



Nur Thomas Bach schüttelte sich

Prominente aus Wirtschaft und Politik bewerteten Stadion-Umbenennung positiv

„easyCredit-Stadion“ mag in den Ohren des Normalverbrauchers schrecklich klingen. Führende Experten der Region aus den Bereichen Politik, Wirtschaft und Sport sehen die Umbenennung des Franken-Stadions sehr viel pragmatischer und werten sie teilweise überaus positiv. Dies zeigte sich bei einer Podiumsdiskussion des Marketing-Clubs Nürnberg in Stein (siehe auch Bericht Seite 17).

Nur einer auf dem Podium zog so richtig vom Leder gegen den neuen Namen: Thomas Bach, Vizepräsident des Internationalen Olympischen Komitees und designierter Präsident des neuen, großen Deutschen Olympischen Sportbunds. Finanziell, meinte er, „macht so etwas Sinn“. „Marketingmäßig schüttelte ich mich.“ Diese Namensgebung, so Bach, „macht nur dann Sinn, wenn sie zum Produkt passt, zur Umgebung. Wenn sie auch die angesprochenen Emotionen des Sports etwas bedient.“ Aber, unterstrich der prominente Sportfunktionär, keiner dieser Punkte scheine im Nürnberger Fall richtig zu sein. „Der

Name passt weder zum Bild der Club-Mannschaft, noch zu dem des Traditionsvereins, noch zur Region.“

Herbert Hainer, Vorstandsvorsitzender von adidas, begegnete der Frage nach der Umbenennung zunächst mit Ironie: „Vielleicht ist der Name ja auch Programm, und er kann dem Club mal ganz gut nutzen, wenn er easy einen Kredit braucht.“ Ansonsten aber zeigte der adidas-Chef sehr viel Verständnis für den neuen Namen: „Man kann nicht alles haben, ein schönes Stadion und eines, das Waldstadion heißt“, meinte er und prophezeite: „Es wird bald kein Stadion mehr geben, das nicht eine Namensänderung erfahren hat.“

Ähnlich verständnisvoll drückte sich Mike de Vries aus, Geschäftsführer des Fanclubs Deutschland: „In den USA“, sagte er, „würde sich keiner Gedanken machen über die Umbenennung.“ Für den Marketing-Experten sind solche Aktionen auch eine Möglichkeit, „für den Standort zu arbeiten und ihn in der obersten Liga zu etablieren“. Das sei „in unseren Zeiten die höchste Priorität“.

Oberbürgermeister Ulrich Maly ging das Thema ein wenig differenzierter an: Er leide mit den Fans, weil der Abschied mit Leidenschaft wahrgenommen werde. Aber: „Der neue Name leistet einen wichtigen Finanzierungsbeitrag zu den Investitionen, und dem Club tut er auch gut.“

Klaus L. Wübbenhorst, Präsident der IHK und Vorstandsvorsitzender der GfK, wies darauf hin, dass „wir Fußballspiele sehen wollen und nicht immer nur solche gegen den Abstieg“. Um den Club in „andere Gefilde“ hineinzuführen, gehöre es auch dazu, Geld einzusammeln. Im Übrigen sei es bei Umbenennungen egal, welcher neue Name gewählt wird: „Der Fan wird zunächst schlucken.“ „Aber“, so vermutet Wübbenhorst, „wenn der Club erst zwei, drei Mal gewonnen hat, wird sich der Sturm legen.“ Im Übrigen solle man easyCredit nicht nur beschimpfen, sondern auch einmal „Danke sagen, dass sich ein Geldgeber gefunden hat“. An dieser Stelle brandete Beifall in einer ansonsten sehr beifallsarmen Veranstaltung auf.

ULRICH RACH