

# Konzept Hansa-Schuldenpaten

[Motivation und Grundidee](#)

[Gestaltung](#)

[Vermarktung](#)

[Bestehende Kommunikationskanäle des Vereins](#)

[Sozial Media](#)

[Klassische Medien](#)

[Prominente Paten](#)

[Erweiterung](#)

[Umsetzung](#)

## Motivation und Grundidee

Die Wettbewerbsfähigkeit des FC Hansa Rostock ist derzeit durch einen hohen Schuldenstand eingeschränkt. Je nach Quelle steht Hansa Rostock bei seinen Gläubigern mit ca. 15 Mio. Euro in der Kreide. Die Gründe dafür sind vorrangig in der Vergangenheit zu suchen. Unter anderem wurde durch ein Urteil eine zusätzliche Steuerschuld von 4,5 Mio. Euro ausgelöst.

Zielsetzung des dargestellten Projektes ist es, die Belastung aus den Verbindlichkeiten durch das Einsammeln vieler kleiner Beiträge zu verringern. Dafür sollen Fans und Sympathisanten die Patenschaft für einen kleinen Teil der Schulden übernehmen. Die Schulden werden dafür gestückelt, so eine Einzelperson die Patenschaft z.B. für 100 Euro der Schulden übernehmen kann. Der Grundgedanke bezieht sich bewusst ausschließlich auf die Zinsbelastung und nicht auf Tilgungsanteile. Durch die Übernahme der Zinsen belasten die Schulden gedanklich nicht mehr den sonstigen Etat. Selbstverständlich ist dem Autor bewusst, dass die Verbindlichkeiten auch noch zurückgezahlt werden müssen. In den Erweiterungen werden Möglichkeiten diskutiert, wie dieses Projekt dazu beitragen kann.

Da die Unterstützung durch kleine Beiträge erfolgen soll, darf der zusätzliche (finanzielle) Aufwand aus dem Projekt nur sehr gering sein. Durch eine konsequente Kostenminimierung sollen die Einnahmen möglichst vollständig dem Verein zu Gute kommen.

Im Vergleich zur bereits aufgelegten Fananleihe kann ein Pate mit einem geringen Budget den Verein unterstützen.

## Gestaltung

Bei Verbindlichkeiten von 15 Mio. Euro und einer Stückelung von 100 Euro würden 150.000 Schuldenteile entstehen, für die man eine Patenschaft übernehmen kann. Bei einem unterstellten Zinssatz von 7% könnten man bereits ab 7 Euro im Jahr eine Patenschaft übernehmen. Mit 70 Euro kann die Patenschaft für 1.000 Euro übernommen werden.

Um eine möglichst nachhaltige Unterstützung zu erreichen ist die Standardpartnerschaft auf eine mehrjährige Patenschaft ausgelegt. Es können aber auch 1-Jahrespatschaften abgeschlossen werden.

Der aktuell Stand der Patenschaften wird auf einer eigenen Webseite dokumentiert (z.B. unter der Domain [www.hansa-paten.de](http://www.hansa-paten.de)). Die Dokumentation könnte anhand eines auf der Webseite

hinterlegten Vereinswappens erfolgen, das in 390x390 Einzelteile zerlegt ist. In Anlehnung einer Pixelmillion repräsentiert jedes der Teile 100 Euro Verbindlichkeiten. Jeder Schuldenteil kann mit einer vom Paten angegebenen Webseite verlinkt werden. Wenn der Pate diese Leistung nicht in Anspruch nimmt, kann die Verlinkung auf den Onlineshop und/oder das Ticketportal des Vereins erfolgen.

Jeder Pate bekommt zusätzlich auf Wunsch ein Zertifikat seiner Patenschaft als PDF per E-Mail zugesandt. Im Sinne der Einfachheit und bewußten Kostenreduzierung findet kein papierhafter Versand statt.

## **Vermarktung**

Die Aufmerksamkeit für dieses Projekt darf ebenfalls nur über Kanäle erfolgen, die keine zusätzliche Liquidität erfordern.

### *Bestehende Kommunikationskanäle des Vereins*

Zunächst sollen bestehende Kommunikationskanäle genutzt werden. So kann auf der Webseite berichtet werden. Des Weiteren kann während Heimspielen auf das Projekt aufmerksam gemacht werden. Neben der Präsentation vor dem Spiel oder der Halbzeit könnten auch Flyer auf den Tribünen verteilt werden, die idealerweise durch einen Kleinsponsor gestellt werden.

Genutzt werden kann ebenfalls das eigene Forum auf der Webseite. Des Weiteren können alle Mitglieder (per Mail) und Kunden des Onlineshops per Mail über die Aktion informiert werden.

### *Sozial Media*

Hansa-Fans sind auf Twitter, Xing und Facebook gut vernetzt. Über Mundpropaganda kann diese Aktion in diesen Foren weit verbreitet werden.

### *Klassische Medien*

Diese Aktion ist in ihrer Gestaltung bislang einmalig. Klassische Medien werden Pressemitteilungen zu diesem Thema deshalb möglicherweise gerne aufgreifen und darüber berichten.

### *Prominente Paten*

Einen positiven Effekt für die Aufmerksamkeit (auch in Medien) könnte beitragen, wenn prominente Schuldenpaten gewonnen werden können. Das könnten z.B. Exspieler wie Rene Schneider, Toni und Felix Kroos, Martin Pieckenhagen und anderen sein. Aber auch Politiker wie Lorenz Caffier, Erwin Sellering oder Bundespräsident Joachim Gauck oder andere Prominente können die Aktion medienwirksam unterstützen.

## **Erweiterung**

Das Konzept könnte erweitert werden um eine Plusoption. Diese könnte 1 bis 2 Euro pro

100Euro-Patenschaft betragen. Je nach Focus könnte das Geld als direkte Schuldentulung, Förderbeitrag für die Nachwuchsakademie oder soziale Projekte verwendet werden.

Bei der sozialen Option könnte der Verein von dem Geld z.B. Karten für benachteiligte Kinder finanzieren, die so an den Heimspielen des FC Hansa teilnehmen können.

## **Umsetzung**

Wichtig bei der Umsetzung ist, dass konsequent darauf verzichtet werden muß "Bar" Geld für die Umsetzung auszugeben. So können z.B. für die Umsetzung von Graphiken oder der Webseite Fans gewonnen werden, die entsprechende Qualifikationen besitzen. Ebenso kann die Verwaltung der Patenschaften von ehrenamtlichen Helfern übernommen werden, die z.B. aus Fanprojekten gewonnen werden können.