

Presse-Information

Datum: 21.02.2014 Tel. 0931. 40 44 76 3 dvpr@pr-verband.de

Mit Guerilla-Marketing zum Profifußball **Würzburg will mit Power-Projekt 3 x 3 in die 3. Bundesliga**

Von Zögern keine Spur. Gas geben, das entspricht so ganz dem Willen von HSV-Ex-Profi Bernd Hollerbach, der als Assistenztrainer mit Felix Magath beim VfL Wolfsburg und Schalke 04 auf der Trainerbank saß. Als Magath vor einigen Tagen beim FC Fulham in London unterschrieben hat, dachten alle, jetzt wandert Würzburgs Fußballidol auf die Insel ab. Falsch gedacht! Hollerbach bleibt wichtiger Promoter im Guerilla-Marketing der Würzburger.

Guerilla-Marketing ist Marketing, das jeden anspricht. Werbe-Aktionen sollen überraschen, verblüffen, unterhalten und vor allem durch Kreativität auffallen. Es ist mit überschaubaren Kosten einfach durchzuführen. Klingt toll, wäre da nicht die Idee, der Kick den es braucht um Menschen auf dem Boulevard für die eigene Sache zu begeistern. Was begeistert hierzulande mehr als Fußball? Und kann ein Amateurverein mit Guerilla-Marketing eine Stadt für Profifußball begeistern?

Der traditionsreiche FC Würzburger Kickers (FWK) will es wissen und hat sich deshalb ein Power-Projekt auferlegt das seinesgleichen sucht. Der bayerische Regionalligist bietet einige entscheidende Voraussetzungen für Profi-Fußball: Ein vereinseigenes, in Autobahnnähe liegendes Stadion das locker 12000 Zuschauer fassen kann. Eine Stadt mit 126 Tausend Einwohnern und einem großen Einzugsgebiet. Dazu eine dynamische Vereinsführung die in den vergangenen 10 Jahren den bereits vom Niedergang bedrohten Club mit viel Geschick von der Bezirksliga wieder in die höchste Amateurklasse gehoben hat. Beim FWK konnte sich Bernd Hollerbach von der Jugend an zum Profi entwickeln. Auch Claus Reitmaier schaffte den Sprung von den Kickers aus ins Tor der Bundesligisten Karlsruher SC und VfL Wolfsburg. Aktuell pfeifend in der Bundesliga unterwegs ist Schiedsrichter Peter Sippel, der wie viele andere prominente Würzburger das ehrgeizige Projekt seines Heimatvereins unterstützt.

Die Marketingidee 3 x 3 steht für das ambitionierte Ziel in drei Jahren in der 3. Bundesliga aufzulaufen. Es handelt sich um ein Power-Projekt bei dem der Zeitraum sehr eng gestrickt ist. Bis 30. April soll ein Etat von 3 x 1,2 Millionen Euro durch Sponsorengelder und den Verkauf von Dauer- und VIP-Karten eingesammelt werden. Ein hochgestecktes Ziel das auch einen zugkräftigen fußballbegeisterten Hauptsponsor in die Kickers-VIP-Lounge locken soll.

Mit der Onlinedruckerei Flyeralarm ist bereits seit fünf Jahren ein Principal Club-Sponsor bei den Würzburger Kickers allgegenwärtig. Kritik gibt es vor allem wegen des knapp bemessenen Termins 30. April. Den Einwand, der enggefaste Akquisitions-Zeitraum erzeuge zu viel Druck, will Vorstandsvorsitzender Dr. Michael Schlagbauer nicht gelten lassen: „Wer sich binnen 70 Tagen nicht entscheiden kann, der entscheidet sich auch nicht in 7 Monaten“, so seine Einschätzung.

Die Mannschaft hinter der Mannschaft von Kickers-Boss Schlagbauer hat Thorsten Fischer aufs Feld geschickt. Ihre Mission ist klar: Mit Guerilla-Marketing den Boulevard Würzburg erobern. Der Slogan „jetzt oder nie“ signalisiert 3 x 3 ist einmalig und es gibt auf dem Weg zum Profifußball nur diese eine Chance. Fischer, Chef der Onlinedruckerei flyeralarm, ist für klare Start-Ziel-Erfolge bekannt. Sein Unternehmen ist in Europa Marktführer, ziert das Trikot der Basketballer des FC Bayern München sowie die Bandenwerbung bei Borussia Dortmund. S.Oliver Eigentümer Bernd Freier und Thorsten Fischer überraschten vor einigen Wochen die Öffentlichkeit mit einem gemeinsamen Deal. Beide übernahmen als Mehrheitsgesellschafter die sportlich und finanziell angeschlagenen Würzburger S.Oliver Baskets. Seither mehren sich die Spekulationen um ein Engagement von S.Oliver als Hauptsponsor beim Kickers-Fußball-Projekt 3 x 3.

Guerilla-Marketing hin oder her, um in die 3. Bundesliga aufzusteigen bedarf es einer professionellen Struktur der Fußballabteilung, die vom Verein in eine entsprechend tragbare Rechtsform ausgegliedert werden soll. Darin spielt ein noch zu findender Geschäftsführer, der weiß wie das Profi-Fußballgeschäft funktioniert, eine ganz entscheidende Rolle. Ganz wesentlich auf dem Weg in die 3. Bundesliga ist die richtige Personalentscheidung für einen Profitrainer, der in der Lage ist eine Mannschaft zu entwickeln. Bisher trainieren die Spieler unter der Regie eines Amateurtrainers nach Feierabend viermal in der Woche. Die Kickers sind wegen ihrer Spielstärke in der Regionalliga geschätzt, aber dennoch am Limit angekommen. „Mehr ist unter diesen Bedingungen einfach nicht drin. Wenn wir mehr wollen“, so Kickers-Vorstand Schlagbauer, „dann bedarf es der schrittweisen professionellen Entwicklung.“ Von heute auf morgen, das ist allen klar, geht das nicht, zumal der sportliche Erfolg auch mit Geld nicht planbar ist.

Beim VfL Wolfsburg und bei Schalke 04 war Bernd Hollerbach Assistent von Felix Magath. Ihm muss niemand mehr die Mechanismen des Profifußballs erklären. Fußballlehrer Hollerbach folgte zum Erstaunen vieler Fußballfans nicht seinem bisherigen Chef Magath zum FC Fulham nach London. Er bleibt vorerst als 3 x 3 Promoter dem FC Würzburger Kickers erhalten. Ob allerdings Vorstand Schlagbauer am 30. April den ehemaligen HSV-Profi als den Trainer präsentieren kann, der Würzburg Profifußball beschenken soll, hängt ganz alleine vom Erfolg des 3 x 3 Power-Konzepts ab.

Schaffen es die Würzburger nicht bis zum Fixtermin den erforderlichen Etat einzusammeln, dann spielen sie eben unter den bisherigen Bedingungen weiter in der Regionalliga. Ob sich in der Zukunft jemals wieder eine Vereinsführung aufrafft, um ein neues Projekt zu starten, hält Kickers-Vorsitzender Michael Schlagbauer für abwegig.

„Jetzt oder nie“ ist mit allem was Guerilla Marketing auszeichnet in Würzburg unterwegs. So steht auf dem Würzburger Marktplatz im stilgerechten Corporate Design ein 3 x 3 großer Pavillon, in dem sich jeder über das Projekt informieren kann. Passend dazu schleichen Füchse durch die Stadt und symbolisieren „wir sind schlau“.

Guerilla-Marketing braucht zur noch so bestechenden Performance eine zweite Öffentlichkeit. Ohne die begleitende Unterstützung der Medien verpufft jeder Aktionismus so schnell wieder, wie er gekommen ist. Kein Produkt begeistert die Massen so sehr wie Fußball. Und wo Masse ist, da sind die Medien präsent.

Wie immer treten bei jedem Projekt sogenannte Zufälle hervor mit denen im Vorfeld niemand rechnen kann. Ein solch positiver Zufall heißt Felix Magath. Tagelang war er wegen dem Hickhack beim Hamburger SV in den Schlagzeilen. Dank seines plötzliches Engagement beim FC Fulham hielt er sich auch weiterhin auf den Titelseiten. Die Folgen für das Würzburger 3 x 3 Projekt? Die regionalen Medien fragten „was macht Bernd Hollerbach“? Die Fans wetteten im Internet, bleibt er uns Würzburgern treu, oder folgt er seinem ehemaligen Cheftrainer? Erfolgreiches Guerilla-Marketing wird manchmal auch vom PR-Glück begünstigt.

Fazit: Das Würzburger Power-Projekt erfreut sich bereits erster Erfolge! Nach einer Woche verzeichnet es Sponsorenverträge im sechsstelligen Bereich. Sollte dem Anfangserfolg Kontinuität folgen, dann darf die bisherige ehrenamtliche Vereinsführung ab 1. Mai richtig die Ärmel hochkrepeln. Erfolgreiches Guerilla-Marketing hat einen großen Nachteil: Die eigentliche Arbeit folgt dem Erfolg auf dem Fuß. Der sukzessive Übergang vom Amateurverein zum Proficlub ist trotz prall gefüllter Kasse, die eigentlich wahre Herausforderung für die kommenden drei Jahre.

**Autor: Rudolf F. Thomas, Kontakt: Tel. 0931/40 44 76 3 dvpr@pr-verband.de
www.thomas-brands.de**

Informationen zu www.jetzodernie.info

Bilder: Pascal Höfig



Der ehemalige Fußballspieler des Hamburger SV, Bernd Hollerbach, promotet das 3 x 3 Projekt seines Heimatvereins FC Würzburger Kickers. Rechts neben ihm Vorstandsvorsitzender Dr. Michael Schlagbauer.

Guerilla-Marketing muss schlau und sympathisch überkommen. In Würzburgs Straßen sind als Sympathieträger Füchse unterwegs.

Bild: Pascal Höfig



Würzburgs mehrfacher Weltmeister und Rekordschwimmer Thomas Lurz mit Bürgermeister Dr. Adolf Bauer.

Bild: Pascal Höfig

