

Das Wunder von Köln

04.04.2008, 14:14 | Sport

Pressemitteilung von: *fortuna-koeln-sponsoring.de*
Presseagentur: *S.C. Fortuna Köln / Promotion Factory*



Bild: Sönke Wortmann, Pate www.deinfussballclub.de

Es war wie zu besten Zweitliga-Zeiten: Das Clubheim des S.C. Fortuna platzte am Donnerstagvormittag aus allen Nähten. Sage und schreibe sieben Fernsehstationen, mehrere Radiosender und unzählige redaktionelle Berichtersteller waren der Einladung des Vereins und der alp10 GmbH gefolgt, um sich über ein Projekt zu informieren, das schon seit Tagen für ein gehöriges Rascheln im Blätterwald sorgt.

Premiere im deutschen Fußball

Zum ersten Mal in der deutschen Fußballgeschichte ist es möglich, dass Fußballfans per Internet das Management eines echten Vereins übernehmen können. Sobald sich 30.000 Mitglieder auf deinfussballclub.de angemeldet haben, startet die Aktion. Der jährliche Mitgliedsbeitrag beträgt 39,95 Euro. Dieser wird aber erst fällig, wenn das Soll an Mitgliedern auf der Internetplattform erreicht wurde. Ab diesem Zeitpunkt können die Mitglieder dann auch direkten Einfluss auf die Aktivitäten des Clubs nehmen.

Fortuna hatte das beste Gesamtpaket

Nach reiflicher Überlegung fiel die Wahl der Betreiber der Seite auf die Fortuna. Zur Auswahl standen auch Westfalia Herne und die SpVg. Erkenschwick. Doch die Kölner hatten die meisten Trümpfe in der Hand. „Das Gesamtpaket hat uns überzeugt. Uns war schnell klar, dass wir das nur mit der Fortuna machen können“, sagt Burkhard Mathiak, der zuständige Mann für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Als Mitgründer und erstes Mitglied von deinfussballclub.de fungiert Sönke Wortmann. „Ich habe eine persönliche Beziehung zur Fortuna. Mein Büro ist nur zwei Straßen vom Stadion entfernt. Hier wird eine hervorragende Jugendarbeit geleistet. Die Jungs und mittlerweile auch die Mädels in der Kölner Südstadt werden von der Straße geholt. Ich freue mich schon auf das Derby in der 2. Liga gegen den 1. FC Köln“, begründet der Regisseur der Erfolgsfilme „Das Wunder von Bern“ und „Deutschland. Ein Sommermärchen“!, der am Freitag (20 Uhr) beim Heimspiel gegen den GFC Düren auch Gast im Stadion sein wird, sein Engagement.

Ulonska fühlt sich wie im Märchen

Wie im Märchen kommt sich dieser Tage auch Klaus Ulonska vor. „Wir sind sehr glücklich darüber und dankbar, dass man uns genommen hat für dieses Projekt. Ich hoffe, dass dadurch möglichst viele Fußball-Fans ein neues Zuhause bei Fortuna finden werden. Ich bin sehr begeistert von der Sache. Und auch unsere langjährigen Fans, die einen Leidensweg sondergleichen hinter sich haben, haben auch mal wieder bessere Tage verdient. Wenn das klappt, streben wir auch wieder mit aller Macht zurück in den bezahlten Fußball. Ich versichere ihnen aber auch: Die Fortuna ist ein Traditionsverein mit Herz, und so lange ich hier der 1. Vorsitzende bin, wird dieses Herz immer weiter schlagen.“

Mink freut sich auf seine Co-Trainer

Überwältigt von der Medien-Resonanz war auch Trainer Matthias Mink: „Das ist absoluter Wahnsinn. So etwas hat es bei der Fortuna zuletzt bei der Vorstellung von Bernd Schuster als Coach gegeben. Ich finde die Sache sehr interessant und hoch spannend. Ich stehe dem Ganzen sehr positiv gegenüber. Ich hab auch keine Bedenken, dass ich mich künftig vor so vielen Co-Trainern rechtfertigen muss. Ich verstehe mich gut mit meinem jetzigen Co-Trainer, dann werd ich mich auch mit den anderen 30.000 gut verstehen. Und auch jetzt muss ich den Fans, wenn auch in kleinerem Rahmen, ständig Rede und Antwort stehen.“

Verein geht kein finanzielles Risiko ein

Ausdrücklich wurde auch noch mal darauf hingewiesen, dass die Fortuna mit der Abmachung keinerlei finanzielles Risiko eingeht. „Alle Kosten werden ausschließlich von uns getragen, bis die 30.000 Mitglieder erreicht sind. Von den 39,95 Euro erhält der Verein dann 30 Euro“, betont Dirk Daniel Stoeveken von alp10. Wie genau die Gelder im Falle des Falles verwendet würden, wäre dann auch eine Abstimmungssache. Die sportliche Weiterentwicklung wäre vorrangig. Es wäre aber auch denkbar, dass die Mittel für einen Kunstrasenplatz eingesetzt würden.

Jedes Mitglied soll Insider sein

Anders als beim englischen Vorbild, dem Fünftligisten Ebsfleet United, soll Trainer Matthias Mink weiter das letzte Wort bei Taktik und Aufstellung innehaben. „Alles andere wäre auch unseriös. Wir wollen ja auch den sportlichen Erfolg, und der Trainer ist nun mal am nächsten an der Mannschaft dran. 24 Stunden vor jedem Spiel erhält er die Abstimmungsergebnisse seiner 30.000 Co-Trainer und dann wird er im Chat mit den Mitgliedern seine Entscheidung erläutern“, sagt Stoeveken. Bindend werden aber mit Sicherheit Abstimmungen zum Beispiel über die möglichen Testspielgegner oder das Design des neuen Trikots sein. „Jeder soll das Gefühl haben, alles über seinen Verein zu wissen“, unterstreicht Mathiak. Geplant sind auch Filmdrehs in der Kabine, im Mannschaftsbus oder die Verkabelung eines Spielers während einer Partie. Und auch bezüglich der Live-Übertragung von Spielen der Fortuna kündigt Mathiak in den nächsten zwei Wochen positive Nachrichten an. Zumindest sind seit gestern die Chancen der Fans sprunghaft gestiegen, dass es eines Tages geschehen wird, dass sie nach Mailand fahren, um Fortuna Köln zu sehen...

Stefan Kleefisch, Teamsprecher S.C. Fortuna Köln

Portrait

Die Promotion Factory wurde im Jahre 1999 durch den Inhaber Markus Stähler gegründet.

Seit 2005 begleitet und berät Markus Stähler den Traditionsverein S.C. Fortuna Köln in den Bereichen Marketing & Sponsoring.

Zu den Kernkompetenzen des offiziellen Vermarkters des S.C. Fortuna Köln zählen neben der großen Auswahl an Werbemitteln und Give aways die Vermarktung von Sportvereinen und vertriebliche Beratungsleistungen, sowie deren personelle Umsetzung.

Ob individuell gestaltete Incentives & Events im In- und Ausland, komfortable Reiselogistik oder personalgestützte Marketingmaßnahmen. Als Komplettpaket oder Einzelleistung – wir stehen als kompetenter Dienstleister an Ihrer Seite > siehe auch www.tie-group.de!

News-ID: 201136 • Views: 170 (Stand: 10.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/201136/Das-Wunder-von-Koeln.html>