



Tennis
Laura Siegemund
überrascht gegen
ehemalige Nummer eins

Sport

Serie
Erinnerungen an
das Jahrhundertspiel
des FC Augsburg



NUMMER 13

Mittwoch, 16. Januar 2019

21



So könnte in einigen Jahren das Nachwuchsleistungszentrum des FC Augsburg aussehen. Ob dieser Entwurf realisiert wird, ist noch nicht sicher. Sicher ist dagegen, dass im kommenden Sommer mit dem Bau des Funktionsgebäudes angefangen werden soll. Schon im kommenden Jahr sollen dann Talente des FCA hier einziehen können. Studie: WWK

Randbemerkung



Wenn eine Frau im Fußball die Kommandos gibt

VON FLORIAN EISELE
eisel@augsburger-allgemeine.de

Imke Wübbenhorst hat es nicht leicht. Die 30-Jährige ist seit kurzem Trainerin des Fußballklubs BV Cloppenburg. Nein, wir reden nicht vom Frauenteam, sondern von den Männern, die in der Oberliga Niedersachsen gegen den Abstieg kämpfen. Aktuell ist der Klub Tabellenletzter.

Und deutlich anstrengender als der erbarmungslose Abstiegs-kampf in Liga fünf ist die Aufmerksamkeit, die Wübbenhorst seitdem zuteilwird. Denn noch nie hat eine Frau ein Männerteam in dieser Spielklasse betreut. Bei der ehemaligen Bundesliga-Spielerin, die seit einigen Jahren das (ungleich erfolgreichere) Frauenteam des Klubs trainierte, häufen sich seitdem die medialen Anfragen. Sie selbst ist über den Hype verwundert und sagt: „Ich hätte nicht damit gerechnet, dass es im 21. Jahrhundert so eine enorme mediale Reaktion hervorruft.“ Fast schon flehentlich wirkt es, wenn sie betont, „nicht die Alice Schwarzer des Fußballs“ zu sein, sondern einfach nur ihren Job machen zu wollen.

Ganz so einfach ist das jedoch nicht in einer Sportart, die nach Ansicht des Deutschen Fußball-Bundes bis 1970 ganz offiziell für Frauen verboten war. Die Begründung des DFB: Im Kampf um den Ball „verschwindet die weibliche Anmut“. Sogar noch 2009 wurde Sissy Raith beim TSV Eching gefeuert, den sie aus der Bezirksoberliga in die Landesliga geführt hatte. Der damalige



Imke Wübbenhorst Vereinschef war der Meinung, „man könne einem hart arbeitenden Mann nicht zumuten, sich abends noch mit einer Frau rumschlagen zu müssen“, wie Raith in einem Interview sagte.

Es bleibt zu hoffen, dass Wübbenhorst sich nicht mit solchen Funktionären herumschlagen muss. Das sieht gut aus: Der aktuelle Präsident hat sich für sie stark gemacht. Neben ihrer sportlichen Qualifikation bringt die 30-Jährige noch eine andere Stärke mit: Sie ist Gymnasiallehrerin für Sport und Biologie. Dumme Sprüche kennt sie also aus dem Schullalltag.

Als ein Spieler sie fragte, ob sie eine Sirene auf dem Kopf trage, wenn sie in die Kabine kommt, damit alle ihre Hose anziehen könnten, antwortete Wübbenhorst: Natürlich nicht. Sie sei Profi und stelle nach der Länge des besten Stückes auf. Wenn ihr Team genauso gut kontert, steht Cloppenburg vor einer guten Rückrunde.

TV heute

» **TENNIS** Australian Open
Eurosport, 5 – 14.15 3. Tag
1 – 5 (Nacht zum Donnerstag) 4. Tag

» **HANDBALL-WM** Vorrunde
Eurosport, 17.45 Uhr Ungarn – Ägypten

» **EISHOCKEY** Champions League
Sport1, 20.15 Salzburg – München

» **SNOOKER** Main Tour i. London
Eurosport, 21.45 Uhr
Mark Selby – Stephen Maguire

Der größte Deal der FCA-Geschichte ist besiegelt

Millionengeschäft Der FC Augsburg und Hauptsponsor WWK verlängern ihre Partnerschaft langfristig bis 2030. Doch der Fußball-Bundesligist profitiert noch an anderer Stelle vom Ausbau der Zusammenarbeit

VON JÜRGEN MARKS
UND ROBERT GÖTZ

Augsburg Kurz vor dem Start der Bundesliga-Rückrunde hat der FC Augsburg das wohl wichtigste Geschäft seiner Vereinsgeschichte abgeschlossen: Hauptsponsor WWK verlängerte nicht nur vorzeitig den Trikotsponsoring-Vertrag bis 2030, die Münchner Versicherungsgruppe zog auch die Option, um sich die Namensrechte an der Arena langfristig zu sichern. Die wird nun bis mindestens 2030 WWK-Arena heißen.

Zusätzlich wird das Unternehmen auch das geplante Internat im Augsburger Nachwuchsleistungszentrum finanzieren. Die Kosten, die der Versicherer komplett übernimmt, belaufen sich auf rund acht Millionen Euro. Im Sommer soll der

Vereinbarungen für die erste wie für die zweite Liga.

Die WWK war 2015 zunächst als Hauptsponsor beim FCA eingestiegen und erwarb dann auch die Arena-Namensrechte. Den Erstkontakt hatte der Augsburger Marketing-Experte Karl-Heinz Jakel hergestellt. „Entscheidend war es dann, dass FCA-Präsident Klaus Hofmann die Gespräche mit der WWK forciert hat“, erinnert sich Ströll an die Anfänge.

Nur zwei Jahre später ließ sich der Versicherungskonzern die Verkleidung der Arena mit Stahlröhren und LED-Leuchten rund 4,5 Millionen Euro kosten. Die Fassade gehört zwar der WWK, wird aber

langfristig in den Besitz des FC Augsburg übergehen. „Natürlich haben wir die Fassade nicht aus reiner Nächstenliebe gebaut, sondern weil wir wollten, dass es Freude macht, wenn das WWK-Logo oben drauf steht. Das hatte vorher aber nicht die gleiche Freude bereitet“, erzählt Schrameier. Vor kurzem ließ die Firma dann die LED-Beleuchtung im Süden des Stadions für mehr als eine Million Euro verdichten. Spätestens da war zu spüren, dass der FCA-Partner langfristig und strategisch orientiert ist.

Als der Bundesliga-Klub jetzt wegen der Finanzierung des Internatsgebäudes bei den Münchnern anklopfte, wurde er nicht abgewie-

sen. „Die vier Säulen Trikot, Namensrechte an der Arena, der Bau der Fassade und jetzt des Internatsgebäudes zeigen die Nachhaltigkeit, die wir in diesem Engagement sehen“, bekräftigt der 56-jährige Schrameier. Für das zu errichtende Gebäude mit rund 2000 Quadratmetern Nutzfläche gibt es erste Pläne und Visualisierungen, die aber noch nicht finalisiert sind. Im Erdgeschoss soll eine Funktionsebene mit Umkleieräumen, aber auch mit einem Kiosk für die Eltern errichtet werden. Im ersten Stock wird der Bürotrakt für Pädagogen und Betreuer beheimatet sein und im obersten Stockwerk werden die rund 20 FCA-Toptalente leben, die nach dem Leistungsprinzip ausgewählt werden sollen.

Wenn alles fertig ist, hat der FCA zwischen 15 und 20 Millionen Euro in das Nachwuchsleistungszentrum in Augsburg-Oberhausen investiert. Derzeit wird dort gerade die alte Geschäftsstelle abgerissen. „Das Internat hätten wir ohne die WWK so definitiv nicht umsetzen können“, sagt Michael Ströll. „Doch so sind wir nun auch im Nachwuchsbereich bundesligatauglich aufgestellt.“

Tatsächlich ist es eine Win-win-Situation für beide Seiten. Vor einigen Jahren hatte der Lebensversicherer (mehr als eine Milliarde Euro Beitragseinnahmen jährlich) seine TV-Werbeaktionen im Volumen zwischen zehn und 20 Millionen Euro pro Jahr eingestellt und dann

zum Teil ab 2015 in den FCA investiert. „Da fühlen wir uns viel wohler“, sagt Schrameier. Nach seiner Aussage steigerte sich die Bekanntheit der Firma seitdem jedes Jahr um drei Prozent. 30 Prozent der Gesamtbevölkerung können mit dem Begriff WWK etwas anfangen. Bei der fußballaffinen Zielgruppe wissen 42 Prozent, dass die WWK ein Versicherungskonzern ist. „Das sind sehr gute Werte“, freut sich Schrameier. Auch die Zusammenarbeit mit dem FCA sei vorbildlich.

Der FCA kann mit dem Deal finanziell sorgenfrei in die Zukunft gehen. Eventuelle sportliche Steigerungen sind in den Sponsoren-Verträgen berücksichtigt. „Das gehört zu unseren Aufgaben, kaufmännisch sorgfältig zu agieren“, sagt Ströll, ohne Zahlen zu nennen. Selbst im Falle eines Abstieges würde der

„Es wäre toll, einmal wieder europäisch mitzuspielen.“

WWK-Chef Jürgen Schrameier

FCA aber dank der Millionen aus München wettbewerbsfähig bleiben und hätte die Chance auf einen raschen Wiederaufstieg.

Schrameier sieht das so: „Wenn der Abstieg einmal käme, haben wir ein großes Interesse, dem FCA eine Basis für den Wiederaufstieg zu geben. Wir wollen langfristig den FCA an unserer Seite sehen.“ Für Schrameier verkörpert der FCA die Werte, für die auch sein Unternehmen stehe: Zusammenhalt, Bodenständigkeit, Zuverlässigkeit.

Dass der FCA derzeit mit dem Fall Caiuby zu kämpfen hat, hat Schrameier durchaus registriert („Bei der WWK wären wir wenig begeistert, wenn ein Mitarbeiter sich so verhält, insbesondere wenn es mehrfach vorkommt“), doch Ratschläge will er nicht geben: „Wir gehen davon aus, dass der FCA selbst seine Probleme löst. Da mischen wir uns nicht ein.“ Ähnlich konsequent hält sich der Hauptsponsor aus sportlichen Angelegenheiten heraus und stellt keine Forderungen. Doch natürlich hat der in München geborene Schrameier Träume: „Es wäre toll, einmal wieder europäisch mitzuspielen oder im Pokal länger dabei zu sein.“



Freuen sich über die bis zum Jahr 2030 verlängerte Partnerschaft: (v. l.) FCA-Sport-Geschäftsführer Stefan Reuter, der kaufmännische Geschäftsführer des FCA, Michael Ströll, WWK-Vorstandsvorsitzender Jürgen Schrameier und FCA-Präsident Klaus Hofmann. Foto: Ulrich Wagner

FCA und WWK: So emotional ist die Partnerschaft

Montagvormittag, 10:30 Uhr in der Münchner WWK-Zentrale. Der kaufmännische FCA-Geschäftsführer Michael Ströll steigt in der Vorstandsetage aus dem Fahrstuhl. Karin Boysen, Assistentin von WWK-Chef Jürgen Schrameier, nimmt Ströll zur Begrüßung in den Arm. Man herzt sich, man duzt sich. Die Partnerschaft zwischen dem Lebensversicherer und dem Bundesligaklub ist für das Profi-Geschäft von ungewöhnlicher Emotionalität geprägt. Die WWK investiert Millionen in den FCA und erwartet natürlich harte Gegenleistungen: Ein Platz in der Bundesliga ist wichtig, eine Europapo-

kal-Teilnahme muss nicht sein, wäre aber schön. Gut informiert zu werden, das hat große Bedeutung für den WWK-Chef. Doch Schrameier, als Experte für Lebensversicherungen langfristig orientiert, ist auch der Ausdruck gemeinsamer Werte wichtig: Vertrauen und Zusammenhalt. Bei den Heimspielen fiebert meist der komplette WWK-Vorstand in der Arena mit. Die Herren aus München sind angetan vom bescheidenen Auftreten des Augsburger Klubs und der Professionalität der Führung. Besonders Sportgeschäftsführer Stefan Reuter steht hoch im Kurs. Im WWK-Empfangsbereich stehen Aufsteller ei-

„Das ist einmalig in der Bundesliga.“

FCA-Geschäftsführer Michael Ströll

Spatenstich erfolgen, ab 2020 rund 20 FCA-Talente zwischen 15 und 18 Jahren dort wohnen. Im Gegenzug erhält die WWK die Namensrechte bis 2030.

„Das ist der größte Deal in der Geschichte des FC Augsburg und einmalig in der Bundesliga“, freute sich Michael Ströll, kaufmännischer Geschäftsführer, im Gespräch mit unserer Redaktion über die langfristige Kooperation. „Für uns ist das ein Meilenstein, eine sensationelle Geschichte und ein absoluter Vertrauensbeweis.“

WWK-Vorstandschef Jürgen Schrameier sagte auf Anfrage: „Wir wollten ein Zeichen für die Zukunft setzen und dem FCA Planungssicherheit geben. Wir sind mit der Partnerschaft hochgradig zufrieden.“

Der Versicherer ist damit nicht nur Trikot- sowie Namensrechtssponsor und jetzt auch Geldgeber des Fußball-Internats. Das Münchner Unternehmen hatte vor zwei Jahren schon die leuchtende Vogelnest-Fassade an der Arena finanziert. Kein Bundesligist, nicht einmal der FC Bayern, hat in den wichtigsten Sponsoring-Säulen so langfristige Verträge. Zudem gelten die