

DIE OSTSCHWEIZ

Sie tragen den Club

Die Donatoren-Vereine stellen sich vor

Sie vertraut auf den Prozess

FCSG-Trainerin Marisa Wunderlin im Porträt

Sechs Jahre grün- weisse Bewegung

Sonderausgabe zum FC St. Gallen

Er führt mit klaren Werten
Wie Matthias Hüppi Identifikation schafft

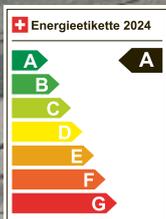
Future Champs Ostschweiz
Hier trainieren die Hoffnungsträger von morgen

Auf nach Europa!
Grussworte von Jeff Saibene



CHF 12.-
EUR 12.-

Der neue ID.7 Tourer



Jetzt informieren

Mehr Raum zum Träumen

Ob der Traum vom perfekten Fussballmoment oder der Traum vom perfekten Auto: Im ID.7 Tourer verschmelzen Traum und Wirklichkeit zu einem nachhaltigen Erlebnis. Der neue Kombi der vollelektrischen ID.7 Familie setzt neue Massstäbe und besticht mit einer Reichweite von bis zu 685 km, schnellem Laden und grosszügigem Kofferraum. Wir beraten Sie gerne und freuen uns auf Ihren Besuch.

VW ID.7 Tourer, 286 PS, 16,8–14,5 kWh/100 km, 0 g CO₂/km, Kat. A



GNG

GNG AG

Langfeldstrasse 10, 9200 Gossau SG
Tel. 071 388 57 57, partner.volkswagen.ch/gng



Liebe Leserin, lieber Leser

«Der FC St. Gallen ist gut für den Charakter», sagte mein Vater stets, wenn unser FC eine bittere Niederlage hinnehmen musste. Titel- und Pokalfeiern waren für andere Vereine bestimmt. Doch Leiden und Leidenschaft sind im Osten der Schweiz ein Synonym. Keine andere Region kann auf eine so heissblütige wie treue Anhängerschaft zählen. Während in Genf selbst internationale Spiele vor trostloser Kulisse ausgetragen werden, sorgte der FC St. Gallen sogar in der Challenge League für Zuschauerrekorde. Die Liebe zum Fussball ist zwischen Bodensee und Walensee einmalig.

Als Matthias Hüppi den Verein mitten in seiner grössten Krise übernahm, wurden Hoffnungen geweckt, mit dem ehemaligen SRF-Mann in eine erfolgreiche Ära zu starten. Hüppi sprach von einer grün-weissen Bewegung, die er erzeugen wolle. Und die grün-weisse Bewegung kam. Sie kam in Form von Identifikationsfiguren wie Alain Sutter, Peter Zeidler, Lukas Görtler oder Jordi Quintilla. Sie wurde bei «Espen on Tour» sichtbar, wenn Hunderte von Kindern und Familien den Trainings beiwohnten. Und sie erreichte ihren Höhepunkt, als 20 000 euphorische Fans ihren FC St. Gallen nach Bern zum Cupfinal begleiteten.

Es sind gute Jahre für Verein und Fans. Man konnte sich in der vorderen Tabellenhälfte etablieren, spielte sogar um den Titel mit. Es wurden mehr Saisonabos verkauft als jemals zuvor. Auch die Merchandising-Einnahmen, Catering und Stadionauslastung erzielen Spitzenwerte. Der Besuch eines Heimspiels ist längst ein gesellschaftliches Ereignis, ganz unabhängig von der aktuellen Formkurve. Die erhoffte grün-weisse Bewegung ist Wirklichkeit geworden.

Für den oft leidgeprüften FC St. Gallen-Fan gibt es allen Grund, die Ära Hüppi als Genugtuung zu feiern. Wäre da nicht die stille Sehnsucht, nach dem Mai 2000 irgendwann wieder ein grosses Fest in St. Gallen zu feiern und die eigenen Lieblinge einen Pokal in die Höhe stemmen zu sehen. Vorher werden wir womöglich noch ein paar Rückschläge hinnehmen müssen. Aber damit haben wir gelernt umzugehen. Während in München, Madrid und Bern nur Titel gut genug sind, feiern wir in der Ostschweiz jedes Goal, jede gelungene Grätsche und manchmal auch uns selbst. Der FC St. Gallen ist ein Lebensgefühl und mit Sicherheit gut für den Charakter.

Ich wünsche Ihnen spannende Lektüre, und: Hopp Sangallä!

Martin Oswald,
Verlagsleiter



Wenn Sie neu auf uns gestossen sind und keine Ausgabe verpassen wollen, dann abonnieren Sie unser Magazin unter abo@dieostschweiz.ch oder per Telefon unter 071 221 20 90.

Am schnellsten geht es online:
www.ostschweizermedien.ch/angebote



Herausgeber, Redaktion und Verlag:

«Die Ostschweiz»
Ostschweizer Medien AG
Marktgasse 14
9000 St. Gallen
T +41 71 221 20 90
info@dieostschweiz.ch
www.dieostschweiz.ch

Redaktionsleitung: Marcel Baumgartner, marcel.baumgartner@dieostschweiz.ch | **Verlagsleitung:** Martin Oswald | **Anzeigenleitung:** Martin Schwizer, martin.schwizer@dieostschweiz.ch | **Marketingservice:** Katja Zambelli, katja.zambelli@dieostschweiz.ch; Judith Strässle, judith.straessle@dieostschweiz.ch | **Redaktion:** Manuela Bruhin, Michel Bossart, Odilia Hiller | **Autoren:** Isabel Schorer, Remo Zollinger, Jeff Saibene, Markus Scherrer | **Korrektorat:** Galledia Print AG | **Aboverwaltung:** Jelena Kozic, abo.dieostschweiz@galledia.ch | **Abopreis:** CHF 69.- für 6 Ausgaben | **Erscheinung:** «Die Ostschweiz» erscheint 6 Mal jährlich mit Ausgaben März, Mai, Juni, August, Oktober, Dezember | **Gestaltung/Satz:** Multicolor Print AG | **Produktion:** Galledia Print AG



**LOCHER CRAFT
GESCHMACK AUF DIE
SPITZE GETRIEBEN**



Genug Mumm? Dann steig in unsere Seilschaft ein. Das Ziel: Geschmack auf die Spitze treiben. Dafür solltest du mit allen Wassern gewaschen sein. So wie unser Craft Beer. Das Bier mit Ecken und Kanten. Unkonventionell und entschlossen. Mit Grips. So wie die Menschen, die den Alpstein prägten. Die Rezeptur: Aus dem Leben gegriffen. Inspiriert von den Pionieren und Pionierinnen unserer Region. Deshalb sind die neuen Kreationen ihren Geschichten gewidmet. Komm mit und entdecke unsere handgebrauten Berglegenden. Auf geht's.



BREWED IN THE  OF APPENZEL



LOCHERCRAFT.CH

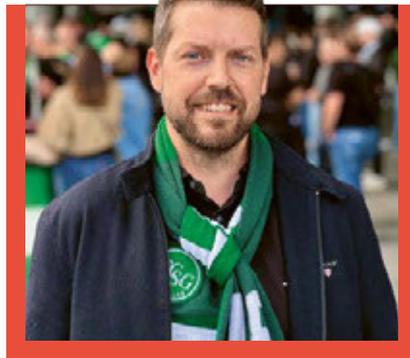
Betriebsliegenschaft finanzieren?

Wir bürgen für Sie

BG OST-SÜD Bürgschaftsgenossenschaft für KMU
071 242 00 60 – www.bgost.ch

BGOST
CFSUD

«Steil aufwärts»



Damian Föllmi

«Matthias Hüppi ist ein hervorragender Präsident für diesen Club. Ein Titel wäre zwar schön, aber die Fans sind auch so zufrieden, wie sich der Club in den letzten Jahren entwickelt hat.»

Andrea Gahler

«Es ging steil aufwärts in den letzten Jahren. Schau dir all die Fans an, schon jetzt, zwei Stunden vor dem Spiel, das gab es vor sechs Jahren noch nicht. Meister zu werden wird schwierig, aber den Cup hätten wir schon gerne gewonnen. Sollten wir in der Conference League auf eine spanische Mannschaft treffen, würden wir zum Auswärtsspiel reisen.»



Rosmarie Garrido

«Was mir am FC SG so gut gefällt, ist die Durchmischung auf der Fantribüne, Männer und Frauen, alle Altersstufen – eine grosse Offenheit.»

Jaime

«In den letzten Jahren kamen immer mehr Zuschauer, alle haben mehr Freude an den Spielen, mehr Euphorie. Auch fussballerisch geht es vorwärts, mit dem Abstieg haben wir schon lange nichts mehr zu tun. Einziger Wehrmutstropfen: Ein Titel im Cupfinal wäre halt schon schön gewesen.»

Gilbert Meile

«Seit Hüppi unser Präsident ist, werden wir auch im Rest der Schweiz wahrgenommen. Vorher hat niemand über den FC St. Gallen geredet. Aber nicht nur in der Schweiz, er bringt den Club mit Espen on Tour auch in die Region. Das ist wichtig für die Jugend. Ich habe schon von Schulklassen gehört, die sich erzählt haben, sie hätten Hüppi im Zug gesehen – wie ein Star. Das braucht ein Verein, so ein charismatisches Aushängeschild.»

Benno Güntert

«Bis auf den Meistertitel 2000 waren die letzten paar Jahre die beste Zeit für den Verein. Hüppi, Sutter und Zeidler stehen für diese Zeit und mir graut jetzt schon davor, was danach kommt. Sutter ist ja leider bereits nicht mehr da. Ich brauche keine Titel. Mir ist es auch egal, wenn wir in der Challenge League spielen. Ob wir da drei Sterne auf dem Logo haben oder gar keine, das interessiert mich nicht.»



Unerschütterliche



Zwischen dem Stadttheater und dem Kybunpark liegen 6 km Luftlinie. Doch wenn die Spieler den Platz betreten, wohnt dem Moment stets ein Zauber der grossen Inszenierung inne. Wieder haben die Fans in stundenlanger Arbeit aufwendige und eindrücklich grosse Choreografien vorbereitet, die jetzt über den Köpfen des Espenblocks aufgerollt und präsentiert werden. Die

Musik über die Stadionlautsprecher geht unter im Gesang, der aus Tausenden von Kehlen aus der Fantribüne durch das ganze Rund hallt. Die Spieler reihen sich auf, blicken kurz nach rechts in die Kurve und wissen, «diese Fans wollen uns kämpfen sehen.»

Doch die Unterstützung der Fans endet nicht an der Stadtgrenze. Viele

reisen quer durch das Land, um ihr Team auch bei Auswärtsspielen zu begleiten. Egal wie weit der Weg ist, ob in Lugano oder bei Servette in Genf, sie sind dabei und bringen ihre Begeisterung für Grün-Weiss in jedes Stadion.

Schon eine Stunde vor Spielbeginn beginnen sie, Stimmung zu machen. Mit Gesängen, Trommeln und Fahnen

Leidenschaft



sorgen sie dafür, dass der Funke auf die Spieler und die anderen Zuschauer überspringt. Ihr Enthusiasmus ist ansteckend und schafft eine unvergleichliche Atmosphäre.

Besonders bewundernswert ist ihre bedingungslose Unterstützung, auch in schweren Zeiten. Lläuft es sportlich einmal nicht rund, stehen sie trotzdem geschlossen hinter der Mannschaft. Ihr Glaube an das Team bleibt unerschütterlich, sie motivieren und feuern an, egal wie das

Ergebnis am Ende aussieht. Solange die Spieler alles versucht haben, um jeden Ball gekämpft und nie aufgegeben haben, solange ist ihnen der Applaus der Anhänger sicher. «Mir werded immer zämästoh», singt der Espenblock auch dann, wenn die Spieler nach verlorenen Punkten mit hängenden Köpfen vor ihnen stehen. Dann gibt es ein lautes «Hopp Sangallä» als Aufmunterung für das nächste Spiel. Die Fans werden wieder da sein, mit einer neuen Choreografie, mit Fahnen und Schals. Das ist St. Gallen. Fussballstadt. Eine grün-weisse Bewegung.

12/09/2024



GREENOVATION SUMMIT



Jetzt anmelden
greenovation-summit.ch

12. SEPTEMBER 2024

CUBIC Innovation Campus
Bühler AG, Uzwil

Sandra Banholzer CEO Rausch AG

Johanna Gollnhofer Universität St. Gallen HSG

Andreas Zindel CEO Zindel + Co. AG

Thomas Kirchhofer Direktor St. Gallen Bodensee Tourismus

Mona Vetsch Moderation

u.v.m

Sponsoren



Programm Partner



Presenting Partner



Veranstalter

DIE OSTSCHWEIZ

Zwischen Passion und Pragmatismus

Der Präsident des FC St. Gallen, Matthias Hüppi, ist Beispiel dafür, wie man die Komplexität des Fussballgeschäfts meistern kann, ohne die eigenen Werte aus den Augen zu verlieren. Ein Porträt.

Text: Odilia Hiller, Bilder: Donato Caspari



Es ist das letzte Spiel der Saison. FC St. Gallen gegen FC Zürich. Der Kybunpark ist ausverkauft bis auf den letzten Platz. Hunderte stehen Stunden vor dem Match an, um als Erste auf der Tribüne zu sein. Am Ende feuern über 20 000 Fussballbegeisterte ihren Klub an, davon 3000 Zürcher. Alle, die nicht Zürcher sind, nennt Matthias Hüppi die grünweisse Bewegung. Seit sechs Jahren gibt es sie nun – seit dem Präsidenten und seinem Team die Geschicke des FC St. Gallen übergeben wurden. Hüppi betont gern und oft, er sei kein Sololäufer. Das alles sei die Leistung eines grossen Teams. Dennoch ist er Kopf, Herz und Hirn dieser Bewegung. Und er trägt die Verantwortung.

In den Wochen, in denen wir den Klubpräsidenten und einsichtigen TV-Sportmoderator mehrmals treffen und begleiten, wird klar: Das Fussballgeschäft ist kompliziert. Es geht um

Matthias Hüppi:
«Ich mache das nicht
meinetwegen, sondern
nur wegen des Klubs.»

die schwarze Null, ja, auch. Um Millioneninvestitionen, bei denen es keine Garantie auf Rendite gibt, weil sich im Fussball fast gar nichts garantieren lässt. Doch es dreht sich vor allem um Menschen, um Sportlerinnen, Talente und Profis. Um Interessensgruppen, Fans, Aktionäre, Sponsoren und Donatoren. Hüppi sagt es so: «Es geht um weit mehr als um Franken und Rappen.»

Passion und Energie wie auf Kommando

Siegen müssen ist kompliziert, und Hüppi verhehlt nicht, dass er neben Freude, Enthusiasmus und Feuer auch



schwierige Momente erlebt. Er erzählt, wie er gelernt hat, mit dem Auf und Ab, dem Gewinnen und Verlieren, dem extremen Helldunkel der Fussballwelt umzugehen. Wir lernen einen Mann kennen, der wie auf Kommando Passion und Energie zu versprühen vermag wie kaum ein Zweiter. Der Reden mit so viel Tempo hält, dass alle mit offenem Mund zuhören. Weil er sich dem FC St. Gallen mit Haut und Haaren verschrieben hat. «Ich bin so. Ich kann gar nicht anders. Wenn ich etwas mache, dann richtig», sagt Hüppi.

Viele sagen über ihn, in seinen Adern fliesse nicht rotes, sondern grünweisses Blut. Für Aussenstehende hört sich solches manchmal kitschig an. Zeit, es zu überprüfen.

Im Bauch des Stadions trifft sich der Klubpräsident vor jedem Spiel mit seinem Verwaltungsrat, mit dem er ein grosses gemeinsames Ziel teilt: den FC St. Gallen nachhaltig zu führen. Und, wie Hüppi sagt, noch viel mehr als das. Alle hier seien grünweiss im Herz: «Es ist ein Geschenk, dass es auch persönlich so gut passt. Wir haben ein ausgezeichnetes Verhältnis untereinander, was ich aussergewöhnlich finde.» An den Heimspielen sei der Verwaltungsrat, wo seit 2020 auch der St. Galler Ständerat Beni Würth einsetzt, praktisch immer komplett.

Die Macht der Rhetorik

Nach der Sitzung beginnt für Präsident Hüppi ein Sprint der besonderen Art: Wie ein Falke im Sturzflug eilt Hüppi von Loge zu Loge, um möglichst viele Gäste zu begrüssen. Um ihnen von der Riesenstimmung zu erzählen, die sie an





dem Abend erwartet. Er jagt vom vierten in den fünften Stock des VIP-Bereichs. Von den V-Zug-Logen zur Fortimo-Lounge und wieder zurück. Er schafft es, in jeder Loge eine leicht andere Version der Begrüßungsansprache zu halten, während vor den Gästen die Älplermagronen und die Bratwürste dampfen. Es ist, als wäre er sich zu schade, vier- oder fünfmal das Gleiche zu erzählen.

Jedenfalls wird spätestens hier eines der unbestrittenen Talente dieses Mannes offensichtlich: fesseln, begeistern, anfixen. Im Grunde ist es die klassische Rhetorik: Überzeugen und Beeinflussen durch wirkungsvollen Einsatz von Sprache, um ein Publikum zu einem bestimmten Gedanken, Gefühl oder Handeln zu bewegen. Seine Stimme ist kraftvoll, jede Faser des Körpers tonisiert, das Lachen gewinnend. Stets weiss er, seine Aussagen mit einer Prise Humor zu garnieren. 36 Jahre Fernsehen prägen.

Sein Bruder, der St. Galler Anwalt und einstige FCSG-Verwaltungsrat Michael Hüppi, sagt, Matthias habe Auftritte schon als Jugendlicher geliebt. Performances und Produktionen im Familien- und Freundeskreis. «Das war

seins. Er ist auch ein guter Dichter.» Solches kommt nicht von ungefähr. Vater Hüppi war Anwalt, die Mutter – Bundesrat Kurt Furglers Schwester – hatte einst davon geträumt, Schauspieler zu werden. «Sie hatte dieses Talent auch», sagt Michael Hüppi. Wer überdies als Onkel einen Bundesrat und den verstorbenen Alt-TV-Sportchef Martin Furgler in der Familie hat, darf sich nicht wundern, wenn es den Neffen zum Reden und Auftreten treibt.

Matthias Hüppi selbst sagt: «Ich mache das nicht meinetwegen, sondern nur wegen des Klubs. Egal, ob es grössere oder kleinere Gruppen sind oder Einzelpersonen, mit denen ich spreche, es gibt immer eine Möglichkeit, an der Reputation zu arbeiten.» Und: «Ich bin permanent der FC. Das ist wahrscheinlich schwer nachzuvollziehen. Ich sage das nicht, um mich selbst zu loben.» Aber ihn interessiert einfach rund um die Uhr, wie «wir als Club in dieser Region wahrgenommen werden».

«Ich bin sehr tief im Dialog mit der Kurve» Er folge weder einem Auswahlprozedere noch einer Prioritätenliste, mit wem er rede. Der spontane Austausch mit den Fans in der Stadt St. Gallen – die er «wunderschön» findet, und wo er aufgewachsen ist – sei ihm ebenso teuer wie jener mit Aktionären, Sponsoren und Donatoren. Der Präsident betont die Bedeutung von Respekt und Dialog, auch gegenüber den Ultras, die für ihn keine «Chaoten» sind, sondern eine Gruppe, mit der man sprechen müsse. Was nicht immer einfach sei, zumal es tatsächlich einige wenige gebe, die sich strafbar machen. «Ich bin sehr tief im Dialog mit der Kurve. Da gibt es Momente, da hast du Erfolg, kommst weiter, und dann wirst du wieder zurückgeschlagen.» Die, die blöd tun, seien eine ganz kleine Gruppe. Doch insgesamt seien die Heimspiele in St. Gallen sehr

sicher. «Das haben wir inzwischen gut im Griff. Das sieht man auch an unserem Publikum: Familien, viele Frauengruppen, es kommen einfach alle. Die wären nicht da, wenn es so gefährlich wäre.»

Während der Spiele stellt er sich am liebsten mitten ins Publikum. «Dann falle ich bei einem Goal auch mal wildfremden Leuten um den Hals.» Die Begeisterung für den FC St. Gallen ist für ihn keine Einbahnstrasse. Es ist offensichtlich, dass er eine Verpflichtung verspürt, etwas zurückzugeben. Von sich, von seiner Präsenz, von seinen Fähigkeiten. Leadership heisse für ihn vor allem eines: Verantwortung. «Du musst das Wissen, die Erfahrung und die Kompetenz bereitwillig weitergeben und anderen zur Verfügung stellen», sagt er über seinen Führungsstil.



Die Last der Verantwortung Doch manchmal lastet die Verantwortung schwer. «Ich habe manchmal Mühe abzuschalten. Das gebe ich zu», sagt Hüppi. Mit der Grösse der «Bewegung» steigen auch die Ansprüche. Der Fussball ist ein emotionales Geschäft, verbunden mit viel Druck. Und manchmal gilt es, die «Hysterie einzumitteln». Hüppi spricht offen über schlaflose Nächte, wenn die Mannschaft nicht erfolgreich ist. Oder wenn es intern zu Spannungen oder schweren Entscheidungen kommt. «Wir leben nicht auf einem Planeten der Seligen. Auch bei uns chlöpfte es einmal.» Er sei nicht frei von Emotionen, im Gegenteil, aber er lebe mit ihnen. «Ich bin nicht aus Teflon.» Hüppi betont, dass man Emotionen nicht unterdrücken, sondern kanalisieren müsse. Noch nie habe er beispielsweise eine Wutrede vor der Mannschaft gehalten. «Aber authentisch musst du bleiben, dur all Böde dure.» Im Fussball gebe es so viele Situationen, die nicht beeinflussbar seien. Umso wichtiger sei es, unabhängig zu bleiben und seinen Weg zu gehen. «Ich musste lernen: Es ist gut so, wie ich bin.»

Kritiker und Skepsis werde es immer geben. Wichtig sei der Umgang damit. «Die Kritik anderer liegt ausserhalb meiner Verantwortung. Und Skeptiker kann man versuchen zu

«Eine Riesen-Challenge, weil meine Frau hundertmal talentierter ist als ich.»



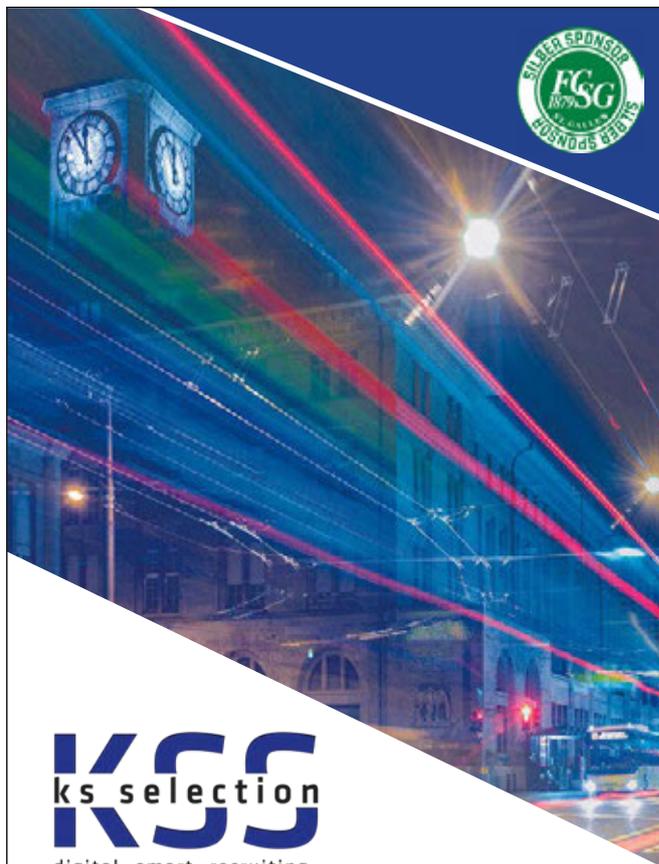
überzeugen.» Schon beim Fernsehen habe er gelernt, was es heisse, an einem Tag hochgejubelt und am nächsten niedergeschrieben zu werden. Irgendwann habe er für sich selbst entschieden, nie mehr wütend zu sein auf Leute, die ihn kritisierten. Weil auch das für ihn bedeute, unabhängig zu sein.

Der Erfolg ist nicht planbar

Hüppi sieht den Erfolg im Fussball nicht als planbar an. Eher als Resultat von guter Teamarbeit, den richtigen Rahmenbedingungen und der Fähigkeit, das Team und seine exponierten Figuren zu unterstützen und zu schützen. Kommt es ob all der Unplanbarkeit zu Momenten der Ohnmacht, zieht er sich zurück, sucht – auch im Stadion – für einen Moment die Stille. Wie sehr betrübt es ihn, wenn es nicht gut läuft? «Es gibt einfach Situationen, da weisst du, wir müssen gewinnen, sonst kommen wir richtig in die Breddouille.» Und dann kommt die Enttäuschung, wenn es nicht klappt. «Du denkst, gopf, das ist doch nicht möglich.» Das sei nie als Schuldzuweisung gemeint, sondern eher ein «Anflug von Fassungslosigkeit».

Bruder Michael Hüppi weist darauf hin, wie sportlich Matthias Hüppi selbst ist. Die Führung des FC St. Gallen betreibe er wie den Sport: mit Kampfgeist, Akribie, Planung, Fokus und einem Team, dem er vertraue. Für seine persönliche Balance hat Matthias Hüppi nun «im hohen Alter» noch angefangen zu golfen. «Eine Riesen-Challenge, weil meine Frau hundertmal talentierter ist als ich», sagt Matthias Hüppi. Hier lerne er, dass es absolut unmöglich sei, gleichzeitig an den FC St. Gallen zu denken und einen Golfball erfolgreich einzulochen. «Das klappt nur, wenn du zu 100 Prozent frei bist im Kopf. Ich arbeite daran, aber es will mir noch nicht so richtig gelingen. Es braucht noch etwas Zeit, aber dann wird das wunderschön.»

Vielleicht funktioniert es noch besser, wenn eines Tages nicht mehr nur grünweisses, sondern auch wieder etwas rotes Blut durch Matthias Hüppis Adern fliesst. Doch darauf muss der Golfball wohl noch länger warten.



KSS
ks selection
digital . smart . recruiting .

Smart Recruiting im digitalen Zeitalter

Als führender Ostschweizer Anbieter für Active Sourcing und massgeschneiderte Rekrutierungslösungen bringen wir Unternehmen mit zukünftigen Leistungsträgern zusammen.

Unsere eigene entwickelte Software nutzt Big Data und künstliche Intelligenz, um gezielt Top-Talente bis hin zu Führungspersönlichkeiten auf mehr als 50 Social Media Plattformen zu identifizieren.

📍 Schuppisstrasse 7
9016 St. Gallen

📍 Richard-Wagner-Strasse 6
8002 Zürich

+41 71 230 01 10
info@ks-selection.ch

FOLGE UNS AUF



SGKB – Halle erstrahlt in Grün – Weiss



Wie bei den Finanzdienstleistungen ist die St. Galler Kantonalbank auch im Sponsoring an einer langfristigen Zusammenarbeit interessiert. Mit dem FC St. Gallen 1879 geht die Bank seit über 20 Jahren durch dick und dünn – soeben hat sie ihr Hauptsponsoring bei den Espen bis 2029 verlängert.

Die St. Galler Kantonalbank ist mit der Region gewachsen und seit über 150 Jahren eng mit ihr verbunden. Mit ihren regionalen Engagements nimmt die SGKB ihre volkswirtschaftliche Verantwortung auch im Sponsoring wahr und unterstützt das wirtschaftliche, kulturelle und soziale Leben in der Ostschweiz. Sie ist Partnerin bei einer Vielzahl interessanter Kultur- und Freizeitangebote, die das gesellschaftliche Leben in der Region bereichern.

Gemeinsamer Auftritt an der SGKB-GV

Eine besondere, langjährige Partnerschaft pflegt die St. Galler Kantonalbank mit dem FC St. Gallen 1879. Diese Beziehung dokumentierte sie auf eindrucksvolle Art an der SGKB-Generalversammlung Anfang Mai dieses Jahres. Im Anschluss an den offiziellen Teil der GV lud die St. Galler Kantonalbank zusammen mit dem

FC St. Gallen 1879 zum Unterhaltungsteil in die neue SGKB-Halle ein. Die Aktionärinnen und Aktionäre, darunter viele treue FC SG-Fans, tauchten ein in eine stimmungsvolle grün-weiße Welt, begegneten FC SG-Spielerinnen und -Spielern, forderten sie im Tischfussballtennis heraus und erfuhren spannende Insights dazu, was die Espen als regional verankerter Verein so besonders macht – und was hinter den Kulissen für Efforts nötig sind, damit die Profis auf dem Rasen ihre Topleistung abrufen können.

SGKB bleibt Hauptsponsorin

Zudem durften die St. Galler Kantonalbank und der FC St. Gallen 1879 im Rahmen der Generalversammlung die Verlängerung der Partnerschaft um weitere fünf Jahre bis 2029 bekannt geben. Als bedeutendster Sportverein in der Ostschweiz bietet der FC St. Gallen 1879 der St. Galler Kantonalbank attraktive Plattformen

für die Markenführung und Markenbindung im gesamten Marktgebiet. Der älteste Fussballverein der Schweiz hat eine identitätsstiftende und volkswirtschaftliche Bedeutung. Er ist ein Club mit langer Tradition und lebt ähnliche, teils identische Werte wie die St. Galler Kantonalbank. Die SGKB engagiert sich beim FC St. Gallen 1879 aus Überzeugung auch als Förderin des Nachwuchses. Damit hilft sie mit, den Nachwuchsfussball in der Ostschweiz zu stärken und die Wettbewerbsfähigkeit im nationalen Vergleich sicherzustellen. Nachhaltig gute Leistungen – ob im Sport oder in der Geschäftswelt – sind nur auf einem soliden Fundament möglich. Eine gute Nachwuchsförderung ist hier wie dort die Basis für langfristigen Erfolg.

Meine erste Bank.  **St. Galler Kantonalbank**



fc_st.gallen1879



fc_st.gallen1879 #FCSGFCL | Die Frauenequipe gewinnt das zweite Platzierungsspiel gegen die FC-Luzern-Frauen mit 5:0 und geht nun in die verdiente Sommerpause! 🌞🥰

zigi_elikem34



zigi_elikem34 Glory To God. 🙏
Viele Emotionen, Leidenschaft, super Teamgeist und eine starke Teamleistung. 🙌🙌 Danke an die Fans für die tolle Unterstützung #hoppasangallä

jordiquintilla



jordiquintilla We keep going!!! 🙌🙌
@fc_st.gallen1879 wieder Stadion ausverkauft 🍷🍷

albertovallici



albertovallici San Galle International. Danke an alle Fans für die geile Stimmung 🍷🍷 #zämä

luki_27



luki_27 FÜR EU!! San Galle international 🍷🍷 #zämä

fc_st.gallen1879



fc_st.gallen1879 Unsere Torhüterin Nadine Böhi und Verteidigerin Larina Baumann haben ein Aufgebot für das Schweizer Frauen-Nationalteam erhalten. Wir wünschen euch viel Erfolg bei der 🇨🇭 Nati!

Tore, Tradition, Teamgeist: Im Innenkreis des Dienstagclubs

Seit über vier Jahrzehnten vereint der Dienstagclub FCSG 1879 Leidenschaft mit Patronage, indem er als grösster Donatorenverein des Schweizer Fussballs nicht nur finanzielle, sondern auch ideelle und moralische Unterstützung leistet. Die Mitglieder finden im Verein, der von Bruno Räss präsidiert wird, eine exklusive Plattform des Austauschs – und das weit über die Grenzen des Spielfelds hinaus.

Text: Michel Bossart, Bilder: zVg.



Die wichtigen Sponsoren und Donatoren des FC St. Gallen vereinigen sich im Dienstagclub FCSG 1879. Es geht darum, die sportlichen Aktivitäten des Fussballclubs zu unterstützen, aber auch darum, sich mit anderen Fussballfans aus Wirtschaft, Sport, Politik und Kultur vor, während und nach dem Match sowie bei den monatlichen Mitgliederanlässen zu vernetzen. Wer dabei sein will, bezahlt eine einmalige Eintrittsgebühr von 1000 Franken und eine Jahresgebühr von jährlich 5000 Franken. Selbstredend gehen mit einer Mitgliedschaft gewisse Privilegien einher: So hat man Zugang zu bevorzugten Sitzplätzen auf der Haupttribüne, wobei die Ticketpreise im Clubbeitrag nicht enthalten sind. Man verköstigt sich vor, während und nach dem Match im Clublokal oder in der Lounge, nimmt an der Kick-off-Party zum Meisterschaftsstart, am Sommerachtsfest mit der 1. Mannschaft und an den «Höcks» jeweils am ersten Dienstag im Monat während der Saison teil. An diesen monatlichen Anlässen werden Unternehmen der Mitglieder besucht oder renommierte Referentinnen und Referenten halten einen Vortrag. Auch der Präsident, der Sportchef, der Cheftrainer und der CEO stehen vor und während der Saison für Auskünfte an ausgewählten Anlässen zur Verfügung. Zudem gehört traditionellerweise auch der Besuch des CSIO oder des Open Airs St. Gallen zum Jahresprogramm.

«Wir sind der grösste Donatorenverein der gesamten Fussballschweiz.»

Die Gründungsversammlung des Dienstagclubs fand am 3. Oktober 1978 im Hotel Walhalla statt. Seit September 2021 wird er von Bruno Räss präsidiert. Dieser sagt stolz: «Wir sind der grösste Donatorenverein der gesamten Fussballschweiz.» Der Verein zählt zwischen 250 und 300 Mitglieder. Unbeschränkt wachsen könne man wegen der





beschränkten Platzverhältnisse des Clublokals im Kybunpark nicht, bedauert er und relativiert sogleich: «Uns ist wichtig, dass wir die Kameradschaft pflegen, uns untereinander wohlfühlen und uns auch kennen. Dazu hat unser Club, so wie er ist, eine ideale Grösse.» Mitmachen könne, wer eine Affinität zum Fussball habe. Der Vorstand beschliesse gemäss Statuten, wer aufgenommen oder ausgeschlossen wird. Letzteres sei aber noch nie vorgekommen, sagt der Präsident. Für die Gewinnung neuer Mitglieder setzt man auf Mundpropaganda und die Akquise durch die Mitglieder selbst: «Bei uns gibt es auch keine Firmenmitgliedschaft. Alle Mitgliedschaften sind fix an eine Person gebunden. Das ist förderlich für unser Clubleben», zeigt sich Räss überzeugt.

Clubpräsident Bruno Räss:

«Uns ist wichtig, dass wir die Kameradschaft pflegen.»

Man rechne: Bei 250 Mitgliedschaften à 5000 Franken Jahresgebühr und zusätzlichen Eintrittsgebühren kommt jährlich ein Beitrag von 1,3 Millionen Franken zusammen. Damit bezahlt der Dienstagclub einerseits das Lokal, die Clubanlässe und die Verpflegung. «Über 70 Prozent unserer Einnahmen gehen an den FCSG», bestätigt Räss. Fixe Beiträge können für zweckgebundene Projekte gesprochen werden

Über eine Million für den FCSG

– zum Beispiel für die Nachwuchsförderung FCO oder das Frauenteam. Der Dienstagclub nehme aber keinen Einfluss auf die Politik des FCSG, pflege jedoch einen intensiven Austausch mit dem Präsidenten und dem CEO. Die vier Vorstandsmitglieder arbeiten ehrenamtlich und verfügen über kein Sekretariat.

Austausch mit den Spielerinnen und Spielern

Exklusivität in einem volksnahen Sport – beisst sich das nicht? Räss relativiert: «Unser Vereinszweck ist, den FCSG finanziell, ideell und moralisch zu unterstützen: Wir sitzen alle im gleichen Boot und paddeln in die gleiche Richtung.» Ohne Zweifel: Gewisse Privilegien brauche es, damit das Konzept eines Donatorenclubs überhaupt funktioniere. Doch an einem Match gehe es in erster Linie darum, die Ränge zu füllen: «Was nützt es dem Team

auf dem Feld, wenn die Sitze zwar verkauft sind, aber leer bleiben? Das ist Gift für die Stimmung im Stadion.» Die mit Vorverkaufsrecht erworbenen Tickets können Dienstagclub-Mitglieder darum auch weitergeben.

Überhaupt ist ihm die Nähe zur sportlichen Leitung und den Spielerinnen und Spielern wichtig: Vor jedem Spiel stellt sich ein Teammitglied für ein Interview im Lokal und in der Lounge zur Verfügung und bei ausgewählten Clubanlässen wie dem Sommerachtsfest und am traditionellen

Olmahöck werden auch Spieler integriert. Dann mischen sich die Fussballer an die Tische der Donatoren: «Uns

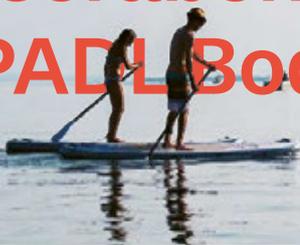
geht es um das Netzwerken untereinander, aber gerne mit Einbezug der Sportlerinnen und Sportler. Dieser regelmässige Austausch wird von allen Seiten sehr geschätzt», sagt Bruno Räss.



«70 bis 75 Prozent unserer Einnahmen gehen an den FCSG.»



Wasserabenteurer mit PADL Bodensee



Ob Neuling oder bereits absoluter Profi – das Bodenseeufer lässt Paddelherzen höher schlagen. Höhepunkte sind das PADL-Mobil, der neue Mystery Trail, das SUP-Kino und das SUP-Yoga.

Text: Ladina Maissen, Bild: Mattias Nutt

Der Paddelsport hat sich am Bodensee etabliert und erfreut sich ungebrochener Beliebtheit. Die Initiative PADL Bodensee bündelt alle wichtigen Informationen rund ums Stand-up-Paddeln am Schweizer Bodenseeufer. Im vierten PADL-Sommer warten wieder neue Highlights auf die SUP-Fans.

Das PADL-Gebiet wurde auf den Untersee ausgeweitet und es werden neue Einstiegsmöglichkeiten angeboten. Zudem ist das PADL-Mobil «Mitch the Tower» im Sommer stets unterwegs. Neben Sonne und Spass ist auch die Sensibilisierung für die Themen Sicherheit und Naturschutz wichtig, die vor Ort vermittelt werden.

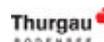
In Arbon wird ein Mystery Trail eröffnet, der teils an Land, teils auf dem Wasser absolviert wird. Ausgerüstet mit einem Tablet, können die Region und der Paddelsport spielerisch entdeckt werden. Auch mit der Veranstaltungsreihe SUP-Yoga wird der Paddelsport einem breiten Publikum näher gebracht. Die Yogastunden auf dem Bodensee sind für jedes Paddel- und Yoganiveau geeignet. Zudem ist ein SUP-Kino geplant, bei dem die Gäste nicht im Kinosaal, sondern auf dem Board Platz nehmen. Nach der Paddelsaison wird sich das PADL-Mobil nicht direkt in den Winterschlaf zurückziehen, sondern am Olma-Umzug nochmals für Strandfeeling sorgen.



Hier geht's zu allen PADL-Angeboten.

PADL Bodensee

Friedrichshafnerstrasse 55a
8590 Romanshorn
Telefon +41 71 531 01 31
aloha@padl-bodensee.ch
www.padl-bodensee.ch



GRÜNWEISSE POWER

MALIN ALTHERR

CHRISTIAN WITZIG

KARIN BERNET



www.frigag.club



Was uns verbindet, ist die Leidenschaft, jeden Tag unser Bestes zu geben. Wir sind stolze Partnerin des FC St. Gallen 1879 und des Ostschweizer Sports.

www.frigag.ch



Feinstes Geflügel aus Ihrer Nähe.

Der Verein mit dem «gewissen Etwas»

Die Qualifikation zur Championship-Runde wurde erreicht und über 17 500 Zuschauerinnen und Zuschauer besuchten diese Saison durchschnittlich die Spiele ihres Herzensvereins. Das entspricht einer Stadionauslastung von mehr 90 Prozent. Doch was macht den FC SG so einzigartig?

Text: Isabel Schorer, Kantonsrätin St. Gallen, FDP, Bild: zVg.

Ist es seine Verankerung in der Ostschweiz, die ausgezeichnete Stimmung im Stadion, die vorbildliche Vereinsführung oder sind es doch die Tradition und die Werte, die der Verein ausstrahlt? Vermutlich eine Mischung aus all diesen Faktoren.

Ob eingefleischter Fan im Espenblock, Eltern mit ihren Kindern im Familiensektor, Kundeneinladungen im Hospitality-Bereich oder beste Freunde, die sich kein Heimspiel entgehen lassen – der Kybunpark ist der Ostschweizer Treffpunkt schlechthin. Als ältester Fussballverein Kontinentaleuropas löst der FC SG allerlei Emotionen aus. Das Prädikat «Sportverein» wird ihm dabei nicht gerecht. Der Verein besitzt schweizweit eine Vorreiterrolle bei seinen Kommunikations- und Marketingaktivitäten und stärkt stets seine Verbundenheit mit der grün-weissen Community über diverse Kanäle und Veranstaltungen.

Das Entertainment-Unternehmen FC St. Gallen 1879 grenzt sich insbesondere in Bezug auf Emotionen und seine Abhängigkeit vom spielerischen Erfolg von anderen Firmen ab. Trotzdem ist der FC SG aufgrund seiner direkten und indirekten Wertschöpfung ein bedeutender Player in der Ostschweizer Wirtschaft, der (genauso wie alle anderen) finanzielle Stabilität für den Erfolg und die Weiterentwicklung benötigt. Dabei zeichnet sich der FC SG im Vergleich zu anderen Super-League-Vereinen durch seine gesunde finanzielle Lage aus. Auch hier nutzt er seine Verbundenheit mit der Ostschweiz: Die Kapitalerhöhung 2022 ist Beispiel eines innovativen Ansatzes, wie ein Fussballclub trotz herausfordernder Umstände wirtschaftliche Stabilität gewährleisten kann.

Leidenschaftliche Emotionen können jedoch auch in unerwünschte Aktionen umschlagen. So sind bspw. Fanausschreitungen keine Seltenheit im Schweizer Fussball. Die Vereine sind daher verpflichtet, Sicherheit rund um die Spiele zu garantieren. Dies gilt auch für den FC SG.

Aufgrund seiner tiefen Verbundenheit mit der Ostschweiz besitzt der Verein eine gesellschaftliche Verantwortung und Vorbildfunktion. Gesellschaftliche und politische Diskurse zu Themen wie Sicherheit, Inklusion, Nachwuchsförderung oder Gleichstellung werden in der Region massgeblich vom FC SG mitgeprägt. Er trägt zudem eine Verantwortung für die Werte, die sowohl auf dem Platz, auf den Rängen, bei Veranstaltungen wie der Women's EURO 2025 oder im Breitensport repräsentiert werden. Denn der FC

St. Gallen 1879 ist mehr als nur Fussball – er ist ein Spiegelbild der Ostschweiz.



Stabübergabe bei der Event AG: «Hier arbeitet ein super Team»

Alles neu macht der Mai. So kam es in der Führung der FC St. Gallen Event AG nach sechs Jahren zu einem Wechsel. Ivo Forster erreichte im Januar 2024 das Pensionsalter und übergab per Ende Saison die operative Führung der Event AG an seinen Nachfolger Beat Kronenberg. Das Interview zeigt: Sowohl der alte als auch der neue CEO hat ein grün-weisses Herz.

Text: Martin Oswald, Bilder: zVg.

Ivo Forster, die Event AG hat sich unter Ihrer Leitung enorm entwickelt. Worauf sind Sie besonders stolz?

Ivo Forster: Am stolzesten bin ich darauf, dass wir in den vergangenen sechs Jahren zu einem fantastischen Team zusammengewachsen sind. Dass wir eine Unternehmenskultur leben, in der die Geschäftsstelle, der Sport, der Nachwuchs, die Frauenequipe alle miteinander zusammenarbeiten. Die erfolgreiche Entwicklung des FC St. Gallen 1879 ist eine Teamleistung.

Die Erträge aus dem Merchandising und dem Catering liegen auf Rekordniveau, die Stadionauslastung war nie höher. Wie haben Sie das geschafft?

Das ist ein Zusammenspiel mehrerer Faktoren. Erstens haben wir eine Mannschaft, die auf dem Platz Unterhaltung bietet und erfolgreich ist. Zweitens haben wir mit Matthias Hüppi eine Persönlichkeit im Unternehmen, die unsere Botschaft in Perfektion nach aussen trägt. Drittens konnten wir mit kreativen Marketingaktivitäten das Vertrauen der Zuschauer, aber auch unserer Partner und Donatoren gewinnen. So haben wir eine Situation in St. Gallen, die durch die sportliche Tradition und die wirtschaftliche Stabilität einzigartig ist.

Sie übergeben die Event AG in einem Topzustand. Wo sehen Sie noch Handlungsbedarf für Ihren Nachfolger Beat Kronenberg?

Topzustand ist etwas hoch gegriffen. Ich bin zufrieden, wie stabil die Organisation ist. Wir haben aber an verschiedenen Orten Potenzial. Er wird neue Ideen einbringen zur Weiterentwicklung, sei das auf der Umsatzseite oder auf der Kostenseite. Internationale Spiele, die 1. Mannschaft des FC St. Gallen, der Nachwuchs, das Frauenteam – sie alle werden dazu beitragen, dass wir erfolgreich weiterfahren.

Sie waren als Gastgeber an den Spieltagen stets voll eingespannt. Können Sie die Spiele in Zukunft etwas entspannter geniessen?

Mir war immer wichtig, dass man während des Spiels die Kontakte zu unseren Partnern pflegt. So konnte ich ein Spiel nie genau verfolgen. In Zukunft werde ich auch mal Musse haben, die Taktik während eines Matchs zu studieren. Ich freue mich aber auch darauf, Freundschaften zu pflegen, für die bislang einfach zu wenig Zeit war.

Bereits Anfang Mai startete Beat Kronenberg als Nachfolger von Ivo Forster in sein Amt. Der 44-jährige Ostschweizer arbeitete zuletzt als Head of Digital & Marketing bei SportX und Bike World. Zuvor war Kronenberg in leitenden





Beat Kronenberg

Ivo Forster

Positionen bei Jumbo-Markt und Sunrise Communications tätig gewesen. Die Stelle des CEO bei der FC St. Gallen Event AG verantwortet die Bereiche Marketing, Sponsoring, Digital, Stadionbetrieb und Finanzen.

Beat Kronenberg, Sie sind neu CEO der Event AG. Was verbindet Sie mit dem Fussball und dem FC St. Gallen?

Beat Kronenberg: Wir sind drei Jungs in der Familie und ich war derjenige, der von Anfang an grün-weiss war, während der eine Bruder für GC, der andere für Servette fieberte. T-Shirts, Socken, Ball und sogar Bettwäsche – meine Leidenschaft für den FC SG war klar sichtbar.

Das Stadion ist voll, Catering und Merchandising verzeichnen Rekordwerte. Wo sehen Sie noch Chancen für Wachstum?

In meinen ersten paar Wochen im neuen Job wurde dieser Erfolg für mich augenscheinlich. Hier arbeitet ein super Team, es wurden gute Strukturen geschaffen, man gibt Vollgas. Dennoch gibt es Themen, bei denen ich meine Erfahrung einbringen kann, wie zum Beispiel im Sponsoring oder im Merchandising. Ich sehe beispielsweise noch Potenzial im Bereich von Events, die nicht direkt mit dem Fussball zu tun haben. Wir bieten für Business Events ein

einmaliges Paket mit einer perfekten Location, Catering, aber auch einem Netzwerk an guten Speakern.

Die Einführung der LED-Banden hat gezeigt – die Fans sind sensibel, wenn es um die Kommerzialisierung geht. Wo liegen für Sie die Grenzen?

Wir hatten gerade kürzlich einen konstruktiven Austausch mit Fans. Dabei stellte ich fest, dass wir alle sehr ähnliche Interessen haben. Uns geht es allen darum, diese Tradition, diese Werte, für die der FC St. Gallen steht, zu bewahren. Es geht darum, dass wir alle an einem Strick ziehen. Wir von der Event AG haben den Auftrag des Verwaltungsrats, den Verein auf wirtschaftlich stabilen Beinen zu halten. Das setzen wir um, ohne dabei an der Identität des Klubs zu rütteln.

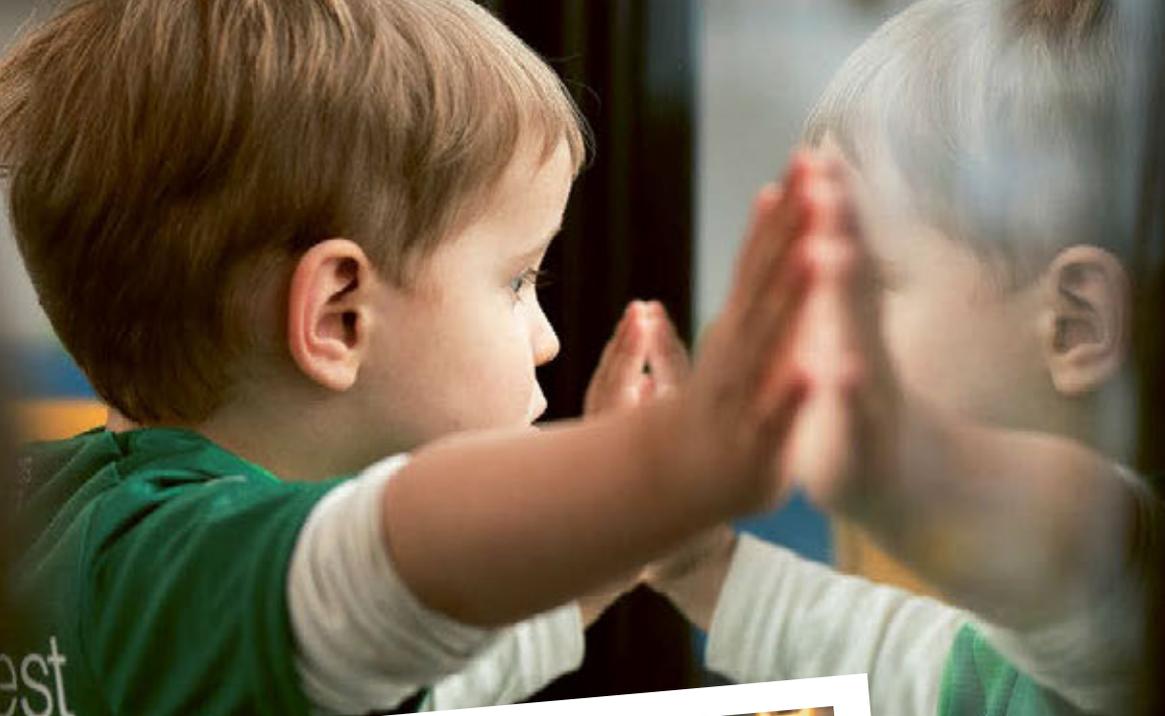
Ivo Forster freut sich darauf, Fussballspiele konzentriert mitverfolgen zu können. Das wird für Sie als Gastgeber an Spieltagen erst mal vorbei sein.

Meine Leidenschaft für das Spiel auf dem Platz wird immer da sein, aber ich habe zukünftig an Spieltagen eine andere Rolle. Ich freue mich darauf, mich um unsere Gäste und Partner zu kümmern und Zeit für sie zu haben. Vielleicht gelingt es mir, mich so geschickt zu platzieren, dass ich die Tore unserer Mannschaft nicht verpasse.





thturbo
Die Regionalbahn.



Offizielle Mobilitätspartnerschaft

Wir bewegen die Ostschweiz

thturbo.ch/fcsg



Video: Alle Gleise
führen zum Stadion

Wie der FCStG zu einem der innovativsten Klubs der Schweiz wurde

Die Einnahmen des FC St. Gallen 1879 sind auf verschiedene Säulen aufgebaut: Spielbetrieb, Sponsoring, Drittspiele/Business-events und Transfererlöse. Die ersten drei Säulen werden hauptsächlich von der FC St. Gallen Event AG betreut und über ihre Aktivitäten erwirtschaftet.

Dank des grossartigen Zuspruchs aus der gesamten Region Ostschweiz können diesbezüglich folgende Entwicklungen der letzten sechs Jahre hervorgehoben werden:

Anstieg der Saisonabos von 8000 auf 12 000



Erhöhung der Zuschauerzahl pro Spiel von **10 000** auf **17 575**



Steigerung der Cateringereinnahmen «Public» von **2,2** auf **4,5 Millionen**



Entwicklung der durchschnittlichen Ausgaben pro Zuschauer von **CHF 9.80** auf **CHF 14.70**



Umsatz des Merchandisings von **CHF 900 000** auf **2 Millionen** gesteigert



Trikotverkauf pro Saison von **3500 Stück** auf **10 000 Stück** erhöht



Entwicklung der Social-Media-Kanäle auf **140 000 Follower** gesteigert

Ein weiterer wichtiger Teil der FC St. Gallen Event AG sind die Bereiche Marketing und Kommunikation. Regelmässig wird über die verschiedenen Kommunikationskanäle des FCStG mit der Öffentlichkeit kommuniziert. Nachrichten der 1. Mannschaft, der Frauenequipe oder des Nachwuchses, Videos und Fotos zur Unterhaltung und Bindung der Fans sowie wichtige Informationen zum Ticketing oder zum Stadionbesuch sind Grundpfeiler der Kommunikationsstrategie. Beim FCStG sind Schnelligkeit, hohe Qualität und knackige Formulierungen die Grundvoraussetzungen für alle Kommunikationen über die sozialen Kanäle. Über diese Aktivitäten will der FCStG die Bindung zu seinen Fans

stärken und die Werte des Klubs nach aussen tragen. Während der letzten sechs Jahre hat die Kommunikation auf digitalen Kanälen stark an Bedeutung gewonnen. In diesem Bereich hat sich der FCStG enorm entwickelt und gehört heute in der digitalen Kommunikation zu den innovativsten und aktivsten Klubs in der Swiss Football League.

Der FC St. Gallen 1879 erfährt von seinen Sponsoren, Donatoren und Hospitality-Partnern Saison für Saison eine grosse Solidarität. In den letzten Jahren konnten namhafte Ostschweizer Unternehmer für ein Engagement beim FCStG gewonnen werden. Dabei ist es dem FCStG wichtig, dass die von den Firmen getätigten Investitionen den Unternehmen einen Mehrwert bieten. Es ist wichtig, dass sich die Investitionen der Unternehmen durch wirkungsvolles Marketing auszahlen. Die Nutzung der Marke FCStG soll Teil der Marketingpläne der Unternehmen sein und zur positiven Entwicklung der Unternehmen beitragen.

Die FC St. Gallen Event AG fungiert auch regelmässig als Gastgeber für die Schweizer Nationalmannschaft der Männer und Frauen sowie für Spiele von internationaler Bedeutung im Kybunpark. Dies ist eine weitere wichtige Einnahmequelle des FCStG. Nicht nur die «Schweizer Nati», sondern auch grosse europäische Mannschaften wie Valencia, Villarreal oder Dortmund nutzen gerne unsere Infrastruktur in der Region Ostschweiz für ihre Saisonvorbereitung und tragen Freundschaftsspiele von hohem Zuschauerinteresse im Kybunpark aus.

Ein weiteres bedeutendes Geschäftsfeld mit viel Potenzial sind die Business-events im Kybunpark. Das Stadion bietet vielfältige Möglichkeiten für Seminare, Kadertagungen oder Firmenveranstaltungen mit bis zu 800 Personen. Diese können mit Referaten von Protagonisten des FCStG, Stadiontours oder zusätzlichen Aktivitäten angereichert und zu unvergesslichen Events gemacht werden. Die Räumlichkeiten im Kybunpark bieten modernste Technik und lassen auch kulinarisch keine Wünsche offen.

Mit all diesen Möglichkeiten und den daraus resultierenden Einnahmen versucht die FC St. Gallen Event AG, einen möglichst grossen Beitrag zur wirtschaftlichen Stabilität des FCStG zu leisten und gleichzeitig ihren Partnern einzigartige Produkte anzubieten – eine Win-win-Situation für alle Parteien.



Präsident Matthias Hüppi und Trainerin Marisa Wunderlin begrüßen sich vor dem Spiel der Frauen im Kybunpark.

«Vertraue auf den Prozess» – Wie Marisa

Wunderlin den Frauenfussball auf das nächste Level hebt

Marisa Wunderlin ist Fan. Fan von «Ted Lasso». Die Netflixserie zeigt die Geschichte eines amerikanischen Football-Trainers, der ohne jegliche Fussball-Kenntnisse eine Mannschaft der englischen Premier League übernimmt. Seine Stärke liegt im feinen Gespür für Menschen, und damit hat er Erfolg. «Darum geht es doch», sagt Wunderlin. «Eine Mannschaft formen, in der jede ihren Beitrag leistet und persönlich wachsen kann.»

Text: Martin Oswald, Bild: Carsten Harz/freshfocus und Urs Bucher/freshfocus

Wie Ted Lasso setzt auch die Trainerin der Frauenequipe des FC St. Gallen das Zwischenmenschliche ins Zentrum ihrer Arbeit. Doch anders als Lasso kennt die ehemalige Spielerin und Besitzerin einer UEFA-Trainerlizenz den Fussball in all seinen Dimensionen. In den letzten drei Jahren hat sie es geschafft, das Frauenteam sowohl in den Cupfinal zu

führen als auch in der oberen Tabellenhälfte zu etablieren – und das mit einem vergleichsweise geringen Budget. Aus wenig das Maximum herauszuholen, das gilt bei Grün-Weiss sowohl für die Männer wie auch die Frauen. Der Erfolg lässt sich in der fussballverrückten Ostschweiz nicht kaufen. «Umso wichtiger sind die Werte im Verein», sagt Marisa Wunderlin.

Bei Cordon bleu und Pommes sitzt sie im Kybunpark und erzählt von ihrer Philosophie: «Technik und Taktik sind wichtig, aber entscheidend ist die Kultur in der Mannschaft.» In diese Kultur investiert die 36-jährige Wunderlin ihr Herzblut. Sie packt ihren Laptop aus dem Rucksack in Vereinsfarben und zeigt in einer Präsentation, wovon sie spricht. «Leader





gestalten eine Kultur – Kultur führt zu Verhalten – Verhalten führt zu Resultaten», steht da geschrieben. In der Mitte das Bild eines grünen Triebs, der nach oben wächst. Wachsen und sich weiterentwickeln, das sei ihr Ziel für die Spielerinnen, den Staff und natürlich auch sich selbst. «Ich kann den Erfolg meiner Arbeit nicht nur von Siegen und Niederlagen abhängig machen», sagt Wunderlin. Dafür sei der Sport zu unberechenbar. Sie vertraue einfach auf den Prozess. «Ich glaube fest daran, dass wir auf dem richtigen Weg sind.» «Trust the process», schreibt sie jeweils unter ihre Postings bei Instagram. Dieses Vertrauen musste sie erst lernen. Als sie als Trainerin der 1. Frauenequipe der Berner Young Boys zwölf Spiele in Folge verlor, kamen Zweifel auf. «Ich begann, alles zu hinterfragen, auch mich als Person.» Also begann Wunderlin, ihre Methoden zu ändern, Hektik machte sich breit. Das würde ihr heute nicht mehr passieren, sagt sie. «Auch ich befinde mich in einem ständigen Entwicklungsprozess.»

Ihre Art, über den Fussball nachzudenken, hat sie zu einer gefragten Interviewpartnerin gemacht. «Es geht dabei nie um mich und mein Ego. Ich brenne dafür, nachkommenden Generationen von Mädchen den Weg zu ebnen, diesen Sport professionell ausüben zu können.» Diese Mission sei für sie und ihr Team grösser und wichtiger als der einzelne Sieg am Wochenende. Beim FC St. Gallen finde sie die passenden Rahmenbedingungen dafür. Sie spricht vom gegenseitigen Respekt im Club, von der Durchlässigkeit zwischen Frauen- und Herrenmannschaft und von der Unterstützung durch den Verwaltungsrat, der mithilfe, die Strukturen rund um den Frauenfussball zu verbessern.

Der erste nationale Frauen-Wettbewerb in der Schweiz startete 1970 mit 18 Teams und 270 Spielerinnen. Mittlerweile gibt es über 41 000 lizenzierte Fussballerinnen. Mehr als 440 Vereine führen Frauentteams. Es ist viel passiert in den letzten Jahren. Doch noch immer trennen Welten die Super League von der Women's Super League. «Unsere Frauen investieren viel Zeit in die grosse Leidenschaft Fussball.» Für Wunderlin endet darum der Trainerjob auch nicht am Spielfeldrand. So unterstützt sie auch einmal eine Spielerin, wenn diese bei ihrem Arbeitgeber oder ihrer Universität um Verständnis bitten muss, rechtzeitig ins Training gehen zu dürfen.

Marisa Wunderlin (36) steht dem FC St. Gallen nahe, seit sie 1999 die Schweizer Schulmeisterschaft gewann und als Preis ein Saisonabo für das Espenmoos erhielt. Sie wuchs in St. Gallen–St. Georgen auf, studierte in Bern Sportwissenschaft und spielte aktiv in der Nationalliga A. Zu ihren Stationen als Trainerin gehören der FC Zürich, Olympique Lyonnais, die Schweizer Frauennationalmannschaft und die Berner Young Boys. Wunderlin verfügt über die UEFA-Pro-Lizenz, die höchste Ausbildung, die professionelle Trainerinnen und Trainer erwerben können.



Führt ihr Team mit viel Fingerspitzengefühl und Empathie: FCStG-Trainerin Marisa Wunderlin.

Würde es Marisa Wunderlin reizen, dereinst Peter Zeidler zu beerben und Zigi, Görtler und Co. zu trainieren? Reizvoll sei diese Herausforderung auf jeden Fall, antwortet sie, ohne zu zögern, lässt sogleich ein Aber folgen: «Meine Passion für den Frauenfussball geht weit über das Spiel auf dem Rasen hinaus. Darum bin ich momentan am richtigen Ort.» Warum es noch keine Frau als Trainerin eines Herrenteams in der obersten Liga gebe, habe viele Gründe. Sie finde es spannend, mit Frauen zu arbeiten, weil diese in Entscheidungen involviert werden möchten. «Sie wollen das Warum beim Training verstehen und jeden Tag besser werden.» Beim Fussball der Männer würden andere Prinzipien im Vordergrund stehen.

«Da musst du als Trainer oder Trainerin erst mal deine Kompetenz und Stärke beweisen, sonst hören sie dir gar nicht zu.» Auch hier verweist Wunderlin auf die Kultur im Verein. So würde sie es gerade einem Club wie St. Gallen oder dem SC Freiburg zutrauen, eine Frau an der Seitenlinie zu präsentieren. «In diesen Vereinen geht es eben um mehr als bloss das Resultat am Wochenende. Hier kann langfristig etwas entstehen.» Wie lange Marisa Wunderlin dem FC St. Gallen erhalten bleibt, ist ungewiss. So hat ihr Name bei der Besetzung des Trainerpostens der Schweizer Frauennationalmannschaft im vergangenen Winter die Runde gemacht. «Ich liebe Herausforderungen», sagt Wunderlin. «Aber die habe ich momentan beim FC St. Gallen und bin sehr glücklich damit.» Sagt sie und braust mit dem Velo los in Richtung Training. Auf dem Laptop hat sie Szenen aus dem letzten Spiel vorbereitet. So kann sie gemeinsam mit den Spielerinnen mögliche Verbesserungen in der Positionierung und Bewegung auf dem Platz besprechen.

«Ich begann, alles zu hinterfragen, auch mich als Person.»

«Da musst du als Trainer oder Trainerin erst mal deine Kompetenz und Stärke beweisen, sonst hören sie dir gar nicht zu.» Auch hier verweist Wunderlin auf die Kultur im Verein. So würde sie es gerade einem Club wie St. Gallen oder dem SC Freiburg zutrauen, eine Frau an der Seitenlinie zu präsentieren. «In diesen Vereinen geht es eben um mehr als bloss das Resultat am Wochenende. Hier kann langfristig etwas entstehen.» Wie lange Marisa Wunderlin dem FC St. Gallen erhalten bleibt, ist ungewiss. So hat ihr Name bei der Besetzung des Trainerpostens der Schweizer Frauennationalmannschaft im vergangenen Winter die Runde gemacht. «Ich liebe Herausforderungen», sagt Wunderlin. «Aber die habe ich momentan beim FC St. Gallen und bin sehr glücklich damit.» Sagt sie und braust mit dem Velo los in Richtung Training. Auf dem Laptop hat sie Szenen aus dem letzten Spiel vorbereitet. So kann sie gemeinsam mit den Spielerinnen mögliche Verbesserungen in der Positionierung und Bewegung auf dem Platz besprechen.

In einem Punkt sind sich Ted Lasso und die Trainerin einig: Die richtige Einstellung und das Miteinander der Gruppe sind mindestens so wichtig wie das technische Geschick mit den Füßen. Und dann kommen irgendwann auch die Tore und die Siege. «Trust the process» – das Credo von Marisa Wunderlin.



wer mit dem FC St.Gallen
mitfiebert, hat keine zeit
für eine komplizierte bank.

Valiant ist langjährige Goldsponsorin
des FC St.Gallen.

wir sind einfach bank.

valiant



Hälg & Co. AG



Perfekt kombiniert

Einkaufserlebnis für alle Sinne

Für den Umbau der ehemaligen
Stickereibörse planen und reali-
sierten wir die Gebäudetechnik
für Heizung, Lüftung/Klima,
Kälte und Entrauchung.

Mehr zum Projekt
➔ haelg.ch/globus



Hälg & Co. AG
Heizung • Lüftung • Klima • Kälte • Sanitär

Lukasstrasse 30 | 9001 St. Gallen
+41 71 243 38 38 | haelg.ch

«LEO» bringt die japanische Küche nach St. Gallen

Seit rund einem Jahr bietet das «LEO» in St. Gallen nicht nur eine einzigartige Atmosphäre für Hotelgäste, es beinhaltet mit dem «Izakaya Ekimae» auch ein japanisches Restaurant, das einen neuartigen Genuss in die Ostschweiz bringt. Gastgeber Patrick Studerus über die Neuheit und das Geheimnis hinter den Rezepten.

Das «Leo» bringt deutlich mehr Farbe nach St. Gallen. Ein wichtiger Bestandteil ist auch das japanische Restaurant im Erdgeschoss. In drei, vier Sätzen: Was ist die Besonderheit daran?

Das «Izakaya Ekimae» im Tailormade Hotel LEO St. Gallen bringt die traditionell japanische Küche direkt nach St. Gallen und offenbart eine kulinarische Tradition, die sich in unserer

Stadt bisher bedeckt gehalten hat. Kein Sushi, dafür alles, was sonst im Land der aufgehenden Sonne auf den Tisch kommt. Wie in einem Izakaya üblich, wird geschlemmt, geteilt, getrunken und gelacht. Der perfekte Ort für einen gelungenen Abend wie in Kyoto, Osaka oder Tokyo.

Man kann sich dort für diverse kleinere «Häppchen» entscheiden. Ist es damit auch für Gäste geeignet, die bisher noch keinen grossen Kontakt mit der japanischen Küche hatten?

Ja, klar! Wer sich in der japanischen Küche noch nicht auskennt, kann sich durch die kleineren Portionen herantasten, und wer sich gerne überraschen lässt, ist mit unserem Omakase-Menü perfekt bedient. Unser Team bringt euch dabei einmal quer durch die Karte. Zurücklehnen und geniessen.

Was zeichnet denn ganz grundsätzlich die japanische Küche aus?

Die japanische Küche besticht durch frische, saisonale Zutaten und eine minimalistische Zubereitung, die den natürlichen Geschmack der Speisen

hervorhebt. Zentral sind Reis, Fisch und Gemüse, kunstvoll präsentiert, um die Ästhetik der Gerichte zu betonen. Der einzigartige Umami-Geschmack, gewonnen durch Sojasauce, Miso und andere fermentierte Lebensmittel, verleiht den Speisen ihre besondere Tiefe. Zudem ist die japanische Küche für ihre gesunde Ausgewogenheit, die Vielfalt regionaler Spezialitäten und die kleinen Portionen bekannt, die eine grosse Aromenvielfalt bieten.

Ist die Menükarte grundsätzlich fix oder gibt es saisonale Unterschiede?

Unsere Speisekarte passen wir regelmässig der Saison entsprechend an, wobei natürlich unsere heissgeliebten Klassiker wie Tori no Karaage oder die verschiedenen Gyoza ein fixer Bestandteil bleiben.

Haben Sie spezielle Angebote für Firmen oder grössere Gruppen?

Für grössere Gruppen und Firmen eignet sich unser Omakase-Menü perfekt, da durch die kleinen Gerichte zum Teilen in der Mitte des Tisches für alle etwas dabei ist. Gerne stellen wir auf Anfrage auch individuelle Menüs zusammen.



Izakaya Ekimae

Grünbergstrasse 6, 9000 St. Gallen
Tel. 071 274 09 78
info@ekimae.ch
www.ekimae.ch

MO–FR: 12–13.30 Uhr & 18–23 Uhr
SA: 18–23 Uhr
SO: geschlossen

Wir sind zuhause im Tailormade Hotel LEO St. Gallen.
www.tailormade-hotels.com/leo

Highlights: Ramen & Bentoboxen am Mittag, einmal quer durch die Karte probieren mit der «Omakase Experience», riesige Sake-Auswahl, Sake Tasting





Seit 49 Jahren allen Wünschen gewachsen

Sieben mal sieben: Waldburger Gartenbau blickt auf 49 Jahre Erfahrung zurück. 2025 feiert der Herisauer Gartenbauer sein 50-jähriges Bestehen. Als «Profi fürs Grün» ist Waldburger in der Ostschweiz bekannt. Als Dienstleister, als Arbeitgeber und als regionaler Sponsor mit vielfältigen Grün-Kompetenzen.

Bodenständig, regional verwurzelt, kompetent und unkompliziert – so präsentiert sich Waldburger Gartenbau heute. Seit Jahrzehnten konzentriert sich das Herisauer Gartenbauunternehmen darauf, Kundenwünsche zu erfüllen. «Schöne Gärten», hiess das Motto früher. «Allen Wünschen gewachsen», lautet der Slogan heute. Geschäftsführer Daniel Morger betont: «Wir gestalten unsere Grün-Dienstleistungen dynamisch und passen sie kontinuierlich den aktuellen Bedürfnissen und Anforderungen an. So bleiben wir flexibel.»

Grüne Qualitätsarbeit

Das Leistungsspektrum ist breitgefächert. Waldburger Gartenbau ist ein grüner Allrounder, Profi fürs Planen, Bauen und Pflegen. Dazu gehören

Kompetenzfelder wie individuelle Gartengestaltung, Baum- und Rasenpflege, Wasser im Garten, Zäune, Mauern und Hecken, Spiel- und Sportplätze, fugenlose Bodenbeläge oder Urban Gardening. Und vieles mehr.

Im Bereich Pflege und Unterhalt übernimmt Waldburger Verantwortung. Grün-Service-Abos für Private, Firmen, Liegenschaftsverwalter und Institutionen sind beliebt. Waldburger übernimmt dabei regelmässig wiederkehrende Gartenarbeiten und entlastet so die Kunden. Die Grün-Service-Abos werden exakt auf die individuellen Wünsche abgestimmt und jährlich neu justiert.

Grüne Macherinnen und Macher
Waldburger erfüllt Kundenwünsche

durch flexible Projektteams mit klaren Ansprechpersonen. Mit rund 70 Mitarbeitenden und professionellem technischen Equipment ist das Unternehmen ein leistungsfähiger Partner. Auch die Mitarbeitenden werden unterstützt: Sie erhalten ein professionelles Umfeld und attraktive Bedingungen, um sich individuell zu entfalten.

Die Leidenschaft fürs Grün ist spürbar. Dazu kommt ein starkes Engagement für vielfältige Gärten, für mehr Biodiversität und ein nachhaltiges und kosteneffizientes Grün-Management. Wer mehr erfahren will, findet auf der Webseite umfassende Informationen.

«Der fruchtbarste Boden für blühende Gärten ist die Liebe zur Natur.»



Waldburger Gartenbau AG

St. Gallerstrasse 21
9100 Herisau
Telefon 071 353 50 00
info@waldburger-gartenbau.ch
www.waldburger-gartenbau.ch

So breit finanziert sich der FC St. Gallen 1879

Der FC St. Gallen 1879 zieht Wochenende für Wochenende begeisterte Fans in den Kybunpark und hat sich seit seiner Gründung im Jahr 1879 stark in der Region Ostschweiz verankert. In seiner langen Geschichte hat der Club viele sportliche Höhen und Tiefen erlebt, jedoch hat er sich auch auf geschäftlicher Ebene als äusserst wandlungsfähig gezeigt. Seit 2010 hält der Verein an seiner aktuellen Unternehmensstruktur fest, die aus zwei Unternehmen besteht: der FC St. Gallen AG und der FC St. Gallen Event AG. Ein Blick in die Entwicklung des FC St. Gallen 1879.

Die FC St. Gallen Event AG ist verantwortlich für die Organisation und Durchführung sämtlicher Fussballspiele und Veranstaltungen im Kybunpark sowie für die Vermarktung des FC St. Gallen 1879. Auf der anderen Seite konzentriert sich die FC St. Gallen AG auf den Profifussball, die Frauenequipes und den Nachwuchs in all seinen Facetten. Im Jahr 2011 wurde die FC St. Gallen Event AG umbenannt, zuvor hiess sie FC St. Gallen Betriebs AG. Sieben Jahre später wurde eine Neuausrichtung der Aktionärsstruktur vorgenommen, bei der zehn erfolgreiche Unternehmer aus der Ostschweiz das Aktienpaket des ehemaligen Präsidenten Dölf Früh übernahmen. Diese Unternehmer sind nun im Besitz von 100 Prozent der Aktien der FC St. Gallen Event AG sowie von 49,6 Prozent der FC St. Gallen AG. Die verbleibenden 50,4 Prozent der FC St. Gallen AG befinden sich breit in der Bevölkerung verstreut.

Die FC St. Gallen AG ist eine Publikumsgesellschaft, die bis zur Aktienkapitalerhöhung im Jahr 2022 bereits 8000 Aktionäre zählte. Diese Kapitalerhöhungen, von denen es bis 2022 vier gab, wurden bisher aus einer Position der Schwäche heraus durchgeführt. Die vierte und letzte Kapitalerhöhung im Jahr 2022 erfolgte jedoch aus einer Position der Stärke. Präsident Matthias Hüppi betonte

damals, dass diese Erhöhung dazu diene, den finanziellen Spielraum zu erweitern und den Club auf noch breitere Beine zu stellen. Mit den neu generierten Mitteln sollen sinnvolle Investitionen in die Entwicklung der 1. Mannschaft, des Frauenteam und des Nachwuchskonstrukts Future Champs Ostschweiz (FCO) sowie in die Trainings- und Stadioninfrastruktur ermöglicht werden. Der FC St. Gallen 1879 entschied sich bewusst dafür, dass noch mehr Fans und Unterstützer des Clubs direkt Teilhaber werden konnten.

Die Reaktion auf diese Initiative war überwältigend positiv. Tausende von Fans und Unterstützern des FC

St. Gallen 1879 ergriffen die Gelegenheit, sich direkt am Verein zu beteiligen und damit ihre Verbundenheit und Loyalität zum Ausdruck zu bringen. Besonders erfreulich ist die Tatsache, dass rund 2000 der neuen Aktionäre jünger als 18 Jahre alt sind. Diese Aktionäre sind nicht nur passive Investoren, sondern auch aktive Botschafter und Unterstützer des Vereins, die stolz darauf sind, einen direkten Beitrag zur Entwicklung ihres Clubs zu leisten.

Durch den Mut, neue Wege zu gehen, hat der FC St. Gallen 1879 eine nachhaltige und authentische Beziehung zu seinen Fans geschaffen, die weit über den Spieltag hinausreicht.



2950 Aktionärinnen und Aktionäre waren bei der Generalversammlung 2023 anwesend.



Branding trifft Tradition, Kult & Fussball

Die Markenwerte des FC St. Gallen 1879 – bodenständig, traditionell, leidenschaftlich, ambitioniert, regional – sind mehr als nur Schlagworte; sie sind das Fundament, auf dem Grünweiss seine Identität und sein Branding aufbaut. Diese Werte, kombiniert mit dem Markenclaim «Grüewiss im Herz», bilden ein Leitbild, das den Club nicht nur als Fussballverein, sondern als eine Gemeinschaft positioniert, welche Werte und Traditionen hochhält, die über das Spiel hinausgehen.

Dieses Branding ist entscheidend für die Wahrnehmung des Clubs, nicht nur bei seinen treuen Fans, sondern auch bei Sponsoren, Partnern und der breiteren Öffentlichkeit. Durch die hervorgehobenen Markenwerte entsteht eine tiefgehende emotionale Bindung, die über reine Begeisterung für den Sport hinausgeht und eine Identifikation mit den Werten und dem Ethos des FC St. Gallen 1879 einschliesst.

Aus diesen Werten formt sich die Club-Strategie 2025. Sie beinhaltet

klar definierte Handlungsmassnahmen in den Kernbereichen Sport, dem Nachwuchs, der regionalen Vernetzung, Wirtschaftlichkeit, Organisation, Kultur und Kommunikation.

Innerhalb der Organisation sind diese Prinzipien fest verankert, von den Spielerinnen und Spielern sowie dem Staff über den Nachwuchs und das Unified Team bis hin zu den Mitarbeitenden der Geschäftsstelle. Jede Aktion und Entscheidung spiegelt das Credo «Grüewiss im Herz» wider. Ein klar definiertes Markenimage

verstärkt die Attraktivität des Clubs für Sponsoren und Partner, die sich mit einem Brand verbinden wollen, dessen Werte mit ihren eigenen übereinstimmen. Die klare Orientierung an authentischen Werten macht den FC St. Gallen 1879 damit zu einem attraktiven Partner für Sponsoren.

Durch eine gezielte Kommunikation über unterschiedliche Kanäle erreicht der FC St. Gallen 1879 seine breite und heterogene Zielgruppe. Diese Kommunikationsstrategie ist von entscheidender Bedeutung, da der Club





bestrebt ist, seine Fanbasis kontinuierlich zu stärken, ohne dabei seine Kernwerte zu kompromittieren.

Branding ist essenziell für die Kommunikation mit den Fans. Der FCSG begeistert und überrascht seine Fans fortlaufend mit innovativen Kampagnen, einzigartigen Erlebnissen und Services. Diese transportieren immer die zentralen Markenwerte. Damit wird die Wiedererkennung und Identifikation sichergestellt.

Die Zeit der Covid-19-Pandemie hat die aussergewöhnliche Solidarität innerhalb der grünweissen Familie aufgezeigt, mit Fans, Sponsoren und Partnern, die zusammenhielten und mehrheitlich auf Rückforderungen für entgangene Spieltageleistungen verzichtet haben. Diese kollektive Unterstützung in Zeiten der Not wie auch des Erfolgs verdeutlicht die starke Bindung innerhalb der «FCSG-Familie» und unterstreicht die tiefgreifende Verbundenheit zu «Grüewiss».

Die Kommunikation des FC St. Gallen 1879 über eine Vielzahl von Kanälen, von Social Media und Whatsapp bis hin zu seiner eigenen TV-Plattform und klassischen Kommunikationsmitteln, stellt sicher, dass die Botschaften des Clubs seine vielfältige Zielgruppe erreichen. Selbst traditionelle Mailings, die Informationen für die Aboverlängerung mit Präsenten wie beispielweise einem Krimi «Wenn Blitze beim FCSG knallen» oder einem multifunktionalen Fanschal mit integriertem Saisonabo beinhalten, spielen eine wichtige Rolle in der Fanbindung.

Im Rahmen seiner Corporate Social Responsibility engagiert sich der FCSG nachhaltig. Die Themenfelder «Förderung und der Schutz von Kindern» sowie «Inklusion und Vielfalt» stehen dabei im Zentrum dieser Bemühungen. Das CSR-Engagement formt sich ebenfalls aus den oben genannten Kernwerten und findet nicht nur intern

Anklang, sondern wird auch von der treuen Fanbasis aktiv unterstützt. Beispiele für solche Massnahmen sind jährliche Besuche im Kinderspital, die Betreuung eines eigenen Unified-Fussballteams, das den Schwerpunkt auf Inklusion legt, sowie diverse Aktionen und umfangreiche Spendensammlungen in Kooperation mit NGOs zum Schutz von Kindern. Bei einer dieser Aktionen kamen innerhalb von nur einer Woche über CHF 220 000 zusammen, die der FC St. Gallen 1879 gemeinsam mit seinen Fans gesammelt hat. Der hauptsächliche Fokus hierbei liegt primär in Zusammenarbeit mit regionalen Organisationen, was wieder die tiefe regionale Verwurzelung verdeutlicht. Dieses Engagement unterstreicht die Rolle des FCSG als sozial verantwortungsvoller Akteur, der über den Fussball hinaus einen positiven Beitrag zur Gesellschaft leistet.

Indem der FC St. Gallen 1879 ein kohärentes und authentisches Markenbild präsentiert, das auf seinen tiefverwurzelten Werten basiert, festigt er nicht nur die Loyalität seiner Anhänger, sondern öffnet auch Türen für neue Sympathisanten und Partner.

Kurz gesagt, der FC St. Gallen 1879 ist mehr als nur ein Fussballverein. Er verkörpert ein Phänomen, das die Kraft hat, Menschen über Grenzen hinweg zu vereinen. Durch seine universelle Sprache der Leidenschaft, des Wettbewerbs und der Gemeinschaft spricht der FCSG seine Fans an und macht ihn zu einem zentralen Bestandteil der Ostschweizer Gesellschaft und zu einem leuchtenden Beispiel dafür, wie ein Sportverein Brücken bauen kann.

Umso wichtiger ist es für den FCSG, klare Werte zu haben, zu ihnen zu stehen und diese auch zu kommunizieren. Nur so kann der FC St. Gallen 1879 in einem sich stetig wandelnden Umfeld relevant und wettbewerbsfähig bleiben und eine Wirkung entfalten, die weit über den Sport hinausgeht.



Führender Dienstleister für Active Sourcing unterstützt führenden Fussballclub: ks selection ist Silbersponsor beim FC St. Gallen 1879

Kaum ein anderer Fussballclub der Schweiz repräsentiert eine gesamte Region so, wie es der FC St. Gallen 1879 macht. ks selection unterstützt Grün-Weiss als Silbersponsor. CEO Christoph Battocletti erklärt, weshalb der Fokus nicht nur bei der ersten Herrenmannschaft liegt und man einen Stadionbesuch gerne mit Kunden erlebt.

Interview: Manuela Bruhin, Bilder: PD



Christoph Battocletti, sind Sie persönlich ein Fan des FC St. Gallen?

Ganz klar: Ja. Nicht nur ich, sondern wohl unser gesamtes Team freut sich, als Silbersponsor den FCSG unterstützen zu dürfen. Ich war etwa fünf Jahre alt, als ich mit meinem Vater zum ersten Mal einen Match im Espenmoos besuchte. Später hegte ich, wie so viele andere auch, den Kindheitstraum Fussballprofi. Hat leider bei Weitem nicht ganz gereicht. (lacht) Einige meiner Kollegen hatten etwas mehr Talent und spielten teils dann auch aktiv als Profi beim FCSG.

Lag es für Sie als CEO der ks selection auf der Hand, eine Partnerschaft mit dem FCSG einzugehen?

Auf jeden Fall. Es macht Sinn, dass wir als führender Ostschweizer Dienstleister für Active Sourcing und massgeschneiderte Rekrutierungslösungen den führenden Fussballverein in der Region unterstützen. Unser Engagement beschränkt sich aber nicht nur auf die erste Mannschaft des FCSG, sondern wir unterstützen auch die Frauenequipe und den Nachwuchs. Für uns ist klar, dass gerade bei den Frauen noch viel Potenzial vorhanden ist. Wir glauben an die blühende Zukunft des Frauenfussballs.

Der FCSG kann auf aussergewöhnlich viele treue Fans zählen. Was macht den Club so speziell?

Wenn ich ins Stadion gehe, ist es für mich wie ein «Nachhausekommen». Und ich denke, so wird es wohl vielen anderen auch ergehen. Der FCSG ist für viele eine Herzensangelegenheit, denn der Club ist nicht bekannt dafür, besonders viele Titel zu gewinnen. Wie der Verein aufgestellt ist, wie er sich präsentiert – der FCSG ist in ganz vielen Bereichen speziell. Die Stabilität und Kontinuität der Vereinsführung in den vergangenen Jahren ist lobenswert. Wenn es sportlich einmal nicht rundläuft, wird nicht gleich die ganze Strategie über Bord geworfen und personell umstrukturiert. Gerade in dieser schnelllebigen Zeit beweisen die Verantwortlichen damit ihre Beständigkeit, was sich mit unserer Unternehmensphilosophie deckt.

Wie kommt die Partnerschaft bei Ihren Kunden an?

Unsere Erfahrungen sind sehr positiv. Es ist wichtig, dass ein Verein nicht bloss auf einen einzelnen Mäzen angewiesen, sondern durch viele verschiedene Sponsoren und KMU breit abgestützt ist. Es ist wichtig, dass wir unseren Beitrag dazu leisten, dass der FCSG die Region repräsentieren kann. Viele unserer Kunden sprechen uns auf die Partnerschaft an, diese wird geschätzt und wahrgenommen. Zudem laden wir auch viele auswärtige Kunden ins Stadion ein. Es ist immer eine sehr gute Gelegenheit, die Ostschweiz zu zeigen und kennenzulernen – wer weiss, vielleicht werden sie auch von der grün-weissen Leidenschaft gepackt.

Wie steht Ihr Team zum FCSG?

Auch unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind stolz darauf, dass wir zu den Hauptpartnern des FCSG gehören. Viele sind selbst grosse Fans und tragen Grün-Weiss im Herzen. Durch die ganzen Aktivitäten, wie beispielsweise der Sponsorencup, sind bereits viele spannende Begegnungen und auch Freundschaften entstanden.



Am Bildweiher, St. Gallen



Weitere Informationen unter:
www.am-bildweiher-sg.ch

3.5-Zi. Eigentumswohnung ab CHF 745'000
4.5-Zi. Eigentumswohnung ab CHF 855'000

THOMA Immobilien Treuhand AG
Telefon 071 414 50 60
8580 Amriswil

Vertrauen seit 1978.

THOMA
IMMOBILIEN TREUHAND



Familienidyll, Matzingen



Weitere Informationen unter:
www.familienidyll-matzingen.ch

5.5-Zi. Einfamilienhaus ab CHF 1'285'000
6.5-Zi. Einfamilienhaus ab CHF 1'345'000

THOMA Immobilien Treuhand AG
Telefon 071 414 50 60
8580 Amriswil

Vertrauen seit 1978.

THOMA
IMMOBILIEN TREUHAND



Entwickelt. Baut. Vermarktet.



Kostenlose Immobilienbewertung
thoma-immo.ch/immobilienbewertung

Möchten Sie Ihre Immobilie oder Ihr Bauland verkaufen? Wir ermitteln kostenlos und unverbindlich den optimalen Marktpreis.

THOMA Immobilien Treuhand AG
Telefon 071 414 50 60
8580 Amriswil

Vertrauen seit 1978.

THOMA
IMMOBILIEN TREUHAND

Langjährige Partnerin des FC St. Gallen 1879

FCSG-Ambassadoren: Der exklusive Unterstützerverein

Die Ambassadoren des FCSG sind mehr als nur Unterstützer – sie sind die exklusiven Förderer, die den Fussballclub sowohl moralisch als auch finanziell stärken. Präsident Patrick Thoma erläutert einige Eck- und Höhepunkte des Gönnervereins, die die Leidenschaft und Hingabe der Mitglieder für den FCSG zeigen.

Text: Michel Bossart, Bilder: zVg.

Zweck des Unterstützervereins

«Die Ambassadoren unterstützen den FCSG moralisch und finanziell. Ausserdem pflegen wir die Freundschaft und unterstützen uns gegenseitig in geschäftlichen Bereichen. Der Verein organisiert wirtschaftliche, kulturelle und sportliche Anlässe für seine Mitglieder.»

Vereinsstruktur

Patrick Thoma, Präsident seit 2014 (vorher DienstagClub)
Philipp Sommer, Vizepräsident und Kassier seit 2014
Hans Bereuter, Aktuar seit 2014

Mitglieder: total 24

«Rund 90 Prozent der Mitgliedschaften laufen auf Firmen, die durch jemanden von der Geschäftsleitung oder dem Verwaltungsrat vertreten werden. 10 Prozent sind Privatpersonen. Derzeit nur Männer; zum Glück bringen viele ihre Partnerinnen mit in die Loge, sodass die Ambassadoren kein reiner Männerclub sind.»

Aufnahmeverfahren

«Aufnahmewillige reichen ein schriftliches Gesuch beim Präsidenten ein. Den Entscheid über die Aufnahme fällt dann der Gesamtvorstand. Dabei achten wir auf die Vielfalt: zum Beispiel, dass nicht alle aus der gleichen





→ Unternehmensegattung kommen. Wir bevorzugen eine breite Abstützung, damit man das eigene Netzwerk vergrössern und bereichern kann. Unsere Mitglieder sind namhafte Persönlichkeiten aus der Ostschweizer Wirtschaft.»

Numerus clausus

«Wegen der Platzkapazitäten in der Loge können wir nicht beliebig viele Mitglieder aufnehmen. Trotzdem versuchen wir, die Warteliste so kurz wie möglich zu halten. Es gibt zwar keine Mindestlaufzeit für eine Mitgliedschaft, wir wünschen uns aber, dass ein Mitglied mindestens drei bis fünf Jahre Ambassador bleibt. Das stärkt den Zusammenhalt. Wir können uns aber nicht beklagen: Unsere Fluktuationsrate ist sehr niedrig. Derzeit hätten wir noch Kapazität für ein weiteres Mitglied. Wir freuen uns auf eine entsprechende Anfrage! Wer Lust hat, den FCSG auf einmalige Art und Weise zu unterstützen, darf sich gerne bei mir melden.»

Mitgliederbeitrag

29 000 Franken pro Jahr

Gründungsjahr

2007/08 mit dem Umzug in den Kybunpark

Logenprogramm

«Wir treffen uns circa zwei Stunden vor dem Spiel in der Loge zum Apéro. Danach setzen wir uns an die Tafel und geniessen eine Vorspeise und den Hauptgang. Auch für einen exklusiven Tropfen Rot- und Weisswein ist gesorgt. Dann beginnt auch schon der Match. In der Pause werden das Dessert und der Kaffee serviert und nach Matchende gibt's noch eine Minibratwurst und ein Bierchen sowie Friandises und Kaffee.»

Dresscode in der Loge

«Casual, ein gepflegter Freizeitlook. Der Tisch in der Loge ist weiss gedeckt. Am Steh-Apéro wird Champagner gereicht. Wir pflegen einen lockeren Umgang mit einer

gehobenen Tischkultur. Die Mitglieder passen ihre Kleidung auch ohne expliziten Dresscode der Umgebung an.»

Finanzielles

«Wir finanzieren uns ausschliesslich über die Mitgliederbeiträge. Der Hauptteil unserer Einnahmen geht an die erste Mannschaft; kleinere Teile an die FCSG-Frauen und die Future Champs Ostschweiz. Weit über 90 Prozent all unserer Einnahmen landen direkt beim Fussball. Mit dem Rest finanzieren wir das Vereinsleben.»

Exklusive Leistungen für Ambassadors

- Pro Meisterschaftsspiel zwei Tickets
- Pro Cup-Heimspiel zwei Tickets
- 1 VIP-Parkplatz
- Catering in der Loge
- Mitgliedschaft im DienstagClub und Pioneers Club

Regelmässige Anlässe im Vereinsjahr

- Gala-Weihnachtsessen mit Partnerinnen und als Gast Präsident Matthias Hüppi
- Neujahrshöck
- Clubhöck im Frühling mit Sportchef oder Cheftrainer und Spielern der 1. Mannschaft
- Generalversammlung im Sommer, Gast Cheftrainer oder Sportchef
- Herbsthöck mit auserlesenen Gästen und Referenten
- Alle zwei Jahre ein exklusiver Ausflug

Beste Clubmomente des Präsidenten

«Besonders gut in Erinnerung geblieben ist mir die Reise nach Lissabon: Wir flogen im selben Flieger wie die Schweizer Nationalmannschaft und wohnten im Mannschaftshotel. Oder als die Ambassadors das Lauberhornrennen am Hundschoopf besucht haben. Die An- und Rückreise erfolgte per Helikopter. Natürlich ist aber auch jedes Heimspiel des FCSG ein Highlight. Nach der erfolgreichen Europaqualifikation werden wir bestimmt an ein Auswärtsspiel unserer Mannschaft reisen!»

Drei Säulen auf stabilem Fundament

**Urs Keller, Unternehmens-
berater der Asga**

«Eine Reform ist unausweichlich und je länger wir damit warten, desto teurer und schmerzhafter wird sie sein.»



Die Schweizer Altersvorsorge: Während wir gerne und häufig darüber streiten, ist man sich fast weltweit einig, dass das System funktioniert. Doch nichts ist so beständig wie der Wandel, und so brauchen wir Reformen, um auch den kommenden Generationen dieses System erhalten zu können. Warum das so ist? Kurz gesagt: wegen der alternden Bevölkerung und der lang anhaltenden Tiefzinsphase. Schauen wir genauer hin, kommen noch neue Arbeits- und Lebensmodelle dazu, die aktuell nicht berücksichtigt werden.

Doch der Reihe nach: Warum soll es plötzlich schlecht sein, wenn wir immer älter werden und dabei länger produktiv, fit und aktiv sind? Schlecht ist es natürlich nicht – im Gegenteil! Doch der erfreuliche Trend hat auch seine Schattenseiten: Die Mechanismen unserer Altersvorsorge werden mit der alternden Bevölkerung überstrapaziert. Zu hohe versprochene Renten, die länger bezogen werden, führen zu einer Umverteilung von Jung zu Alt – und daher zwischen den Generationen zu einem Vertrauensverlust. Ist folglich die Altersvorsorge wirklich aus der Zeit gefallen? Auch die besten Systeme müssen mit der Zeit gehen. Insbesondere das Bundesgesetz über die berufliche Alters-, Hinterlassenen- und Invalidenvorsorge (BVG), welches 1985 eingeführt wurde, basiert auf Vorstellungen,

Ein Plädoyer für unsere Altersvorsorge – und für Mut zur Revision.

die heute im Berufsalltag teilweise nicht mehr so gelebt werden. Teilzeitarbeit, Erwerbsunterbrüche oder Arbeit bei mehreren Arbeitgebern sorgen dafür, dass viele Arbeitnehmende in der 2. Säule hinter ihren Möglichkeiten zurückbleiben.

Deshalb braucht es eine Revision des BVG. Mittels dieser Revision können wir die wichtigsten Ziele der Altersvorsorge im Auge behalten und den neuen Realitäten Rechnung tragen: Wir können die Finanzierung und die Renten sichern und Personen eine Perspektive bieten, die bis heute von der 2. Säule zu wenig profitiert haben.

Wie das funktioniert?

- Der Umwandlungssatz wird von 6,8 % auf 6,0 % gesenkt.
- Eine tiefere Eintrittsschwelle erlaubt mehr Menschen, in der zweiten Säule versichert zu werden.
- 20 % des Lohns anstatt fixer Betrag: Ein neues Koordinationsabzugsmodell stellt Bezüger:innen von tieferen Löhnen und Arbeitnehmende mit mehreren Arbeitgebern besser.

Ob diese Reform beim Stimmvolk eine Chance hat, wird sich erst noch weisen müssen. Für uns aber ist klar: Hier werden echte Verbesserungen erzielt. Eine weitere Verzögerung der Reformbestrebungen hilft niemandem und wird in naher Zukunft nur zu einem noch teureren, schmerzhafteren Einschnitt führen.



Was uns der FCStG bedeutet

**Michael Götte, Nationalrat,
Gemeindepräsident Tübach,
Executive MBA FHO**

«Seit vielen Jahren engagiere ich mich als politischer Beirat für den FC St. Gallen. Primär aus zwei Gründen. Erstens bin ich ein grosser Fussballfan. Die Spiele des FC St. Gallen und die Stimmung im Kybunpark begeistern mich. Und zweitens weiss ich als Politiker, wie wichtig die Zusammenarbeit von Stadt und Land über die Kantonsgrenzen hinaus ist. Dabei spielt der FC St. Gallen eine entscheidende Rolle. Der FC St. Gallen bringt wie keine andere Institution die

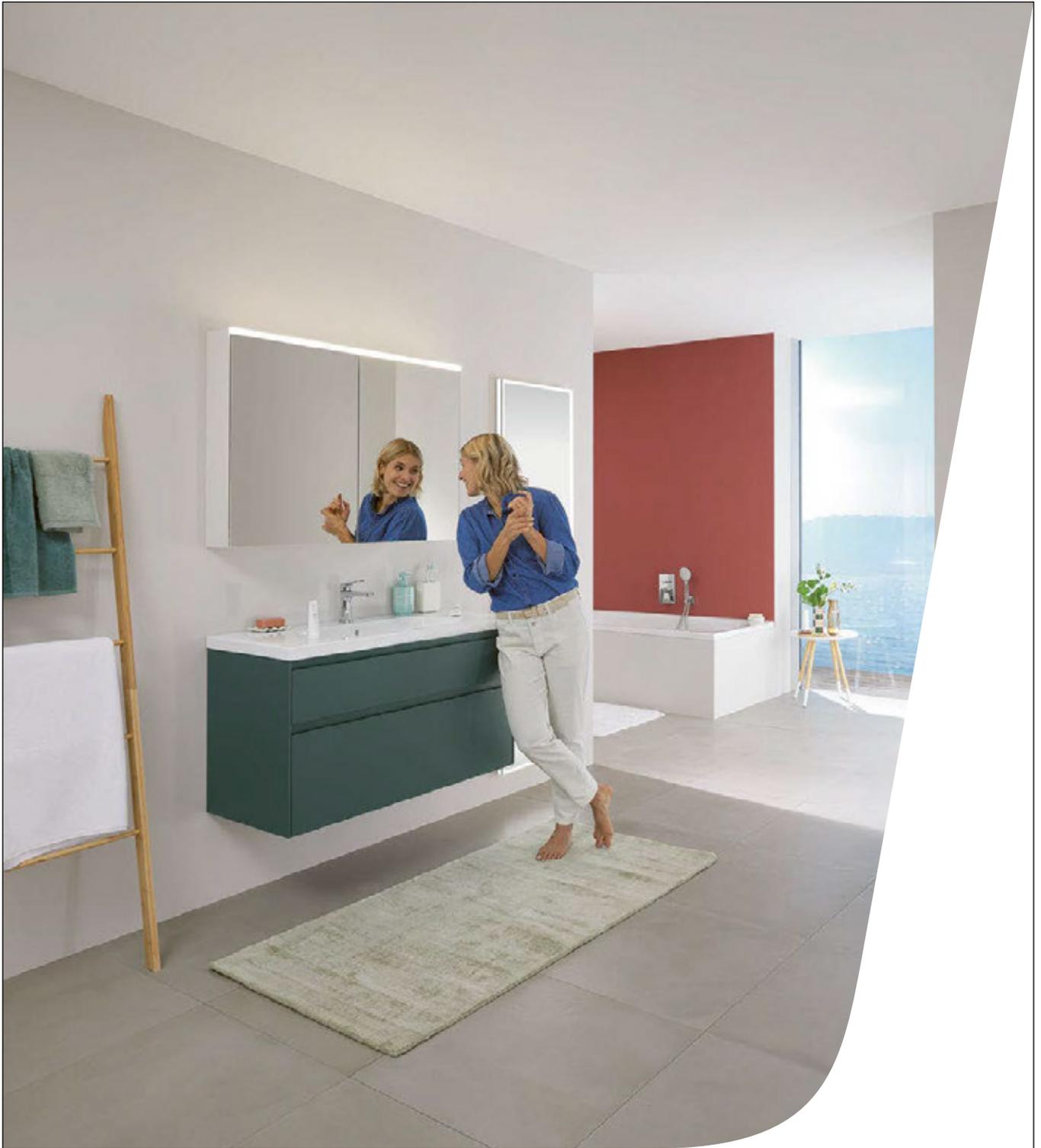
Ostschweiz zusammen. Dieses Gemeinschaftsgefühl ist eine wichtige Voraussetzung für eine erfolgreiche Entwicklung unserer Region. Eindrucksvoll aber auch die unternehmerische Leistung. Als vorbildlich und nachhaltig geführter Sportverein ist der FC St. Gallen ein unternehmerischer Leuchtturm der Ostschweiz.»

Christine Bolt, CEO Olma Messen

«Was haben die Olma Messen und der FC St. Gallen gemeinsam? Ich möchte drei Dinge erwähnen, die uns verbinden: Erstens das begeisterte und fantastische Publikum, das uns in guten

und anspruchsvollen Zeiten stets treu ist. Zweitens die Strahlkraft über die Grenzen hinaus, wir sind Leuchttürme und tragen zum Ostschweizer Selbstbewusstsein bei. Drittens der Wirtschaftsfaktor und Arbeitsplätze, die durch unsere Aktivitäten in der Stadt und darüber hinaus entstehen. Es ist ein Privileg, zusammen mit dem FCStG sowie weiteren Veranstaltern zu den «Leading Events of St. Gallen» zu gehören und unsere Region über die Kantons- und Landesgrenzen hinaus zum Strahlen zu bringen – gemeinsam für die Ostschweiz. Dankä und «Hopp Sanggällä!»»





Der neue Stil für Ihr Bad

Sanitas Troesch AG | Simonstrasse 5 | 9016 St. Gallen
Tel. +41 71 282 55 42 | sanitastroesch.ch

Sanitas Troesch AG | St. Gallerstrasse 74 | 9500 Wil
Tel. +41 71 282 55 01 | sanitastroesch.ch

Bad. Küche. Leben.

**SANITAS
TROESCH**

Beni Würth, Ständerat des Kantons St. Gallen

«Der FC St. Gallen ist ein Verein, der in drei Dimensionen nachhaltig denkt und handelt: Sport, Wirtschaft und Region. Alle Entscheidungsträger sind sich bewusst, dass sie eine grosse gesellschaftliche Verantwortung tragen und die regionale Verankerung und Identifikation letztlich ein zentraler Stabilitätsanker für den FCSG ist. Beim FCSG ist spürbar: Dieses gemeinschaftliche Interesse geht jeglichem Eigeninteresse vor. Diese starke Verankerung in der Region widerspiegelt sich auch im Wechselbad der Gefühle, das zum Fussball gehört. Wir heben nicht ab, wenn es toll läuft. Wir bleiben zuversichtlich, wenn es mal nicht so gut läuft. Eben – ZÄMÄ für unsern FCSG.»

Alessandro Barnetta, Unternehmer, Bruder von Tranquillo Barnetta

«Mit unserer Nonna durften wir schon als Sechsjährige ins Espenmoos und meistens hinter den Ersatzspielern bei der Polizei auf den Festbänken sitzen. Von da an ist eine unbeschreibliche Liebe zum FCSG entstanden, die im Debüt meines Bruders im Jahr 2002 gipfelte. Auch heute noch folge ich dem FCSG. Mehr aber, weil ich Trikots verkaufe. Darum wünsche ich dem FC St. Gallen, dass er endlich wieder am UEFA-Cup spielen kann. Hopp Sanggallä!»

Tranquillo Barnetta, ehemaliger Spieler des FCSG

«Der FC St. Gallen hatte schon früh eine spezielle Bedeutung für meinen Bruder und mich. Als Kinder durften wir mit ins Espenmoos und in der Pause gab es immer einen Fünfliber von unserer Nonna für die Bratwurst. Als 17-Jähriger durfte ich dann im selben Stadion mein Debüt als Profi feiern.»

Diana Gutjahr, Nationalrätin

«Woche für Woche pilgern Tausende von Fans, deren Herz grün-weiss schlägt, nach St. Gallen und verwandeln den Kybunpark in einen Hexenkessel. Dass die Mannschaften immer vor solch einer Kulisse spielen dürfen, davon können andere Clubs nur träumen. Der FC St. Gallen ist der Club für Ostschweizerinnen und Ostschweizer und führt die Ostschweiz immer wieder zusammen. Fussball überwindet jegliche Grenzen und ist ein wesentlicher Bestandteil des gesellschaftlichen Lebens. Seine Strahlkraft hat er aber nicht nur deswegen erlangt, sondern auch durch sein nachhaltiges Engagement im Nachwuchs und in der Förderung des Frauenfussballs. Der FCSG nimmt seine Stellung sehr ernst und arbeitet täglich daran. Dafür danke ich dem ganzen Team und wünsche dem FCSG weiterhin einen glücklichen Fuss und weiterhin viel Fingerspitzengefühl bei den Engagements. #hoppfcsg»

Marc Mächler, Regierungsrat, Vorsteher des Finanzdepartements

«Persönlich bin ich beeindruckt, wie die Begeisterung für den FCSG in der Ostschweiz unter der Leitung von Matthias Hüppi weiter gesteigert werden konnte. Dies ist keine Selbstverständlichkeit. Sie ist vielmehr das Resultat einer exzellenten Teamarbeit im Verwaltungsrat, in der Geschäftsleitung, beim Staff, aller Spielerinnen und Spieler und aller Beteiligten! Dieser Erfolg basiert auf typisch ostschweizerischen Werten wie hohem Arbeitsethos, Verlässlichkeit, Präzision und Bescheidenheit. Der FCSG ist ein bedeutender Image- und Werbeträger der Ostschweiz, auf den wir alle mächtig stolz sein dürfen. Ich gratuliere zu dieser grossartigen Leistung. Hopp Sanggallä!»





Von der Fussballsch in die Königsklasse

Von einer Karriere als Fussballprofi träumen viele Buben und Mädchen. Wer diesen Traum in der Ostschweiz realisieren möchte, geht zu einem der FCO-Stützpunkte in der Region. «Wir bieten den Talenten aus der Region eine Plattform, um im Leistungssport Fuss zu fassen», sagt Mario Gilli, der Technische Leiter von Future Champs Ostschweiz. Doch der Weg zu einer Profikarriere ist lang und steinig.

Text und Bilder: Remo Zollinger



ule



Einmal im ausverkauften Kybunpark spielen. Das grün-weisse FCSG-Trikot tragen. Die Gesänge der Fans hören, ihre Unterstützung fühlen, ihnen etwas zeigen. Später vielleicht ins Ausland wechseln, in eine grosse Liga, Champions League spielen. Das ist der Traum tausender Buben und Mädchen, die auf regionalen Fussballplätzen ihre ersten Schritte im Fussball gehen, begleitet von ihren Eltern und den ehrenamtlichen Trainerinnen und Trainern der Fussballclubs.

Doch der Traum von der Profikarriere platzt oft. Der Weg in den Kybunpark

ist lang, von Lernprozessen, Verzicht, Hindernissen und Konkurrenzkampf geprägt. «Wir sind auch Traumzerstörer», sagt Mario Gilli, Technischer Leiter von Future Champs Ostschweiz. In diesem Gefäss reifen Buben zu Fussballern heran, aus diesem Gefäss heraus sollen es möglichst viele in die Profimannschaft des FC St. Gallen schaffen.

Wie dies Christian Witzig, Betim Fazliji, Leonidas Stergiou und weitere gelungen ist. «Vo de Fuessballschuel id Königsklass – alles Gueti, Leo!» stand auf einem Spruchband des Espenblocks, das er vor dem letzten Saisonspiel gegen den FCZ zeigte. Der VfB Stuttgart hat den Toggenburger Verteidiger nach einer Saison Leihe definitiv übernommen – mit den Schwaben spielt Stergiou nächste Saison Champions League.

Breites Netzwerk, um die besten Talente zu finden

Die Eigengewächse haben als kleine Buben bei einem regionalen Club angefangen. Christian Witzig beim FC Münchwilen, Betim Fazliji bei Rebstein. Dann nahmen sie an Sichtungstrainings teil. Solche sind bei acht Stützpunkten möglich, über die ganze Ostschweiz verteilt. «Uns ist wichtig, regional möglichst breit aufgestellt zu sein, damit wir die besten Talente finden und uns keines durch die Lappen geht», sagt Mario Gilli.

Stützpunkte gibt es im Thurgau, in Wil, in St. Gallen und in Appenzell, es gibt die Teams Rheintal-Bodensee, Liechtenstein, St. Gallen Süd und den Bündner Fussballverband. Nahe an den Stammvereinen zu sein, ist FCO wichtig – ohne die Unterschrift eines Verantwortlichen dieser Clubs kann kein Junior und keine Juniorin an einem Probetraining teilnehmen. Und: Mindestanforderung ist auch, eine messbare Qualität im Jonglieren mitzubringen. Ist das nicht etwas banal? «Das werde ich oft gefragt. Es geht darum, eine erste kleine Hürde zu stellen, das siebt bereits die ersten paar Prozent heraus», erklärt Mario Gilli.

Wer das Selektionstraining besteht, kommt in die Footeco-Mannschaft des Stützpunktes. Footeco steht für Fussball, Technik und Koordination, die Trainingsschwerpunkte im Alter von zwölf bis vierzehn Jahren. Die Buben und Mädchen bleiben in ihrem gewohnten Umfeld, ehe sie auf Förderstufe 2, im Oberstufenalter, an Sportschulen wechseln.

Einige haben auch die Chance, in der FCO-Akademie zu wohnen. Vor allem wenn sie weit entfernt leben, ihren Traum aber weiterverfolgen wollen. Die Akademie ist das Wohnhaus für Nachwuchsspieler und bietet rund 22 Spielern die Möglichkeit, nahe am Trainingsstandort zu leben. Zudem bietet der Talent-Campus jungen Talenten die Möglichkeit, Hobby und Schule zu vereinbaren. Der Talent-Campus liegt einen Steinwurf vom Stadion entfernt und bietet rund 35 Spielern die Möglichkeit, bis zu 8 Trainingseinheiten wöchentlich zu absolvieren. Sowohl der Talent-Campus wie auch die Akademie sind aus dem Konstrukt FCO nicht mehr wegzudenken.

Das Ziel ist, alle Spieler individuell zu begleiten

Nach Footeco folgt ein erster grosser Cut. «Einige schaffen den Sprung in den Junioren-Spitzenfussball, viele Jugendliche kehren gut ausgebildet in den Regionalfussball zurück», steht auf der Website von FCO. Das ist Klartext. Alle wissen, woran sie sind, wollen sie den Weg ins Profifussballgeschäft gehen. In der U15 gibt



Sommerfest



Kinderdorf
Pestalozzi



Schweizer
Popstar Surprise Act

Kinderband
Billy & Benno



Alle Infos hier:
pestalozzi.ch/sommerfest24

10 – 17 Uhr in Trogen
Kinderdorf Pestalozzi

11. August





es nur noch fünf FCO-Teams, wovon eines als FC St. Gallen startet und in der nationalen Meisterschaft spielt. Die anderen vier Teams stehen jenen offen, die in der Entwicklung noch weniger weit sind.

Jugendliche entwickeln sich unterschiedlich schnell; wer es nicht ins FCSG-Team geschafft hat, ist nicht abgeschrieben. Denn Ziel von FCO ist, alle individuell zu begleiten. «Niemand darf denken, es sei ein Abstieg, bei Wil statt bei St. Gallen zu spielen. Die Spieler bekommen individuelle Entwicklungsziele, dafür haben wir vollamtliche Trainer und geschulte Spezialisten. Manche machen den Knopf sehr früh auf, andere eher spät. Man muss ihnen Zeit geben», sagt Mario Gilli.

Besonders wichtig sei in dieser Phase, oft mit den Spielern zu sprechen. Sensible Jugendliche verarbeiten Enttäuschungen nicht gleich gut wie gestandene Profis. Da stets am Puls zu sein, ist eine der wichtigsten Aufgaben von FCO.

Dank klarer Werte auch die Persönlichkeit entwickeln

Die dritte Förderstufe ist naturgemäss die härteste. Es starten immer weniger Teams für FCO, was heisst: Es braucht immer weniger Spieler. Es wird gesiebt, viele Träume platzen. Auf Stufe U21 stellt der FCSG nur ein Team. Dieses ist gerade in die 1. Liga Classic abgestiegen, zuvor spielte es in der dritthöchsten Liga, der Promotion League. «Diese ist ein gutes Gefäss, weil der Spielrhythmus sehr hoch ist. Für den Verein ist es aber kein Muss, dort zu spielen», sagt Mario Gilli. Sie bietet nicht nur Vorteile, und ohnehin sei wichtiger, die Spieler sportlich und persönlich zu entwickeln. Das sei auch in der 1. Liga Classic möglich.

Nebenher ist es zentral, den Plan B für das Leben zu schmieden. Die Ausbildung ist ebenso wichtig wie der Sport. So können die Spieler die Kantonsschule besuchen, andere schulische Wege in Angriff nehmen oder eine Berufslehre starten. Es gibt auch die Chance, eine vierjährige Ausbildung an der United School of Sports zu absolvieren.

Neben Schule und Praktika haben die Trainings viel Stellenwert. FCO schätzt sich aber auch neben der «United» glücklich, auf viele Arbeitgeber zählen zu dürfen, die junge Spieler auf ihrem Weg unterstützen und fördern.

Denn: FCO bildet nicht nur Fussballer aus, sondern primär Menschen. Die Persönlichkeitsentwicklung ist zentral. Und sie ist ein Spagat. «Die Ostschweizer zeichnen sich durch ihre bodenständige Art aus, die Spieler müssen aber mutig und zielstrebig sein. Es gilt, die Balance zwischen Bodenständigkeit und der Frechheit zu finden, die es im Profibusiness braucht», so Mario Gilli. Werte wie Respekt und Loyalität seien unabdingbar und die Basis dafür, die eigene Persönlichkeit zu entwickeln. Resilienz sei auch auf dem Fussballplatz entscheidend. Auch bei denen, die den Durchbruch schaffen. Bei denen, die sich wirklich das grün-weiße Trikot überstreifen und für St. Gallen im vollen Kybunpark spielen dürfen. Denn das Debüt ist erst der Start zur grossen Profikarriere – als Spieler und als Mensch.

Auch für Trainer ist FCO ein geeignetes Sprungbrett

Bei Future Champs Ostschweiz geht es aber nicht nur um die Ausbildung von Spielern, sondern auch von Trainern. Als «mindestens gleich gross» bezeichnet Mario Gilli das Sprungbrett, das FCO Übungsleitern bietet, aber auch Spezialisten oder Funktionären. «Es gibt uns eine Nachhaltigkeit, wenn Trainer wissen, sie können sich von uns aus entwickeln», sagt Gilli, der Brunello Iacopetta als Beispiel nennt. Er wird Trainer des FC Aarau, zuvor war er, auch in der Challenge League, bei Wil tätig.

Dort heisst sein Nachfolger Marco Hämmerli. Er hat in der letzten Saison die neue U19 des FC St. Gallen trainiert und wagt nun den Sprung zu den Profis. Hämmerli ist Wiler und spielte für den FCW sowie den FCSG in der Super League. So schafft Future Champs Ostschweiz auch auf dieser Ebene jene Identifikation, die der Organisation als Leuchtturm der Nachwuchsförderung so wichtig ist.



Der Moment dafür ist jetzt gekommen



Vor wenigen Wochen war ich zum Heimspiel des FC St. Gallen gegen Servette eingeladen und traf dort unter anderem meinen langjährigen Wegbegleiter Heinz Peischl. In die Ostschweiz kehre ich gern zurück, mindestens einmal im Jahr, und dennoch ist es immer sehr emotional.

Text: Jeff Saibene, Bild: zVg.

Beim Spaziergang um die Trainingsplätze kamen sehr schöne Erinnerungen hoch, die mich mit dem FC St. Gallen verbinden. Und es freut mich sehr, hat er in der letzten Saison wieder die Qualifikation für das europäische Geschäft erreicht.

Jürgen Klopp hat Liverpool kürzlich verlassen und sagte: «Es ist nicht wichtig, was die Leute über dich denken, wenn du kommst. Es ist wichtig, was die Leute von dir denken, wenn du gehst.» Natürlich vergleiche ich mich nicht mit einem Welttrainer wie Klopp. Und dennoch trifft das auch auf meine Zeit in St. Gallen zu. Als ich kam, war ich ein Unbekannter aus Luxemburg, spürte aber das Vertrauen von Sportchef Peischl. Ohne ihn wäre meine Karriere nicht so in Schwung gekommen – und obwohl es anderthalb Jahre brauchte, bis wir wirklich Erfolg hatten, obwohl es Skepsis gab, haben wir etwas geschafft, das bleibt.

In St. Gallen habe ich viele Freunde gefunden, die in meinem Leben geblieben sind. Geblieben ist auch die Anerkennung für die Leistungen, besonders für unser Abenteuer auf europäischer Ebene. Besuche ich mit meinen Freunden wie in jedem Jahr die Olma, sprechen mich immer noch sehr viele Ostschweizerinnen und Ostschweizer darauf an.

Als Angestellter ist es nicht immer einfach, zu begreifen, was um diesen Verein herum abgeht. Als normaler Zuschauer ist das viel sichtbarer. Vor dem Spiel gegen Servette waren vor dem Stadion sehr viele Fans in grün-weißen

Jeff Saibene, 55, übernahm die Leitung der St. Galler Profimannschaft im März 2011 und konnte den Abstieg des damaligen Tabellenletzten in die Challenge League nicht mehr verhindern. Der Luxemburger erreichte mit dem FCSG danach direkt den Wiederaufstieg – und nach Rang drei in der darauffolgenden Super-League-Saison spielte der Verein europäisch. Saibene stand am Ursprung des «Wunders von Moskau», als sich der FC St. Gallen mit einem 4:2-Auswärtssieg bei Spartak Moskau für die Gruppenphase der Europa League qualifizierte. In der Ostschweiz gab es magische Europacup-Nächte, die bis heute nicht vergessen sind. Nach seinem viereinhalbjährigen Engagement beim FCSG trainierte Saibene unter anderen die deutschen Traditionsvereine Arminia Bielefeld und 1. FC Kaiserslautern. Er kehrt immer noch gern in die Ostschweiz zurück. (rez)

Schals zu sehen, der FC St. Gallen bewegt die Massen. Und deren Liebe zum Verein ist richtig spürbar. Wichtig ist, dass das so bleibt. Dass der FC St. Gallen weiterhin Erfolg hat und dass es ihm auch weiterhin gelingt, junge Spieler aus der Region ins Profiteam einzubauen. Mit ihnen können sich die Fans zusätzlich identifizieren.

Ich hoffe, dass der FCSG in der nächsten Saison wieder etwas erlebt, das für immer bleibt – vielleicht ja wieder auf der europäischen Bühne. Der Moment dafür ist jetzt gekommen.



Der FC St. Gallen und Europa: Viel Schatten und das Wunder von Moskau

Nach zwölfjähriger Abwesenheit kehrte der FC St. Gallen in der Saison 2022/2023 triumphierend auf die europäische Fussballbühne zurück. In den Play-offs der UEFA Europa League trafen sie auf den russischen Giganten Spartak Moskau – einen Verein mit einem beträchtlichen Budget von 120 Millionen Franken, der kürzlich noch in der Champions League spielte.

Das erste Aufeinandertreffen in der heimischen AFG-Arena endete mit einem spannenden 1:1-Unentschieden, wobei Marco Mathys in der zweiten Hälfte den Ausgleich erzielte. Im Rückspiel in Moskau gelang den Espen die Sensation, welche in Fan-Kreisen das Prädikat «Wunder von Moskau» erhielt: Sie drehten einen frühen Rückstand und siegten beeindruckend mit 4:2, was ihnen einen Platz in der Gruppenphase sicherte.

Europa League:

Ein unvergessliches Abenteuer

In der Gruppenphase bekam St. Gallen attraktive Gegner wie Valencia, Swansea und Kuban Krasnodar zugelost. Ihr erstes Gruppenspiel gegen Kuban Krasnodar gewannen sie mit 2:0. Die Reise ging weiter nach Wales,

wo sie Swansea City trotz einer 1:0-Niederlage stark herausforderten und die Herzen ihrer Fans höher schlagen liessen. In Valencia erlebten sie eine deutliche 5:1-Niederlage, zeigten jedoch im Heimspiel Charakter. Grün-Weiss ging trotz Unterzahl in Führung, verlor jedoch knapp durch ein spätes Tor von Valencia. Unvergessen bleibt der zwischenzeitliche Führungstreffer von Goran Karanović, der in der 66. Minute mit einem Solo-Lauf über den halben Platz und seinem Goal das Stadion zum Beben brachte. Im entscheidenden Spiel gegen Kuban Krasnodar unterlagen sie mit 0:4, doch ein abschliessender 1:0-Heimsieg gegen Swansea sorgte für einen versöhnlichen Abschluss.

In der Saison 2017/18 sicherte sich der FC St. Gallen als Tabellenfünfter

einen Platz in der Qualifikation zur Europa League. Unter dem neuen Trainer Peter Zeidler startete die Saison vielversprechend mit einem Sieg in Basel, doch die europäische Kampagne endete früh mit einer Enttäuschung in der zweiten Qualifikationsrunde gegen Sarpsborg.

Herausforderungen und Chancen in der Pandemiezeit

Die Saison 2020/21, die durch die Pandemie verzögert wurde, begann vielversprechend für St. Gallen mit drei 1:0-Siegen und einer Führung in der Tabelle. Trotz dieses guten Starts schied das Team erneut frühzeitig in der Qualifikation zur Europa League aus, diesmal gegen AEK mit einem 0:1, was die Hoffnungen auf ein weiteres europäisches Abenteuer vorerst zunichte machte.

DANKE FÜR IHRE UNTERSTÜTZUNG

CLUBMITGLIEDSCHAFT "DIE OSTSCHWEIZ"

FREUND/IN DER
OSTSCHWEIZ



CHF 222 /Jahr

- ✓ 6x Magazin im Jahr
- ✓ Wöchentlicher Newsletter
- ✓ Einladung zur Ostnight

GÖNNER/IN DER
OSTSCHWEIZ



CHF 900 /Jahr

- ✓ 6x Magazin im Jahr
- ✓ Wöchentlicher Newsletter
- ✓ 2 Einladungen zur Ostnight
- ✓ 5% Ermässigung auf Werbung Online und im Magazin

BUSINESS-PARTNER/IN
DER OSTSCHWEIZ



CHF 3700 /Jahr

- ✓ 6x Magazin im Jahr
- ✓ Wöchentlicher Newsletter
- ✓ 6 Einladungen zur Ostnight
- ✓ 1 Seite Anzeige oder 2 Seiten Publireportage, Zeitpunkt nach Wahl
- ✓ 1 Seite "CEO-Interview" im Magazin und Online
- ✓ 5% Ermässigung auf Werbung Online und im Magazin



WERDEN SIE JETZT CLUBMITGLIED UND
UNTERSTÜTZEN SIE UNSEREN UNABHÄNGIGEN
JOURNALISMUS FÜR DIE OSTSCHWEIZ.

www.dieostschweiz.ch/club



making
places
motivating




Markwalder
1898


Pius Schäfer
seit 1965

markwaldersg.ch
piusschaeffler.ch

usm.com

15 000 Besucher an einem durch- schnittlichen Tag

Als die Shopping Arena St.Gallen vor 16 Jahren erstmals ihre Türen öffnete, war Fabienne Diez als Marketingleiterin bereits Teil des Kernteams. Vor einem Jahr übernahm sie von ihrem Vorgänger Marc Schäfer die Leitung des Centers. Ein Gespräch über den «Seitenwechsel», den Einsatz von Robotern und Rutschbahnen.

Interview: Marcel Baumgartner, Bild: zVg.

15 Jahre Marketingleiterin, nun seit einem Jahr Center-Leiterin: Fabienne Diez, wie hat sich Ihr Berufsalltag verändert?

Ich wusste bereits, worauf ich mich einlasse, aber natürlich ist es ein ganz anderes Aufgabenfeld. Jetzt bin ich für den reibungslosen Betrieb zuständig und stehe im Austausch mit sämtlichen Fachabteilungen, Schnittstellen und Stakeholdern. Meine Aufgaben umfassen die konzeptionelle und strategische Weiterentwicklung des Centers, um sicherzustellen, dass wir auch künftig im Markt bestehen können. Eine herausfordernde, aber äusserst spannende Aufgabe, die mir viel Freude bereitet.

Was fällt unter den Begriff strategische Weiterentwicklung? Wäre es denkbar, dass sich die Shopping Arena in fünf oder zehn Jahren ganz anders präsentiert?

Wir haben das schon beim 10-Jahre-Jubiläum intensiv diskutiert. Wir stellten uns die Frage, ob wir zum 20-jährigen noch ein reines Shoppingcenter sein werden. Wohin sollen wir uns entwickeln? Ist der Name aufgrund der sich verändernden

Nutzungskonzepte noch zeitgemäss? Wohin führt das Online-Shopping unsere Gesellschaft? Wie gehen wir mit dem Einkaufstourismus und allge-

mein mit dem veränderten Einkaufsverhalten um? Muss man mehr im Entertainment-Bereich anbieten? Passt der Mieter-

mix noch? Diese Fragen beschäftigen uns fortlaufend.

Um es etwas einzugrenzen: Im Grundsatz kann man sagen, dass Ihr oberstes Ziel ist, das Gebäude zu «füllen», womit auch immer?

Unser Ziel ist die Vollvermietung, und das haben wir bisher immer erreicht. Dies ist in der heutigen Zeit nicht ganz einfach. Wir haben sogar das Glück, über eine Interessentenliste zu verfügen. Bei einem Wechsel achten wir stets darauf, welches Angebot strategisch gut passt und den Bedürfnissen unserer Zielgruppe entspricht.

Wie viele Läden sind es heute?

60.

Und zu wie vielen Wechslen kommt es durchschnittlich pro Jahr?

Das sind wenige: ein bis zwei.

«Ich sehe eher, dass ein Gegen-trend einsetzt.»

Gab es schon einmal einen «Abgang», der Sie extrem geschmerzt hat?

Abgänge sind immer bedauerlich. Gleichzeitig gehören sie zum Alltagsgeschäft. Wir sehen Abgänge immer auch als Chance, unser Angebot zu optimieren.

Aber Sie haben eine eigene Wunschliste?

Ja, die haben wir. Natürlich wünscht man sich bestimmte Marken, die für die Ostschweiz spannend wären. Wir möchten gerne komplett neue Marken



Fabienne Diez:

«Da wäre ich sehr vorsichtig.»





LO Guard: Nehmen Sie platz.

LO

Sie wollen nach dem Training die Kleider wechseln? Dann ist die vielseitige Garderobe LO Guard von Lista Office LO genau das Richtige. In die integrierte Schuhablage passen alle Schuhformen von klein bis gross und dient gleichzeitig als bequeme Sitzbank.

LO Guard ist ein Alleskönner der sich mit Variationen von Türen, Schliesssystemen, diversen Ablagefächern und Organisationssystemen fast an alle Anforderungen anpassen kann.

Überzeugen Sie sich selbst und besuchen Sie uns in unserem Showroom. Wir freuen uns auf Ihren Besuch.



LO Ostschweiz

Zürcherstrasse, Geschäftshaus Neuhof
9015 St. Gallen-Winkeln
lista-office.com/ostschweiz

LO Ostschweiz

**ZERTIFIZIERTE
SLOW
BREWING
SPITZENQUALITÄT**

Roger
Biernachschub

UNSER SCHÜGA.

Wir nehmen uns Zeit für unser Bier.

Schützengarten
- LAGER -
SEIT 1779



in die Region bringen. In der Vergangenheit ist uns dies beispielsweise mit Ikea, Zara, Mango, Hunkemöller und einigen anderen gelungen.

Der Mietermix ist sicherlich entscheidend, um das Center attraktiv zu halten. Was benötigt es darüber hinaus noch?

Es braucht unterschiedliche Aspekte, damit die Shopping Arena funktioniert. Der erwähnte Mietermix und das Gesamtangebot sind – wie Sie richtig sagten – entscheidend. Weiter sind aber auch einheitliche Öffnungszeiten, die Erreichbarkeit, das Parkplatzangebot mit E-Ladestationen und eine durchwegs ansprechende Ausstattung wichtige Faktoren.

Von wie vielen Besucherinnen und Besuchern sprechen wir hier eigentlich?

Es sind jährlich circa 4,5 Millionen. An einem durchschnittlichen Tag verzeichnen wir – zusammen mit Ikea – also rund 15 000 Besuche. Wir messen das mittels Sensoren an allen Eingängen. Natürlich gibt es auch absolute «Peaks». Was schätzen Sie, wie viele Personen besuchen uns an einem «Black Friday»?

Wenn es im Schnitt 15 000 sind, würde ich auf das Vierfache davon tippen.

Fast, ja. Es sind rund 50 000.

Für die Ostschweiz sind das stattliche Zahlen. Es heisst doch aber, wir seien zu einer Online-Gesellschaft geworden. Das passt irgendwie nicht zusammen. Wie erklären Sie sich das?

Ich sehe eher, dass ein Gegentrend einsetzt. Nach Corona wurde dieser sogar noch beschleunigt. Man möchte sich treffen, schätzt die persönliche Beratung, möchte die Produkte anfassen und ausprobieren. Ein Center bietet ein komplett anderes Einkaufserlebnis, welches das Internet nie bieten kann.

In der Innenstadt von St. Gallen sieht man hingegen sehr viele leer stehende Lokale. Dort gelingt offenbar nicht, was die Shopping Arena seit 16 Jahren erfolgreich meistert. Weshalb?

Das ist schwer zu beurteilen. Die sehr unterschiedlichen Öffnungszeiten der verschiedenen Anbieter sind sicherlich kein Vorteil. Dadurch fehlt es den Konsumentinnen und Konsumenten an Verlässlichkeit. Bei uns ist dies durch die Mietervereinigung einfacher zu handhaben. Alle müssen sich an gewisse Eckpunkte halten und tragen ihren Beitrag zu unseren Werbeaktivitäten bei. Wir können den Betrieb gezielter steuern. Auch die

Parkplatzsituation und die ÖV-Anbindung sind entscheidend.

Orientieren Sie sich bei der Weiterentwicklung stark an anderen Centern? Gibt es Trends, die Sie da jeweils kopieren?

Natürlich tauscht man sich mit anderen Center-Leitern aus. Und bei meinen Reisen im Ausland besuche ich jeweils auch die unterschiedlichsten Anbieter. Aber man muss

«Wir arbeiten an einem Revitalisierungsprojekt, das Neuheiten beinhaltet.»

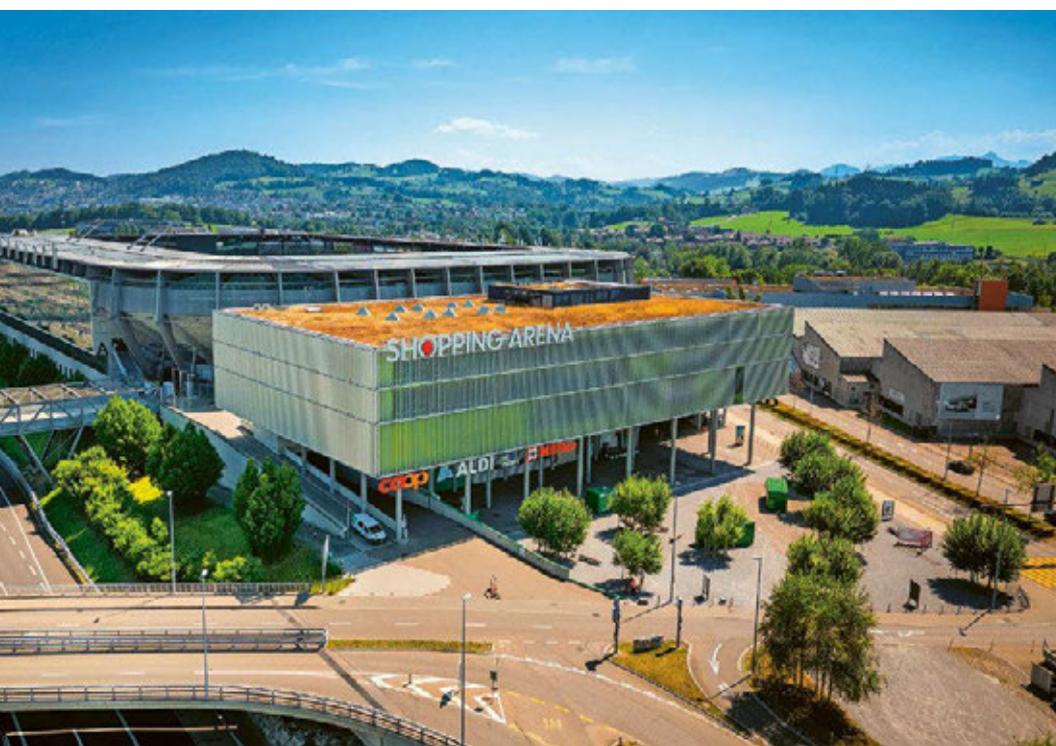
das relativieren: Mit unseren 60 Läden können wir uns nicht mit einer Dubai Mall vergleichen, die über 1200 Anbieter verfügt. Da sind verrücktere Sachen möglich. In Japan sah ich aber beispielsweise sehr viele robotergesteuerte Angebote. Einige davon haben wir auch schon bei uns integriert. Es braucht Innovationen, um insbesondere die Jugendlichen zu begeistern.

Was wären denn verrückte Visionen für die Shopping Arena? Ein Springbrunnen? Ein Wasserfall?

Auf Visualisierungen sieht das jeweils hervorragend aus. Man könnte beispielsweise auch eine Rutschbahn ins Gebäude integrieren. Letztlich ist die Machbarkeit aber nicht immer gegeben. Wir arbeiten derzeit an einem Revitalisierungsprojekt, das Modernisierungen und Neuheiten beinhaltet. Dazu kann ich aber noch keine Details nennen.

Sie haben zu Beginn erwähnt, dass auch schon über einen Namenswechsel nachgedacht wurde. Wäre das wirklich denkbar? Die Etablierung würde wohl wieder sehr lange dauern. Es gibt zum Beispiel auch heute noch sehr viele Personen, die nicht vom Kybunpark, sondern noch immer von der AFG Arena sprechen...

Das ist genau der Punkt. Es dauert sehr lange, bis ein neuer Name in den Köpfen verankert ist. Deshalb wäre ich da auch sehr, sehr vorsichtig.



Die stillen Kräfte im Hintergrund

Klar, die Fussballspieler auf dem Platz stehen im Rampenlicht. Sie werden gefeiert – oder auch kritisiert. Für einen funktionierenden Betrieb benötigt es aber ein Zusammenspiel von verschiedenen Faktoren.

Text: Manuela Bruhin, Bilder: zVg.





Manuel Beyer, Koch

Von Porridge bis zum Pizzafestival: Koch Manuel Beyer sorgt mit seinen Nudeln und Co. dafür, dass die FCSG-Spieler zu Höchstleistungen auflaufen.

Er stand schon in der Küche des «Einstein» oder «Drahtseilbähnli». Nun bekocht Manuel Beyer die Spieler des FCSG. Vom reichhaltigen Brunch bis hin zu ausgeklügelten Menüvariationen ist alles mit dabei. Und doch weniger komplex als gedacht.

Die leidige Frage: «Was koche ich heute?» müssen sich die Spieler kaum einmal stellen. Denn als einer der wenigen Clubs in der Schweiz kommen die 1. Mannschaft und weitere Nachwuchsspieler der FCSG-Academy und des FCSG-Campus täglich in den Genuss einer trainingsbegleiteten Ernährung. Morgens vor dem Training gibt es für die Profis ein reichhaltiges Frühstücksbuffet, mittags stehen zwei Menüvariationen zur Auswahl. «Hier geht es nicht um eine Sternenküche, sondern darum, ernährungsoptimierte Menüs anbieten zu können», fasst es Manuel Beyer zusammen.

Zum FCSG sei er eher zufällig gestossen, da der Club geduldig auf die passende Bewerbung gewartet hatte. Für ihn als grossen Eishockeyfan sei es spannend, die beiden Komponenten des Kochens und des Profisports in Einklang zu bringen. Zu Beginn der Woche wird Wert auf hochwertige Fette, die beispielsweise in Avocados und Lachs enthalten sind, gelegt. Ende der Woche, im Hinblick auf die Spiele, nehmen die Kohlenhydrate einen grösseren Stellenwert ein, damit die Spieler ihr Potenzial abrufen können.

«Anders als viele meinen, sind die Spieler weder heikel noch kompliziert, was das Essen anbelangt», sagt Beyer im Gespräch. Dennoch müsse er angesichts der Menüauswahl manchmal schmunzeln, weil im Profisport in seinen Augen einige Kalorien mehr auf dem Teller landen sollten, um den Energiespeicher optimal aufzufüllen. Das Highlight für Beyer ist die traditionelle Pizzaparty nach

dem letzten Spiel der Saison. «Dann essen alle zusammen und geniessen. Eine schöne Tradition.»

Hildegard Keller, Dienstagclub

Die gute Seele im VIP-Bereich: Hildegard Keller weiss, wie sie mit ihrer Art die Gäste des Dienstagclubs glücklich machen kann.

Ihre Arbeit wird sehr geschätzt, auch wenn sie eigentlich fast immer im Hintergrund passiert: Hildegard Keller engagiert sich für den Dienstagclub, der grössten Donatorenvereinigung des FCSG, im VIP-Bereich.

«Ich hätte gerne noch ein Glas Wein.» – «Könnten Sie mir noch das Wasser reichen?» – Hildegard Keller muss das Interviewgespräch einige Male unterbrechen, um die Wünsche der Gäste im VIP-Bereich des Dienstagclubs zu erfüllen. Hier einen Tisch sauber machen, dort noch die Häppchen stilvoll anrichten. Handgriffe, die nach zwei Jahren sitzen. «Ich mag es, dass ich die Gäste mittlerweile kenne und weiss, welche

Vorlieben sie haben. Ob sie beispielsweise ein kurzes Gespräch schätzen oder lieber in Ruhe ihren Kaffee oder ein Glas Wein geniessen möchten.»

Hildegard Keller stammt aus einer richtigen «Fussballfamilie». Ihr Mann war jahrelang als aktiver Fussballer tätig und eine ihrer beiden Töchter arbeitet ebenfalls im Dienstagclub. «Damals, als die Spiele noch im Espenmoos ausgetragen wurden, waren wir mit der ganzen Familie als treue Fans des FC St. Gallen dort anzutreffen», sagt sie im Gespräch.

An ihrer Arbeit schätzt sie die Abwechslung und die Bekanntschaften, die daraus entstehen. «Es hat sich eine gewisse Vertrautheit entwickelt – innerhalb des Teams und auch bei den Gästen.»

Es freut sie, wenn sie durch ihre Tätigkeit einen Teil dazu beitragen kann, dass sich die treuen Fans während ihres Aufenthalts im Kybunpark wohlfühlen.





Raphael Hertach, Car-Chauffeur
Der Mann hinter dem Steuer: Raphael Hertach hat den Überblick und behält auch im Stau die Nerven.

Die Strassen sind sein Metier, Sicherheit und Pünktlichkeit besonders wichtig. Raphael Hertach und seine Kollegen sorgen als Car-Chauffeure dafür, dass die Spieler des FC SG rechtzeitig zum Zielort gelangen. Doch das ist oft gar nicht so einfach.

Plus/minus zwei Minuten. So klein ist das Zeitfenster, an welchem die Spieler beim gegnerischen Stadion eintreffen sollen. «Den richtigen Zeitpunkt für die Ankunft des Cars zu erwischen, ist sehr wichtig. Zu früh kommen geht nicht», sagt Raphael Hertach im Gespräch und fügt lachend hinzu: «Manchmal hoffe ich da auf das eine oder andere Rotlicht.»

Hauptberuflich arbeitet er als Maschinenbauingenieur. 2010 übernahm er die erste Fahrt – aushilfsmässig – an ein Auswärtsspiel. Und rutschte schliesslich in das Business hinein. Heute ist Hertach zusammen mit zwei anderen Teamkollegen für die erste Mannschaft des FC SG sowie die U21-Mannschaft verantwortlich.

Ein Fussballfan ist er bereits seit damals, als der FC SG noch im Espenmoos auflief. Trotzdem ist ihm professionelle Distanz wichtig. Die Spieler um ein Autogramm oder gar ein Selfie zu bitten, kommt für ihn nicht in Frage. Auch nicht dann, wenn er die Schweizer Nationalmannschaft als Chauffeur ans Ziel bringt. Wird über mögliche Transfers oder Sonstiges gesprochen, ist für ihn klar: Davon wird nichts nach aussen dringen. Gleiches gilt auch für seine Kollegen: Kurt Steiner, der die 1. Mannschaft bei den

Heimspielen zum Stadion bringt, und Dominic Walser, der die U21 durch die Schweiz chauffiert.

Mit dem Hin- und Herfahren ist der Job bei den Profis aber nicht getan. In 90 Prozent der Fälle ist die Mannschaft zwei Tage lang unterwegs und trifft bereits einen Tag vor dem Spiel am Zielort ein. Im Vorfeld überlegt sich Raphi, wie ihn in seinem Umfeld alle nennen, die genaue Abfahrtszeit, um möglichst verkehrsfrei reisen zu können.

Auch hier wird nichts dem Zufall überlassen: Kommt eine neue Strecke dazu, fahren die Chauffeure diese teilweise zuvor ab. Damit eben das enge Zeitfenster eingehalten werden kann – und manchmal hilft das Rotlicht zum Glück.

«Den richtigen Zeitpunkt für die Ankunft des Cars zu erwischen, ist sehr wichtig.»





Flavio Soldati, Bereichsleiter Eventteam

Er ist für «alles und nichts zuständig»: Bei Flavio Soldati laufen am Spieltag viele Fäden zusammen.

Von Werbeplakaten aufstellen bis hin zu Schnee schaufeln übernimmt Flavio Soldati als Bereichsleiter des Eventteams viele verschiedene Aufgaben im Hintergrund. Am Spielfeldrand fiebert er mit, doch vergisst er sein Motto nie: «Wenn ich etwas mache, dann richtig.»

«Nur wenn ein Geburtstag ansteht, bin ich nicht dabei.»

Für geräuschempfindliche Personen wäre die Arbeit von Flavio Soldati wohl weniger geeignet. Während des Spiels hat er sich sogleich in der Nähe des Eckpfeilers positioniert und hat so stets im Blick, was auf und neben dem Spielfeld abgeht.

Und das hat es manchmal in sich, wie er im Gespräch ausführt. «Ich erinnere mich an ein Qualifikationsspiel der Schweizer Nati, welches bei uns im Kybunpark durchgeführt wurde. Es hat wie aus Kübeln geschüttet, der ganze Platz stand unter Wasser. Wir haben mit Schaufeln versucht, das Wasser abzutragen. Zum Glück erfolgreich, das Spiel konnte beendet werden.»

Flavio Soldati ist sich für keine Arbeit zu schade und höchst flexibel, wenn es um den FC SG geht. Er plant seine Freizeit um dessen Spiele herum. «Nur wenn ein Geburtstag ansteht, bin ich nicht dabei.»

Soldati genießt seine Arbeit im Stadion, weil die Stimmung und die Atmosphäre sehr speziell seien. Auch die Kontakte und Freundschaften, die mittlerweile daraus entstanden sind, schätzt er. «Man kennt einander und hält zusammen.»





Manuel Nagel, Mann der 1000 Spiele

Er hat stets die grün-weisse Brille auf: Manuel Nagel ist der Mann der 1000 Spiele.

Anfang der 80er-Jahre nahm sein Vater ihn zu einem Spiel des FCSG mit. Seither hat Manuel Nagel mehr als 1000 Spiele besucht. Egal, wo der FCSG spielt, der Thurgauer ist stets mit dabei. Er weiss aber, weshalb eine gewisse Distanz dennoch nötig ist.

160 Zeichen standen zu Beginn im Mittelpunkt. Damals, Anfang der 2000er-Jahre, kam Manuel Nagel durch einen Kollegen zum «SMS-Dienst». «Von da an war ich praktisch an jedem Spiel mit dabei und versorgte die damaligen Abonnenten per SMS über Tore, Auswechslungen und das Endresultat», erinnert sich Nagel. Als schliesslich das Internet einen grösseren Stellenwert einnahm, kamen zu

seinen Aufgaben die Matchberichte und der Live-Ticker dazu.

Heute, über 20 Jahre später, tickert Manuel Nagel immer noch fleissig, wenn die Profis des FCSG auf dem Platz stehen. Obwohl er bei jedem Spiel dabei ist, gibt es Szenen und hin und wieder sogar Tore, die er nicht sieht, weil er gerade in die Tasten haut. Dann helfen Kollegen aus. Doch an die vier Tore der St. Galler im August 2013 beim 4:2-Auswärtssieg in Moskau erinnert er sich noch ganz genau: «Das war der schönste Match, den ich miterleben durfte.»

Ein Testspiel im Winter in Berlin oder im Sommer in Monaco: Auch sein Job als Lokalredaktor bei der «Thurgauer Zeitung» hindert ihn nicht daran, viel Herzblut für den Verein zu vergiessen.

Da lässt er auch seine berufsbedingte Neutralität aussen vor. «Als Matchberichterstatter für den FCSG schreibe ich mit einer grün-weissen Brille.» Die kritische Hinterfragung der Leistung überlasse er seinen Kolleginnen und Kollegen.

Dennoch habe sich über all die Jahre auch eine gewisse Distanz bewährt.

Als Teenager nahm Manuel Nagel eine Niederlage so mit, dass er mehrere Tage schlecht gelaunt war. Mittler-

weile haben sich seine Prioritäten verschoben. Ein unglücklicher Punktverlust an einem Donnerstagabend in Lausanne wird mehr als wettgemacht durch den anschliessenden freien Tag in dieser Stadt, den er mit seiner Frau geniesst, die ihn hin und wieder an die Auswärtsspiele begleitet.

«Das war der schönste
Match, den ich
miterleben durfte.»





Reto Hollenstein

übernahm per 1. Juni 2023 die Geschäftsleitung der BG OST-SÜD. In seiner beruflichen Laufbahn hat er verschiedene Stationen im Banking durchlaufen, zuletzt als Leiter Firmenkunden. Der 55-Jährige ist verheiratet und wohnt in Kirchberg, wo er sich auch als Gemeinderat engagiert.

«Wir sehen uns als Ermöglicher»

Oft ist die Finanzierung das Zünglein an der Waage, wenn es um die erfolgreiche Geschäftsentwicklung geht. Wenn Investoren fehlen oder die Bank aufgrund eines vermeintlich zu grossen Risikos Vorbehalte hat, steht die BG OST-SÜD bereit. Die Bürgschaftsgenossenschaft unterstützt KMU bei zukunftsweisenden Projekten.

«Wir setzen dort an, wo ein Unternehmen für ein vielversprechendes, geschäftliches Vorhaben nicht genügend Eigenmittel aufbringen kann», erklärt der Geschäftsführer der BG OST-SÜD, Reto Hollenstein. «Dann können Unternehmerinnen und Unternehmer bei uns eine Bürgschaft beantragen.» Dies zum Beispiel, wenn das KMU in eine neue Betriebsliegenschaft investieren möchte oder wenn das Geschäft an einen Nachfolger oder eine Nachfolgerin übergehen soll. Dass in solchen Fällen nicht immer die notwendigen finanziellen Mittel zur Verfügung stehen, liege auf der Hand. «Bei einer Betriebsliegenschaft beispielsweise muss ein KMU rund 30 Prozent Eigenmittel einsetzen, um einen Bankkredit zu erhalten. Auch bei der Übergabe des Geschäfts an die Nachfolgeneration hat diese nicht unbedingt sofort die nötigen finanziellen Mittel zur Hand», führt Reto Hollenstein aus.

Die BG OST-SÜD bürgt in solchen Fällen mit ihrem exzellenten Namen. Sie ist eine der vier vom Bund anerkannten

Bürgschaftsgenossenschaften und fördert entwicklungs-fähige KMU durch die Gewährung von Bürgschaften bis zu einer Summe von CHF 1 Million. Damit erleichtert sie den Antragstellenden die Aufnahme eines Bankkredits.

Überzeugende Projekte fördern

Weitere Gründe, weshalb KMU eine Bürgschaft beantragen, sind Geschäftsübernahmen oder die Liquiditätssicherstellung bei einem Angebots- oder Personalausbau. «Wir suchen jeweils das Gespräch mit den Unternehmerinnen und Unternehmern und prüfen ihre Projekte eingehend», erklärt Reto Hollenstein. «Und bei allen Projekten ist es uns wichtig, das Geschäftsmodell zu verstehen, vor Ort bei der Firma vorbeizugehen und zu erkennen, dass die Antragstellenden mit Herzblut bei der Sache sind.»

2023 wurden bei der BG OST-SÜD 68 neue Bürgschaften mit einem Volumen von rund CHF 20 Millionen bewilligt. Insgesamt betreut das Team gegenwärtig 532 Dossiers mit einer gesamthaften Bürgschaftssumme von CHF 105 Millionen. Rund 6000 Arbeitsplätze hängen mit diesen Bürgschaften zusammen.

«Wir sehen uns als Ermöglicher», sagt Reto Hollenstein. «Wenn ich einen positiven Presseartikel sehe, der über ein von uns unterstütztes Projekt berichtet, oder wenn ein KMU unsere Bürgschaft erfolgreich zurückführen kann, dann stellt sich das gute Gefühl automatisch ein.»



Mehr Informationen sowie das digitale Antragsformular finden Sie auf bgost.ch.

Keinen Rappen mehr im Kässeli

Der FC St. Gallen erfreut sich seit einigen Jahren einer wirtschaftlichen Stabilität. Das war nicht immer so. In der Vergangenheit war der drohende Konkurs ein treuer Begleiter des Ostschweizer Fussballclubs.

Text: Markus Scherrer, Bild: zVg





In diesen Zeiten sprechen die Verantwortlichen des FC St. Gallen gerne und zu Recht von der Habenseite. Von vereinseigenen Rekorden punkto Saisonabonnements, Zuschauerzahlen und einer erfolgreichen Kapitalerhöhung in der FC St. Gallen AG. Von ebenfalls erfreulichen Einnahmen aus Sponsoring und Marketing. Von einer beeindruckenden Treue der Donatorenvereinigungen. Von neuen Partnerschaften. Und von einer grossartigen Aktionärsgruppe, welche via Event AG dem Club eine wirtschaftliche Stabilität verleiht.

Der Verein gehörte de facto der Bank

Das war in der Vergangenheit des FC St. Gallen ganz anders. Da stand der Club oft vor dem finanziellen Kollaps.

Damals zum Beispiel, als der Ostschweizer Traditionsclub in die sportliche Offensive ging und mit Helmut Johannsen einen bekannten deutschen Trainer ins damalige Espenmoos holte. Der Mann mit dem klingenden Trainernamen hatte seine konkreten Vorstellungen, welche allerdings auch ihren Preis hatten. Mit Johannsen kam zwar ohne Zweifel der sportliche Erfolg, doch die Habenseite konnte in keinsten Weise Schritt halten. Als es schon fünf nach zwölf war und die an der Clubspitze verbliebenen Personen einen Kassensturz machten, stellten sie auf der Geschäftsstelle im Espenmoos ernüchert fest: Im Kässeli war kein Rappen mehr. Der Verein gehörte de facto der damaligen Bank Rohner. Denn das Konto befand sich tief, ganz tief im Minus. Von zu jenen Zeiten horrenden 800 000 Franken Schulden war die Rede. Eigentlich war die Lage aussichtslos. Es sollte nicht das letzte Mal sein.

Sachwalter, Kleberaktion, Spendenbarometer

Doch der FC St. Gallen zog immer wieder den Kopf aus der Schlinge. Mal war es ein Sachwalter, der mit eisener Hand aufräumte. Mal war es eine heute noch legendäre Kleberaktion. Mal war es eine gross angelegte Rettungsaktion. Mal war es ein Spendenbarometer. Und immer wieder fanden sich gut betuchte Personen, denen der Verein am Herzen lag, die Geld einschossen und es in derselben Sekunde auf null abschrieben. Mal war es ein Präsident, der mit schöner Regelmässigkeit die Konten ausglich und froh war, dass seine Frau nichts davon wusste. «Sie würde mir den Kopf umdrehen ...»

«Strukturelles Defizit»

Der Wunsch nach sportlichem Erfolg verleitete die Verantwortlichen damals immer wieder, ins Risiko zu gehen. Im Wissen, dass es am Ende doch nicht aufgehen würde. «Strukturelles Defizit» waren zu jenen Zeiten beim FC St. Gallen geflügelte Worte. Doch irgendwann war dem Hinterletzten in der Ostschweiz klar, dass das Portemonnaie der FCSG-Fans genug strapaziert worden war, dass jede weitere Spenden- oder Kleberaktion keinen Erfolg mehr bringen würde. Der Zeitpunkt war gekommen, um den Versuch zu lancieren, öffentliche Gelder anzuzapfen. Der Kanton St. Gallen und die Stadt St. Gallen, die schon mal mit dem Kauf des Stadions Espenmoos Retter in letzter Minute gewesen waren, wurden um Gelder ersucht. Da «husteten» die Politiker, die auf die Barrikaden gingen. Doch auch da wurde – ohne öffentliche Gelder – wieder erfolgreich ein Ausweg gefunden. Und der damalige Regierungspräsident Willi Haag, ein eingefleischter Fan des FC St. Gallen, jubilierte in den Medien: «Heute ist ein guter Tag!» Es war der Tag, an welchem – wieder einmal – die Rettung des FC St. Gallen verkündet wurde.

Dölf Früh legt den Grundstein

Heute ist es bezüglich Finanzen wohlthuend ruhig geworden. Den Grundstein für die heute vorhandene wirtschaftliche Stabilität wurde von Dölf Früh gelegt, welcher mit Investoren den Club nachhaltig auf gesunde Beine stellte. Nach seinem Ausstieg wurde sein Konzept von den verbliebenen Aktionären der Event AG weiterentwickelt und ausgebaut.





«Der persönliche Draht ist uns wichtig» –

Felix Müller über den Pioneers Club 1879

Felix Müller, Präsident des Pioneers Club 1879, erzählt vom Werdegang des kleinen FC-St. Gallen-Fans zum engagierten Unterstützer, der die grün-weissen Farben in jeder Lebenslage hochhält. Im Interview verrät er, wie der Club Nachwuchstalente fördert und warum der persönliche Zusammenhalt der Clubmitglieder so wichtig ist.

Interview: Michel Bossart, Bilder: zVg.

Felix Müller, erinnern Sie sich noch an die erste Berührung mit dem FC St. Gallen?

Uff... Mit meinen 31 Jahren ist das schon eine Weile her ... Lassen Sie mich überlegen: Als Kind spielte ich gerne Fussball. Meine Cousine hatte einen Partner, der beim FCSG spielte. Als kleiner Bub hat mir das mächtig imponiert. Ein Spieler im Bekanntenkreis zum Greifen nahe.

Und wann sind Sie definitiv zum Fan geworden?

Neben dem FCSG hatte ich auch Sympathien für den FC Basel – wegen anderer Cousins von mir, die in Basel

wohnten – und auch für die ganz grossen Clubs wie Real Madrid, FC Chelsea oder Bayern München. Aber mein Herzensclub war schon immer der FCSG.

Jetzt sind Sie nicht nur Fan, sondern Präsident des Unterstützervereins Pioneers Club 1879. Wie kam es dazu?

Ich habe mich 2019 als Immobilienfachmann mit der Felix Müller Immobilien GmbH selbstständig gemacht und einen Ort gesucht, wo ich mich beruflich vernetzen konnte. Ein Freund, der beim FCSG arbeitete, hat mich dann

auf den Pioneers Club aufmerksam gemacht. 2019 bin ich beigetreten und wurde gleich an meiner ersten Hauptversammlung zum Präsidenten gewählt.

Das ging aber schnell.

Ja, das Amt war verwaist und niemand wollte das Präsidium übernehmen. Da habe ich mich halt spontan gemeldet. Aber das Amt bedeutet in erster Linie Vereinsarbeit, die man in der Freizeit – aber gerne – macht. Besondere Privilegien bringt es nicht mit sich.

Als Clubmitglied feuern Sie den FCSG bei jedem Heimspiel an und bekunden damit Ihre – bedingungslose, wie es auf der Webseite heisst – Unterstützung für den Verein. Das Hauptaugenmerk liegt aber auf der Nachwuchsförderung.

Ja, wir überweisen jährlich 55 000 Franken an «Future Champs Ostschweiz». FCO ist die Nachwuchsförderung des FCSG. Sie fördert und beschult junge Nachwuchstalente, bietet ihnen neben der Schule auch die idealen Trainingsbedingungen, sodass die jungen Menschen optimal aufs Leben vorbereitet werden. Sei es als Fussballer oder, sollte es damit nicht klappen, auf den weiteren Ausbildungs- und Lebensweg.

Wer kann man Mitglied im Pioneers Club werden?

Das ist ein ganz komplexer Bewerbungsprozess (lacht)! Nein, natürlich nicht: Man kommt auf mich oder ein anderes Mitglied zu und wir erklären, um was es uns geht. Wenn das Gegenüber will, dann besprechen wir das kurz im Vorstand und nehmen das Neumitglied auf. Bis jetzt sind immer tolle Menschen gekommen – abgelehnt haben wir auf jeden Fall noch nie jemanden.

Wie viele Mitglieder zählt denn der Club?

Aktuell sind wir 42 Mitglieder. Da bei uns auch immer der Netzwerkgedanke eine Rolle spielt, sind die Mitgliedschaften persönlich und keine Firmenmitgliedschaften. Der persönliche Draht ist uns wichtig.

Die Mitgliedsgebühr beläuft sich auf 1879 Franken jährlich. Was passiert damit?

Damit bezahlen wir neben dem fixen Beitrag für die Nachwuchsförderung auch das Clublokal, das wir kürzlich

etwas modernisiert haben, und die Getränke an den Heimspielen, sofern sich dafür kein Sponsor finden lässt. Längerfristig möchten wir den Beitrag an den FCSG erhöhen, dafür brauchen wir aber mehr Mitglieder.

Gibt es exklusive Vorteile als Pioneers-Club-Mitglied?

Da wäre der Zutritt zum Clublokal, der Mitgliedern und ihren Gästen vorbehalten ist. Zudem ist ein Parkplatz inbegriffen und – wie bereits erwähnt – die Getränke sind ebenfalls offeriert. 25 Minuten vor jedem Spiel kommt zudem ein Spieler ins Clublokal, stellt sich und das Spiel vor, das uns erwartet. Das ist vor allem für die Kinder ein besonderes Highlight.

Gibt es ein Clubleben ausserhalb des Kybunparks und abseits des Fussballfelds?

Ja, wir organisieren rund sechs Anlässe im Jahr. 2023 waren das zum Beispiel ein Meet-and-Greet mit Matthias Hüppi, Peter Zeidler und Spielerinnen der Frauenmannschaft, ein Olma-Besuch, eine Weindegustation oder ein Grillabend. Wichtig aber: Wir sind in erster Linie eine Gönnervereinigung und kein Serviceclub.

Ihr schönster Clubmoment?

Das war vor zwei Jahren, als der FCSG ein Heimspiel gegen die Young Boys gewonnen hatte. Der halbe Pioneers Club sass noch den ganzen Abend im Clublokal und wir feierten gemeinsam den Sieg. Das war cool.

Wie unterscheidet sich der Pioneers Club von anderen Supporter-Vereinen wie dem Diens-tagclub oder den Ambassadors?

Wir haben etwas weniger Mitglieder und alles ist darum persönlicher. Dieser persönliche Charakter ist uns wichtig. Zudem sind wir mit weniger Mitgliedern bei der Organisation von Anlässen flexibler. Und der Mitgliederbeitrag ist tiefer als bei den anderen Unterstützervereinen.

Zum Schluss: Was wünschen Sie dem FCSG?

Dass Cristiano Ronaldo einmal im grün-weissen Trikot im Kybunpark einläuft (lacht)! Nein, im Ernst: den Meistertitel natürlich. Das wäre der Hammer!

Karin Bernet, Stefan Jäger (Diskussionsleiter), Fabienne Örtle und Trainer Peter Zeidler (von links) an einer Podiumsdiskussion, die vom Pioneers Club 1879 im letzten Jahr organisiert wurde.





Vollgas im Hintergrund

Bratwurst und Bier sind für viele Fussballfans untrennbar mit dem Besuch im Kybunpark verbunden. Die Catering Services Migros sorgen mit rund 280 Mitarbeitenden pro Heimspiel dafür, dass nicht nur diese, sondern auch viele weitere kulinarische Wünsche erfüllt werden. Gabriela Fischer, Leiterin Stadion-Catering, gibt einen Einblick.

Ein paar Zahlen

Für ein Heimspiel des FC St. Gallen braucht es durchschnittlich ...

- ... 3500 Bratwürste
- ... 18 000 Becher Bier
- ... 7000 Becher Softgetränke
- ... 2600 Portionen Pommes



Gabriela Fischer, bei ausverkauften Heimspielen sind fast 20 000 Zuschauerinnen und Zuschauer im Kybunpark. Wie gelingt es, diese grosse Anzahl Menschen zu verpflegen?

Eine gute Vorbereitung ist das A und O. Es braucht eine sorgfältige Planung, damit die richtige Menge an Speisen, Getränken und Material zur richtigen Zeit am richtigen Ort ist. Ebenso braucht es eine gut durchdachte Einteilung der Mitarbeitenden. An einem Heimspieltag sind bis zu 280 Mitarbeitende im Einsatz. Wir führen im Public-Bereich insgesamt 13 Food-Boxen, 8 Getränkestationen und 7 Trailer ausserhalb des Stadions.

Hinzu kommt die Verpflegung der VIP-Gäste.

Genau, wir bekochen und bedienen die Gäste in den Logen und den Salons sowie im Lokal des Dienstagclubs. Das sind insgesamt rund 1000 Gäste pro Spiel, die entweder ein serviertes 3-Gang-Menü oder Essen vom Buffet geniessen. Dazu arbeiten rund 30 Personen in der Küche – das sind mehr, als auf dem Spielfeld stehen!

Welchen Einfluss hat der Spielverlauf auf den Umsatz?

Wenn der FC St. Gallen 1879 gut spielt, wird eindeutig mehr Bier getrunken und die Fans bleiben nach dem Spiel länger im und ums Stadion. Entscheidender als das Resultat ist für uns aber die Anspielzeit. Bei Spielen am Samstag um 18 Uhr wird am meisten konsumiert.

Hast du selbst überhaupt Zeit, das Spielgeschehen mitzuverfolgen?

Es gibt tatsächlich Spiele, bei denen ich mich am Schluss über den Spielstand informieren muss. Meistens höre ich aber anhand der Jubelschreie, wenn ein Tor für St. Gallen fällt. Und manchmal habe ich auch Zeit, das Spielgeschehen für ein paar Minuten mitzuverfolgen.

Verpflegt ihr auch die Spieler?

Ja, sie essen regelmässig bei uns. Wir kochen schon länger für die 1. Mannschaft des FC St. Gallen 1879 und setzen



Ihr Event im Kybunpark

Sie planen einen Event und suchen nach einem aussergewöhnlichen Ambiente? Der Kybunpark bietet eine Vielzahl an verschiedenen Räumlichkeiten, ideal für Anlässe ab 20 Personen. Die Catering Services Migros erfüllen dabei die kulinarischen Wünsche der Gäste – von der Bratwurst bis zum mehrgängigen Menü. Eine Stadionführung bietet ein interessantes und auflockerndes Rahmenprogramm.

Für Events und Caterings auf der Plattform des Stadions öffnen die Catering Services Migros gerne die Cateringboxen und fahrbaren Con trailer im FCSG-Look. Diese können Sie übrigens auch für Feierlichkeiten ausserhalb des Kybunparks mieten. Die Catering Services Migros haben für alle Anlässe ab 50 Personen das passende Catering.

Mehr erfahren:



teilweise auch die Garderobenverpflegung des Gästeteams um. Wir haben vor eineinhalb Jahren einen Mannschaftskoch eingestellt, der sich mit dem Verein zusammen darum kümmert, dass das Sporternährungskonzept eingehalten wird. Seit einigen Monaten bekochen wir von Montag bis Freitag zudem auch die jungen Talente von Future Champs Ostschweiz. Rund 40 bis 50 Kinder und Jugendliche kommen jeden Mittag vom Campus rüber ins Stadion, um hier zu essen.

Die Stadioninfrastruktur ist auch für Anlässe ausserhalb von Spielen nutzbar. Welche Anlässe dürft ihr dabei bewirten?

Das ist sehr unterschiedlich. Wir haben Kindergeburtstage, Seminare und Workshops, Firmenfeiern, Generalversammlungen und sogar Hochzeiten. Bei uns ist fast alles möglich – nur der Rasen ist heilig, da darf ganz selten jemand drauf. (lacht)

Gabriela Fischer hat Hotel- und Eventmanagement an der Angell in Freiburg im Breisgau studiert. Seit 2015 arbeitet sie für die Catering Services Migros, seit gut zwei Jahren ist sie für das Catering im Kybunpark verantwortlich.



Kontakt

058 712 03 52

gabriela.fischer@gmos.ch

Erinnerungen an den Cupfinal

«Mached eu unsterblich, mit dem Pot i üsne Händ», schallt es aus Tausenden von Kehlen. Es ist eine grün-weisse Invasion, welche Bern an diesem sonnigen 15. Mai 2022 erlebt. Rund 20000 euphorische Fans verwandeln die Strassen der Bundesstadt in ein Ostschweizer Wohnzimmer. Ein Jahr nach dem verlorenen Cupfinal gegen Luzern, der aufgrund der Pandemie unter Ausschluss der Öffentlichkeit stattfand,

können die heissblütigen Anhänger das Teams von Peter Zeidler dieses Mal vor Ort unterstützen. Ist der Druck auf die Mannschaft zu gross, die Fans endlich mit einem Titel zu beglücken? Die Espen verlieren mit 1:4 deutlich, der Traum vom Cupsieg geht weiter. «Der Fanmarsch durch Bern war dennoch mein schönster Moment mit dem FC SG», sagt ein Fan später mit glänzenden Augen im Extrazug nach Hause.





Tschüss Peter, alles Gute in Bochum

Aus 21 Fragen durfte FC-St. Gallen-Trainer Peter Zeidler 10 auswählen. Entstanden ist dieses Gespräch, in dem es um Frauen, Bussen und Christian Constantin geht, bevor er seinen Wechsel zum Bundesligisten VfL Bochum verkündete.

Interview: Odilia Hiller, Bild: zVg.

Peter Zeidler, sind Sie ein Morgen- oder Abendmensch?

Ganz klar ein Morgenmensch. Um fünf Uhr bin ich auf den Beinen. Das kommt von meinen Eltern, mein Vater hatte einen Handwerksbetrieb. Ich brauche die Morgenstunden für mich, auch zum Reflektieren. Die besten Ideen kommen mir morgens.

«Manche Spieler gucken nur auf Instagram, während sich das Stadion mit Zehntausenden füllt.»

Was trainieren wir? Mit wem möchte ich wie reden? Dafür bin ich abends früh müde – ich bin ja kein Übermensch. Um zehn bin ich in der Regel im Bett.

Das hört sich asketisch an. Sind Sie ein Asket?

Nein, viele denken das. Ich trinke zwar wenig Alkohol. Aber ich esse viele Süssigkeiten. Apfelkuchen, Apfelstrudel, Vogelnestli ... Ich kann Essen sehr geniessen!

Würden Sie gerne einmal eine Frauenmannschaft trainieren?

Ja, klar! Meine Töchter sagen, es wird irgendwann so kommen. Ich sehe sehr gerne Spiele der Frauen an. Von Marisa Wunderlin, Trainerin der Frauen des FC St. Gallen, und ihrer Mannschaft. Ich habe vor ein paar Wochen ein Spiel gesehen gegen den FC Zürich hier im Stadion und war wirklich restlos begeistert. Weil eine richtige Equipe aufgetreten ist mit allem, was zum Fussball gehört. Emotional, sozial, und auch taktisch. Mit einem

klaren Plan, strategisch. Das hat mir gefallen. Ob es in der Realität passiert, dass ich Frauen trainiere? Wahrscheinlich nicht, aber warum nicht?

Was wäre anders als bei Männern?

Frauen sind anders. Man muss anders kommunizieren, sie haben eine andere Gefühlswelt. Es ist wichtig zu verstehen, wie man mit ihnen spricht, was erwartet wird. Das wäre spannend! Es tut sich viel im Frauenfussball. Anfangs wurden alle Frauen von Männern gecoacht. Jetzt gibt es immer mehr Frauen als Trainerinnen. Das ist eine grosse Aufgabe von Marisa Wunderlin, die auch Trainerinnen ausbildet. Beim FC St. Gallen werden Frauen in wichtigen Funktionen gefördert. Ich persönlich schätze vor allem die Bescheidenheit und das Selbstbewusstsein der Spielerinnen.

Wie stolz sind Sie auf Ihre Töchter, und warum?

Ich bin sehr stolz. Nicht nur wegen ihrer Leistungen, sondern weil sie ihren eigenen Weg gehen. Sie sind gute Menschen mit schönen Charaktereigenschaften. Sie sind jetzt 25 und 28 Jahre alt. Ich bin stolz, dass sie bereit sind, ihr Leben zu meistern. Die Beziehung zu meinen Töchtern bedeutet mir sehr viel.

Peter Zeidler wurde am 4. Juni als neuer Trainer des VfL Bochum vorgestellt. Vier Tage später präsentierte der FC St. Gallen mit Enrico Maassen seinen Nachfolger. Der 40-jährige Deutsche trainierte zuvor den FC Augsburg und die U23 von Dortmund.

Trainer Peter Zeidler:

«Frauen sind anders. Man muss anders kommunizieren, sie haben eine andere Gefühlswelt.»



Der 61-jährige Peter Zeidler war seit 2018 Cheftrainer des FC St. Gallen. Zeidler und sein Team haben in dieser Saison den 5. Platz in der Super League erreicht und damit die Qualifikation, europäisch zu spielen.

Haben Sie schon einmal eine Busse kassiert?

Ja, eine Geschwindigkeitsbusse. Das lernt man schnell in der Schweiz. Ich bin nicht stolz darauf, aber es hat eine pädagogische Wirkung. Ich bin kein Raser, aber ich fahre zügig.

Smartphones spielen eine grosse Rolle im Leben junger Menschen. Wie sehen Sie das?

Es ist schwierig, die Beziehung zu Smartphones ist kompliziert. Manche Spieler gucken nur auf Instagram, während sich das Stadion mit Zehntausenden füllt. Es ist auch eine Art, Nervosität zu überspielen. Auch nach dem Training sehe ich viele Spieler auf ihr Handy starren, kaum haben sie geduscht. Ich sehe das Thema als riesige Herausforderung für Eltern und Bezugspersonen von Kindern und Jugendlichen, und ich mache mir darüber viele Gedanken.

Wie gehen Sie mit Internet und Sozialen Medien um?

Es ist die einfachste Art, sich abzulenken. Aber man muss aufpassen, nicht zu viel Zeit zu verlieren.

Welche Orte in der Ostschweiz schätzen Sie besonders?

Gais! Im Sommer fahre ich oft mit dem Fahrrad hoch, via Teufen. Die Badi Gais, der Gäbris, der Hohe Hirsberg... Es ist schön da, und man trifft immer nette Leute zum Plaudern.

Frankreich spielt eine grosse Rolle in Ihrem Leben. Was mögen Sie am Lebensstil der Franzosen?

Die Toleranz gegenüber Andersdenkenden. Der Franzose agiert freier, und man selbst fühlt sich dadurch vielleicht auch freier. Meine Liebe zu Frankreich hat auch mit dem Fussball zu tun. Ich bewunderte den Fussball der 1980er-Jahre. Platini, Giresse, Tigana – das war für mich Fussball.

Könnten Sie sich vorstellen, wieder in Frankreich zu leben?

Ja, klar. Es geht auch um ein Lebensgefühl. Die Sprache, die Art, wie die Franzosen Dinge ausdrücken ... Ich lese «L'Équipe». Französische Zeitungen, ob man es glaubt oder nicht, haben oft ein hohes literarisches Niveau. Und dann die Landschaft, die Loire, Paris ...

Der Zufall spielt im Fussball eine grosse Rolle. Glauben Sie an Zufall?

Überhaupt nicht. Ich glaube, dass alles vorherbestimmt ist. Wenn man immer gewinnt, ist es kein Glück, sondern Können. Wenn man immer in der letzten Minute ein Gegentor kassiert, ist es Unvermögen. Aber ich glaube, dass man durch seine Gedanken Sachen beeinflussen kann. Die Macht der Gedanken!

Könnten Sie in der Zeit zurückreisen, welches Fussballspiel würden Sie gern miterleben?

Den WM-Final von 1954, Deutschland gegen Ungarn. Das Wunder von Bern! Mein Vater hat mir erzählt, wie die Leute vor dem Radio

sassen und dieses Spiel verfolgt haben. Deutschland wurde Weltmeister nach der Katastrophe des Krieges. Es war ein Wahnsinn. Da wäre ich gern dabei gewesen. Vielleicht auch, um meinem Vater näher zu kommen. Ein bisschen wie im Film von Sönke Wortmann.

Sie hatten als Trainer des FC Sion ein bewegtes Verhältnis zu Präsident Christian Constantin. Reden Sie noch mit ihm, wenn Sie ihn sehen?

Ja, klar, wir sehen uns immer wieder, wenn wir mit St. Gallen gegen Sion spielen. Er begrüsst mich auf seine Art, mit Küsschen und Umarmungen. Das gehört dazu im Wallis. Wir reden über Fussball, und diese Leidenschaft verbindet uns. Mir hat es damals wehgetan, entlassen zu werden, vor dem Cupfinal. Wir wären im Endspiel des Cups gewesen in Genève mit 25000 Wallisern. Das wäre ein Traum von mir gewesen. Gegen Basel. Das hatte ich mir erträumt, und das hat er halt nicht zugelassen, indem er mich davor freigestellt hat.

«Mir hat es damals wehgetan, entlassen zu werden, vor dem Cupfinal.»

Die Zeit in Sion war aber Ihre Eintrittskarte in die Schweiz.

Ja, genau. Letztendlich verdanke ich Christian die Eintrittskarte für St. Gallen. Ich habe hier sechs tolle Jahre hinter mir! Christian hat mich nach Sion geholt, ich hatte Erfolg, und dann kam St. Gallen. Das vergesse ich ihm nie.

Was nervt Sie an Journalisten?

Wenn sie nicht informiert sind. Sie können eine andere Meinung haben und mich kritisieren, aber sie sollten sich informieren. Schade ist auch, wenn sie aus jeder Tratschgeschichte eine Story fabrizieren. Was Gerüchte angeht, ist St. Gallen manchmal ein Dorf. Das kann frustrierend sein. Ich behaupte nicht, dass mich das nie aufregt.

DIES

Medien. Schauspiel. Der Papst. Und ein Gespräch mit KKS. Hier haben wir einige Highlights für Sie zusammengestellt, die in den vergangenen Wochen auf dieostschweiz.ch publiziert worden sind.



Medienentwicklung

Medien machen wie Pippi Langstrumpf? Weshalb «Die Ostschweiz» auf Kurs ist, wenn wir täglich Kritik ernten. Wer sich eine Pippi-Publikation wünscht, muss selbst zum Verleger werden.

Von Marcel Baumgartner



Gendersternchen?

Die meisten Töchter möchten unter keinen Umständen werden wie ihre Mutter: Bloss das nicht! Das ist aber nicht Ausdruck einer Abneigung der Mutter gegenüber.

Von Julia Onken



Sterben für den Papst?

In einer Zeit, in welcher viele der Kirche den Rücken kehren, absolvierte der Gossauer Nicola Damann die Ausbildung in der Schweizergarde und wurde nun vereidigt. Für seinen Einsatz stellte er gar sein politisches Engagement zurück.

Von Manuela Bruhin



Interessenkonflikt?

Die «Weltwoche» kritisiert «Tagblatt»-Chefredaktor Stefan Schmid wegen eines Kommentars. Dieser sieht darin eine Art Kampagne gegen seine Person. Es geht um Interessenkonflikte, Beziehungen und Milliarden.

Von Marcel Baumgartner



Bundesratsinterview

Karin Keller-Sutter erklärt im Interview, warum sie gegen die «Mä hät's jo»-Mentalität kämpft – und wie wichtig es ihr ist, eine Bundesrätin für die Ostschweiz zu sein.

Von Odilia Hiller



Durchbruch im Ausland

Katharina Ronja Brusa ist in der ZDF-Serie «Lena Lorenz» zu sehen. Dass die gebürtige Ostschweizerin überhaupt einmal eine Fernsehrolle übernehmen würde, stand so nicht in ihrem Lebensplan.

Von Manuela Bruhin



Tschüss Ferienfeeling

Von den Tessiner Palmen bis hin zum Kirschlorbeer: Der Bundesrat verbietet ab September die Haltung von insgesamt 30 verschiedenen Pflanzenarten. Die Ostschweizer Gärtnereien kritisieren das Verbot – aus einem ganz bestimmten Grund.



Sexueller Missbrauch

Die Füsse seiner Schülerinnen waren das Objekt der heimlichen Begierde einer St. Galler Lehrperson. Er filmte diese offenbar während des Unterrichts. Was kann ein solcher Übergriff bei den Mädchen auslösen? Psychologe Peter Flury-Kleubler ordnet ein.



Neue Welt

Die aufregende Innovation der künstlichen Intelligenz (KI) verspricht, unsere Interaktionen mit Maschinen nachhaltig zu verändern. Überall suchen Spezialisten und Visionäre nach Wegen, diese Technologie in praktischen Anwendungen zu nutzen.



Der böse Wolf

Ein böser Wolf im Appenzellerland reisst ein unschuldiges Schaf – für die meisten ist klar: Der Wolf muss abgeknallt werden. Diese Forderung greift jedoch zu kurz.

Werden sie Teil von «Die Ostschweiz.»

Als Abonnent/in

Sichern Sie sich sechs Mal jährlich unser hochwertiges Printmagazin. Für einen Abobeitrag von 69 Franken haben Sie Gewähr, dass die Publikation auch sicher in Ihrem Briefkasten landet.



Als Clubmitglied

Werden Sie jetzt eine von jenen Persönlichkeiten, die unsere Publikation in der Weiterentwicklung unterstützt und sich mit Gleichgesinnten vernetzen kann.



Als Gastautor/in

Ob Politik, Wirtschaft, Gesellschaft, Sport oder Kultur: In «Die Ostschweiz» werden die unterschiedlichsten Themen behandelt. Sie können Ihr Wissen, Ihre Meinung, Ihre Denkanstösse als Gastautorin oder -autor einer breiten Leserschaft mitteilen. Kontaktieren Sie uns für weitere Infos via info@dieostschweiz.ch.



Als Inputgeber/in

Worüber möchten Sie lesen? Worüber sollten wir dringend berichten? Wir sind dankbar für Hinweise aus unserer Leserschaft. Schreiben Sie uns via redaktion@dieostschweiz.ch.



& DAS



FCSG-Manifest

Wir sind **Fussballgeschichte**

Wir sind Fussballstadt und eine ganze Region

Wir sind **das erste Spiel mit Papa** Wir sind das erste Spiel als Papa

Wir sind 90 Minuten und alles davor und danach

Wir sind **der älteste Club der Schweiz**

Wir sind Chelsea-Besieger und das Wunder von Moskau

Wir sind **das grün-weiße Trikot**

Wir sind auf der Tribüne und auf dem Rasen

Wir sind Fido, Bank Rohner und Ernst Teigwaren

Wir sind **Zamorano, Reynolds**

Wir sind Schiri – das war kein Foul Wir sind unberechenbar

Wir sind **Cupsieger und Schweizer Meister**

Wir sind **Amoah, Zellweger, Barnetta** Wir sind **Angstgegner**

Wir sind Meisteranwärter und Abstiegskandidat

Wir sind **heute hier, um zu gewinnen**

Wir sind **St. Gallen** Wir stehen auf, weil wir St. Galler sind

Wir sind **der FC St. Gallen**





Areal Wiesental Villa und Hotel, St. Gallen



Zwinglistrasse, St. Gallen



Betriebsgebäude Gema, Gossau



HSG Learning Center, St. Gallen

Wir gestalten die Region St. Gallen

HRS Real Estate AG
hrs.ch

Wir entwickeln, planen und realisieren seit über 60 Jahren Immobilien sowie ganze Areale in der Ostschweiz – kreativ und nachhaltig. Wir sind stark in der Region St. Gallen verankert und kennen den jeweiligen Markt ausgezeichnet, arbeiten eng mit regionalen Partnern zusammen, immer im Interesse unserer Kunden.



VADUZ — BAD RAGAZ — BREGENZ — LECH



HUBER

DEDICATED
TO ALL
WATCH
LOVERS.

www.huber.li


ROLEX


PATEK PHILIPPE
GENEVE

Cartier


OMEGA


HUBLOT


IWC
SCHAFFHAUSEN

PANERAI


TUDOR

THE UNIVERSITY OF CHICAGO

PHYSICS DEPARTMENT

PHYSICS 311

LECTURE 1

MECHANICS

PROBLEM SET 1

PROBLEM 1

A particle of mass m moves in a circular path of radius r with constant speed v .

(a) Find the magnitude of the centripetal acceleration.

(b) Find the magnitude of the centripetal force.

(c) Find the period of the motion.

(d) Find the angular velocity.

(e) Find the angular momentum.

(f) Find the kinetic energy.

(g) Find the total mechanical energy.