

VERMARKTUNG

DAS AGORA-PRINZIP

Beim belgischen Spitzenklub NOLIKO MAASEIK gelingt es den Machern, mit Hilfe eines BUSINESS CLUB Geld zu verdienen und Volleyball zum gesellschaftlichen Event zu machen

Ob Freundeskreis oder Förderverein, ob Stiftung oder Sponsorenpool: Versuche, Volleyball zu finanzieren sind mühsam. In der belgischen Provinz Limburg sieht das anders aus: Das Ambiente ist gediegen, festlich gedeckte Tische, feines Geschirr, Sechs-Gänge-Diner, indirektes Halogenlicht und Kerzen auf den

Wie schon Paul McCartney bei einem Konzert der Beatles vor den Royals und dem gemeinen Volk rief: „You folks just clap your hands and scream and shout – the others just rattle your jewelry!“ Übersetzt heißt das: „Leute, klatscht in die Hände, schreit und ruft – die anderen rascheln mit ihren Juwelen!“

zweimal“, frohlockt Raedschelders. Man verzichtet – dank der qualifizierten und mit Herzblut arbeitenden Klubmitglieder – auf teures Catering. So stellte man in der letzten Saison 4000 hochwertige Sechs-Gänge-Menüs mit besten Zutaten zusammen, kalkulierte mit 125 Mark pro Essen, aber produzierte für einen Bruchteil. Derzeitig sorgen die 45 Mitglieder des Business Club für einen Grundumsatz von 570.000 Mark. Dazu kommen Einnahmen durch Vermietungen an Firmen oder private Gesellschaften (von Businessstreffen bis zur Hochzeit) – insgesamt fließen durch die ‚Agora‘ 450.000 Mark in die Klubkasse.

Die räumlichen Voraussetzungen sind vom Feinsten: Geschäftsstelle, Tagungsraum, Mehrzweckraum mit Multimedia-Möglichkeiten und eine high-tech Edelstahl-Küche für die Restauration. Raedschelders: „Wir wollten nur das Beste und können uns mit jedem hochklassigen Restaurant in der Umgebung messen. Wir arbeiten ohne Catering, alles ist frisch. Es gibt auch nur hochwertige Weine.“ Verständlich und notwendig: die Zielgruppe, welche Noliko Maaseik in die ‚Agora‘ (Raedschelders: „Im belgischen Fußball gab es das schon länger“) lädt, ist vornehmlich die mittelständische Wirtschaft und die Politik. Eine gehobene kulinarische Versorgung ist da Verpflichtung.



FOTOS (3): JÜRGEN SABARZ

Gediegenes Vorspiel: Bevor in Maaseik Volleyball geboten wird, werden die VIP's und ihre Geschäftsfreunde mit kulinarischen Genüssen vom Feinsten verwöhnt

Tischen, bester Service, gehobene Gesellschaft. Gastronomie der besseren Art ist angesagt. Ein jovialer Präsident tänzelt von Tisch zu Tisch, ein wenig Small Talk hier, ein paar Komplimente da. Seine gezielt verabreichten Zigarren – „echt lekker“ – haben Kultstatus. Sind die Honoratioren und ihre Damen nach bestem Essen mit Top-Weinen, Pralinen und Kaffee abgefüllt, öffnen sich Jalousien und Türen: es geht hinaus zu den Business-Sitzen der Sporthalle von Noliko Maaseik.

Mijnher und Mevrouw, den rot-weißen Fanschal um den Hals gelegt, schreiten nun – vom gemeinen, auf Holz- und Plastikbänken sitzenden Zuschauer bestaunt – auf die reservierten Reihen hinunter, versinken in tief gepolsterten Sesseln, um dort dem Sportspektakel beizuwohnen. Und während die Fans – angeheizt von den in Belgien üblichen Brassbands – auf den Tribünen toben, ist die erlesene Schar, wohl auch durch die Verdauung des gerade eingenommenen Dinners, nicht ganz so lebhaft.

Man applaudiert artig, die Welle wird durch Heben der mit feinen Ringen und Kettchen geschmückten Arme und Hände weitergegeben. Maaseik gewinnt, wie fast immer. Im Anschluß an den Sieg werden im Speisesaal mit weiteren geladenen Gästen, Spielern und Journalisten noch ein oder mehrere Absacker zur Brust genommen. Vor Mitternacht geht kaum einer. Ein schöner Abend geht zuende – wohl dem, der reserviert hat. Denn: im Business Club von Noliko Maaseik sind die Topspiele lange vorzeitig ausgebucht, aber auch an normalen Spieltagen sind häufig kaum Plätze frei. Phänomenal, was Präsident Mathi Raedschelders und seine Helfershelfer da aufgebaut haben. Vor acht Jahren kam die Idee zur ‚Agora‘ (der Name ist aus dem Griechischen: Treffpunkt, Markt) und wurde Stück für Stück ausgebaut: zunächst die Business Seats in der Halle, dann der mutige Schritt zu einem selbst finanzierten Anbau an die Sporthalle. Das kostete den Klub 1,2 Millionen Mark. Die Investition lohnt sich: „Bei uns klingelt die Kasse

**Sehen und gesehen werden:
Die Agora als sozialer Treffpunkt**

Mitglied im Business Club wird man durch den Kauf einer Saisonkarte im Wert von 250.000 belgischen Franc (rund 12.500 Mark). Ein Teil der Summe (rund 5000 Mark) kann abgegessen werden – 40 Einladungen pro Saison sind möglich. Werden mehr als 40 Einladungen ausgesprochen, ergehen separate Rechnungen. Man kann Gruppen von Geschäftsfreunden einladen oder allein mit Gattin speisen – wie auch immer. 150.000 Franc bleiben für die weichen roten Business-Sitze in der Halle. Wichtig ist für Raedschelders das Treffen anlässlich eines Sportevents. „Die Vorteile des Klubs liegen im sportlichen Ambiente – einen Politiker oder Topmanager kann man ja mit einer privaten, individuellen Einladung kaum hinter dem Ofen vorlocken. Viele unserer Sponsoren sind permanent geschäftlich unterwegs. Die ‚Agora‘ ist ein soziales Event, bedeutet Abwechslung und Freude für alle.“

Mittlerweile erwirtschaftet die ‚Agora‘ stabile 25 Prozent des Jahresetats der Volleyballer. Es läuft gut in Maaseik. Das Team von Schwedens Erfolgstrainer Anders Kristiansson spielte in den letzten Jahren regelmäßig in der europäischen Spitze. Es läuft so gut, daß die Planungen für einen Hallenneubau mit 4000 Plätzen konkrete Formen angenommen haben: Richtig soll im Herbst 2002 sein. Dort soll es eine noch größere ‚Agora‘ geben. Der Betrieb eines Business Clubs erfordert gewisse Standards. Der Erfolg in Maaseik gründet auf die Beachtung dieser Standards, auf einer Reihe Standortfaktoren und – nicht zu unterschätzen – einer Sportkultur mit Traditionen. Dennoch scheint das Modell transferierbar. Es gibt in Belgien keine Sporthalle, die nicht eine – wenn auch kleine – Restauration mit

koch Louis Balien in einem französischen Drei-Sterne Restaurant gelernt hat und Lehrer an der Hotelschule in Hasselt ist. Manager Jean-Marie Telen ist dort ebenfalls Dozent. Beide sind langjährige Mitglieder im Klub und geben ihre Qualifikation und ihre Arbeitskraft. Daß der Präsident Raedschelders aus der mittelständischen Wirtschaft kommt, öffnet viele Türen. Ebenso die Tatsache, daß er eine glaubwürdige, präsidiale Ausstrahlung hat. Produkt und Ambiente stimmen. Ein nebulöser Etat, harte Holzbänke Seite an Seite mit dem Volk – das sperrt gewisse Kreise aus. Die sportlichen Strukturen liegen offen und sind seriös: die Finanzierung der Mannschaft ist kein Geheimnis: 25 Prozent des Etats kommt von Großsponsoren auf dem Trikot, 25 Prozent wird durch Kleinsponsoren gedeckt, 25 Prozent

durch Zuschauereinnahmen, Beiträge und Spenden und 25 Prozent durch die ‚Agora‘. Das Team kostet 1,8 Millionen Mark pro Saison, leistet sich zwei hauptamtliche Funktionäre und ein Dreier-Trainerteam.

Nicht umsonst stellte FIVB-Präsident Ruben Acosta kürzlich fest, die Belgier seien bei der Professionalisierung nationaler Spielklassen in Europa nach Italien am weitesten. Neben Maaseik gibt es auch Business Clubs in Antwerpen, Lennik (Brüssel), Menen und Roeselare. In Antwerpen zahlen 150 Mitglieder 50.000 Franc pro Saison. Andere Klubs, auch bei den Frauen (Fortis Herentals), sind auf dem Sprung. Selbst wenn die Standortfaktoren nicht ganz so günstig sind wie in Maaseik: mit Phantasie, Engagement, Ausdauer und Seriosität ist ein Transfer der Business-Club-Idee durchaus möglich. Auch in Deutschland.

Jürgen Sabarz ■



Gut gepolstert: In Maaseik ist Volleyball für manche Fans ein weiches Vergnügen

Durchblick zur Halle hat. Niemand geht nach dem Sport sofort nach Hause. Man trifft sich, schaut zu, wird gesehen. Sport war immer schon ein rundum soziales Ereignis. Ganz wichtig: wer in Belgien Sport vermarktet und dies in einem Klub ohne wirtschaftliche Gewinnabsicht macht, steht steuerlich besser da als in Deutschland. Vergnügungssteuer, Umsatzsteuer, Körperschaftssteuer entfallen, nur Mehrwertsteuer wird gezahlt. Mitglieder der ‚Agora‘ können ihre Ausgaben als Werbeausgaben zu 50 Prozent von der Steuer absetzen. Die direkte Einladung des Geschäftsfreundes in ein teures Restaurant wäre nicht absetzbar. Da lädt man gerne zum Sport ein.

Die Standortfaktoren in Maaseik sind günstig: Eine verschworene, über lange Jahre gewachsene Klubfamilie, die kontinuierlich, seriös und transparent in der Kleinstadt Maaseik (kleines wirtschaftliches Zentrum im Dreiländereck Holland/Belgien/Deutschland) im Volleyball eine Spitzenposition aufgebaut hat. Sportliche Konkurrenz fehlt. Ein Glücksfall ist, daß Chef-



Jovialer Präsident: Mathi Raedschelders verkörpert das Erfolgsrezept von Maaseik