaduz?

Nein, bisher nicht. Wir haben einen gültigen Sponsoringvertrag mit der Firma Aspecta.

Eine andere Einnahmequelle ist der Kiosk. Auch hier gab es personelle Veränderungen. Hat sich das bezahlt gemacht?

Es wurde im Sommer 2003 ein Kioskchef angestellt, welcher für den Kiosk verantwortlich ist und alle Abläufe mit der Geschäftsstelle koordiniert. Das Hauptargument für die Einsetzung dieses Mitarbeiters war nicht nur eine Umsatzoptimierung, sondern auch der Wunsch, mehr Transparenz in den Kioskbetrieb zu bringen. Einen zusätzlichen Umsatz konnten wir durch die Ausrichtung der U19-EM Spiele erzielen. Jedoch waren und sind wir sehr eingeschränkt durch die Infrastruktur im Stadion. Die Zu- und Abgänge beim Kiosk sind nicht optimal für grosse Zuschauerzahlen und behindern deshalb eine zügige «Abfertigung» der Zuschauer in den Pausen. Um zusätzliche Verkaufsstände einzurichten wäre wieder zusätzliches Personal nötig, welches nicht ohne Bezahlung zu verpflichten ist. Das hat wiederum zur Folge, dass wir zusätzliche

Fixausgaben haben, die eventuell nicht durch Mehrverkauf ausge-

glichen werden können. Das eine beisst dem anderen sozusagen in den Schwanz.

Der Mittelraum in der Haupttribüne ist lieblos eingerichtet, hat keine Atmosphäre und wird denn auch nur bedingt benutzt? Sind diesbezüglich Massnahmen geplant?

Da der FC Vaduz nur «Mieter» des Rheinpark Stadions ist, ist die Benützung des Innentrakts recht schwierig. Wir würden gerne eine fixe Installation (Cafe, Lounge) für alle FCV-Fans einrichten und so den Raum dauerhaft nutzen. Die Benützung dieser Räume ist jedoch streng reglementiert, das heisst, wir müssten vor jedem Spiel eine entsprechende Einrichtung aufbauen und nach jedem Spiel wieder abbauen. Dies ist aber äusserst ineffizient und benötigt viele Helfer, weshalb wir diesen Bereich eigentlich nur bei Sponsorenanlässen nutzen.

Der Vorstand ging ja kürzlich in Klausur. Hat er sich dabei auch im Bereich Marketing Ziele gesetzt?

Der Bereich Marketing ist so vielfältig und umfangreich, dass ich gar nicht alle Themen ansprechen kann. Ich möchte eigentlich nur zwei der wichtigsten Punkte hervorheben. Erstens möchten wir wieder mehr Zuschauer ins Stadion bringen. Hier hängt einerseits vieles vom sportlichen Erfolg der Mannschaft ab, andererseits haben wir bereits einige Massnahmen umgesetzt zum Beispiel im Pricing des Partnerticket, um wieder mehr Besucher ins Rheinpark

St a -

dion zu locken. Weitere Verbesserungen wie die Aufwertung des Events «FCV-Heimspiel» durch Sideattractions und Halbzeitunterhaltung, die Abgabe von günstigeren Tickets an verschiedene Firmen in der Region und ein verbesserter Kiosk-Service werden folgen.

Zweitens liegen uns unsere Sponsoren sehr am Herzen, welche die Haupteinnahmequelle des FC Vaduz sind. Vorgängiges Ziel hierbei ist, dass wir den bestehenden Sponsoren ihr Engagement beim FCV so lukrativ wie möglich gestalten, so dass diese uns noch weitere Jahre erhalten bleiben. Es muss so weit kommen, dass Sponsoring beim FC Vaduz zu einer «Win-Win-Situation» für beide Parteien wird. Parallel dazu muss der Markt nach weiteren Geldquellen abgesehen und bezüglich Angebot differenziert betrachtet werden, um auch Geldgebern mit einem kleinerem Budget eine Möglichkeit zu geben, sich beim FCV finanziell zu beteiligen.

Anfänglich war die grösste Schwierigkeit, den Betrieb aufrecht zu erhalten

Und in Sachen Geschäftsstelle, wie fällt hier die Bilanz nach gut sieben Monaten aus?

Generell kann man sagen, dass wir uns immer noch im Aufbau befinden. Anfänglich war die grösste Schwierigkeit, den Betrieb aufrecht zu erhalten. Dies war umso schwieriger, da praktisch der gesamte Vorstand neu besetzt wurde und deshalb auch einiges an Know-How verloren ging. Nach einem halben Jahr hat sich die anfängliche Turbulenz des Tagesgeschäfts eingependelt und wird immer mehr zur Routine. Gewisse Abläufe sind dementsprechend bereits automatisiert und dokumentiert. Es gilt nun daran zu arbeiten, dass sich die Geschäftsstelle als Schaltzentrale des FC bei allen Beteiligten institutionalisiert und zur Weiterentwicklung des Vereins ihren Beitrag leistet.



FCV-Geschäftsführer Wolfgang Strunk und seine rechte Hand, Sekretärin Ruth Ospelt, wollen zur Weiterentwicklung des FCV ihren Teil beitragen.