

Gelungenes Projekt: „FC-JuKi-Katalog“

FC Julbach-Kirchdorf stellt Ausstatter-Katalog vor – Merchandising soll Identifikation mit dem Verein fördern

Von Ronald Ziegler

Real Madrid macht's, ManU auch und der FC Bayern sowieso. Millionen Euro setzen die Proficlubs weltweit mit Merchandising um – und jetzt auch der FC Julbach-Kirchdorf aus der A-Klasse Eggenfelden. Der Katalog mit den „Fan-Artikeln“ ist fertig.

Hört er „Millionen-Umsatz“, kann Trainer Jürgen Fürstberger nur lachen. Der „Vater“ des Ausstatter- und Fanartikel-Katalogs verfolgt mit seiner jetzt umgesetzten Idee ganz andere Ziele: „Das ganze Projekt soll von den jüngsten Teams über die Frauen-Mannschaft und den Herren bis zu unseren Fans zur Identifizierung mit dem Verein beitragen.“ Von Anfang an wurde er dabei vom sportlichen Leiter Klaus Wimmer unterstützt. Ein offenes Ohr für ihr Vorhaben fanden sie bei Vorstand Johann Eckerl und Klaus Hofbauer von Teamsport Hofbauer in Simbach. Gemeinsam wurde die Idee schließlich umgesetzt.

„Für einen Verein unserer Größenordnung dürfte dieses Konzept wohl einmalig sein“, freut sich Vorstand Johann Eckerl über den „FC-JuKi-Katalog“, in dem persönliche Sportausrüstung und ausgewählte Fanartikel mit dem Wappen des Vereins abgelichtet sind.

Auf Heidi Klum & Co konnte man als Models gerne verzichten. „Wenn wir Leute aus dem eigenen Verein dafür gewinnen, trägt das noch mehr zur Identifikation bei“, meinten die Macher – und hatten damit recht. Heiß wurde es den Jungs, Mädels und Kids schließlich bei ihrem ersten professionellen Foto-Shooting auf dem Julbacher Sportgelände. Nicht nur wegen der sommerlichen Temperaturen Anfang Juli, sondern wegen der ungewohnten Posen und dem ständigen Umziehen.

Lediglich als es männliche „Unterwäsche-Models“ gebraucht hätte, reichte die Überzeugungskraft der MORE-Fotografin nicht aus, um die „Herrschaften“ zur illustren Darstellung ihrer Adonis-Kör-



Ein Paukenschlag im unterklassigen Fußball ist der „FC-JuKi-Katalog“, für den sich auch Trainer-tochter Lilly Fürstberger (von links), D-Jugend-Spieler Stefan Schachtner und Sarah Mühlberger aus dem Damenteam sowie Daniel Hawly und Markus Hauswirt (Bild rechts) als Models zur Verfügung stellten.

– Fotos: Werbeagentur MORE/FC JuKi



per zu animieren – so musste sie hier ein wenig improvisieren. Trotzdem: Es hat allen riesigen Spaß gemacht.

„Ende Mai ist Jürgen Fürstberger mit der Idee auf mich zugekommen und nach ein paar Gesprächen haben wir beschlossen, das Projekt in Angriff zu nehmen“, blickt Klaus Hofbauer zurück. Nach dem Motto „Wenn schon – denn schon“, sollte alles professionell aufgezogen werden – und man holte die Werbeagentur MORE ins Boot.

Nach der Auswahl möglicher Artikel wurden Musterteile bestellt und mit dem Vereinswappen bedruckt. Schließlich mussten die Preise kalkuliert, der „FC-JuKi-Ka-



Die Väter des Projekts mit den druckfrischen Katalogen: Vorstand Johann Eckerl (von links), Trainer Jürgen Fürstberger, Klaus Wimmer und Ausstattungspartner Klaus Hofbauer.

– Foto: FC JuKi

talog“ gestaltet und gedruckt, ein in dieser Form einmaliges Projekt zum Abschluss gebracht werden.

Beim gemeinsamen Baustellenfest des SV Julbach und des FC Julbach-Kirchdorf wurde der Katalog als Überraschung vorgestellt. Jetzt haben Mitglieder und Fans die Möglichkeit, sich aus einem speziell für sie zusammengestellten Sortiment auszurüsten.

Während die Großen im weltweiten Fußball-Profigeschäft bei jedem Fanartikel kräftig absahnen, gibt sich der FC Julbach-Kirchdorf sehr bescheiden. „Wichtig ist es uns, besonders günstige Preise für hochwertige Waren bieten zu kön-

nen. Daneben sollen möglichst kurze Lieferzeiten möglich sein“, erklärt Vorstand Eckerl die Vorteile für die Kunden des „FC-JuKi-Katalogs“. „Um die Preise möglichst klein zu halten, beschränken wir uns auf ein Bonussystem“, bestätigt der Vorstand. Bei jedem Einkauf aus dem Katalog fällt für den Verein ein bescheidener Obulus ab. Denn: Eine kleine, aber stetige Unterstützung für den Vereins-säckel soll das Konzept natürlich ebenfalls sein.