



1. FC Nürnberg e.V. \ Valznerweiherstraße 200 \ 90480 Nürnberg

**Protokoll Fanbeirat  
Dienstag, 22.07.2025 18:00 Uhr - 20:45 Uhr im Fanprojekt**

Anwesend:

**1. FCN** (Hannes Orth, Sina Ritter, Fiddl Maul)  
**Fanprojekt Nürnberg** (Marvin Bernhardt, Moritz Kleefeld)

**OFCN Delegierte**

(Matthias Fröhlich, Alexander Kawelke, Sabine Peschl, Manuel Schindler, Christian Wolf)

**Ultras Nürnberg** (Alexander Teichert)

**Banda di Amici** (Carsten Räder)

**Rot Schwarzes Quartier** (Christian Mössner)

**Mein Club mein Verein** (Andreas Rosskopf)

**Supporters Club** (Jürgen Segl)

**Fanverband** (Claudia Marsching)

Gäste:

Dirk Schlünz (Geschäftsführer 1. FCN Marketing GmbH)

Lars Beneke (Leitung 1. FCN Ticketing)

Entschuldigt:

**Rot Schwarze Hilfe**

**Tagesordnung:**

- 1. Partnerschaft mit Saab**
- 2. Aramark**
- 3. Ticketing**
- 4. 125-Jahre Jubiläum**
- 5. Sonstiges**

**1. Partnerschaft mit Saab (Dirk Schlünz)**

- Erklärung Ablauf von Sponsorings: Marketing GmbH aquiriert potenzielle Sponsoren, schlägt diese dem 1. FCN e.V. vor und gibt Empfehlungen ab. Die Entscheidung über Sponsorings liegt beim 1. FCN e. V. und seinen Gremien (Vorstand, Aufsichtsrat). In kleineren Rahmen entscheidet die Marketing GmbH auch selbst. Beim Saab Sponsoring lag die Entscheidung bei Vorstand und Aufsichtsrat. Die Entscheidung Sponsorings einzugehen ist von mehreren Faktoren abhängig (Finanziell, Werte, Nachhaltigkeit, Leitbild,...)
- Die Partnerschaft mit Saab ist ein Sponsoring auf mittlerem Level. Laufzeit 1 Jahr mit klarer Perspektive auf Verlängerung. Saab wird, wie ein Großteil der anderen Sponsoren nicht mit seinen Produkten werben, sondern mit seinem Markennamen.
- Unter den Aspekten des Leitbildes und der Nachhaltigkeit ist der 1. FCN von der Sinnhaftigkeit der Partnerschaft mit Saab überzeugt:  
„Offen sein, offen bleiben“: Verteidigung und Sicherheit ist seit spätestens 3 Jahren ein wichtiges Thema. Die Werte einer offenen Gesellschaft müssen verteidigt werden, dazu gehört im Zweifelsfall auch Waffengewalt. Diese Haltung ist wichtig und besser als keine Haltung zu zeigen. Daher ist es legitim, dass auch Unternehmen der Rüstungsindustrie im Fußball werben.



**1. FC Nürnberg**

Verein für Leibesübungen e.V.

Valznerweiherstraße 200 \ 90480 Nürnberg \ Telefon: +49 911 9 40 79 - 100 \ Telefax: +49 911 9 40 79 - 520 \ E-Mail: info@fcn.de

Vorstand Sport\_Joti Chatzialexiou \ Vorstand Finanzen\_Stefan Heim \ Vorstand Strategie & Marketing\_Niels Rossow \ USt-Ident-Nr. DE 133550308 \ Steuer-Nr. 241/108/10209

Registergericht: Amtsgericht Nürnberg VR 350 \ Bankverbindung: VR Bank Bamberg-Forchheim eG \ IBAN: DE41 7639 1000 0002 0006 28 \ BIC: GENODEF1FOH





Nachhaltigkeit: Saab mit seinem Unternehmen trägt dazu bei, den Frieden und eine offene Gesellschaft nachhaltig zu sichern.  
Das Leitbild des 1. FCN lässt Interpretationsspielraum.

- Laut Marktforschung befürwortet die Mehrheit der FCN Fans (54 %) die Partnerschaft mit Saab. Es gab infolge der Partnerschaft 3 Vereinsaustritte. Ebenso haben sich 3 Personen direkt an den Verein gewendet, deren E-Mails auch ausführlich beantwortet wurden.
- Nachfragen:  
Wurde sich damit beschäftigt, wohin Saab seine Produkte verkauft?  
Ja. Als schwedisches Unternehmen darf Saab seine Produkte an die schwedische Armee verkaufen. Weitere Verkäufe sind nur mit Zustimmung der schwedischen Regierung möglich. Wenn ausländische Komponenten in den Produkten verbaut sind, müssen auch diese Herstellerländer einem Verkauf zustimmen.

Inwieweit passt die Partnerschaft mit Saab zum Leitbild des 1. FCN?  
siehe oben

Inwieweit kann sich ein Verein politisch äußern?  
Ein Fußballverein kann sich nicht unpolitisch verhalten; selbst eine Nicht-Äußerung kann politisch verstanden werden. Der Verein vermeidet aber politische Aussagen zu Parteien.

Gibt es eine ganzheitliche Strategie bei Sponsorings?  
Grundsätzlich werden immer langfristige Partnerschaften angestrebt. Bei Sponsoren, die bisher noch keine Erfahrung im Fußballsponsorings haben, ist es aber normal, die Verträge zunächst mit kürzerer Laufzeit zu gestalten (Erfahrungen sammeln)

## 2. Aramark

- Zur Saison 2025/26 werden folgende Preise um 50 ct erhöht:  
Riesenzwatzel, Pommies, Currywurst  
Die Getränkepreise sowie 3 im Weggla bleiben stabil.
- Preisgestaltung der Speisen und Getränke geschieht zusammen mit dem 1. FCN, wobei der Verein nur ein „weiches“ Mitspracherecht hat. Der Verein hat dabei die Interessen der Fans im Blick.
- Bei heißen Temperaturen soll Wasser zukünftiger günstiger angeboten werden
- Lange Schlangen an den Kiosken: Ursache sind fehlendes Personal, beengte Kioske sowie die Nachschubversorgung aufgrund der Stadioninfrastruktur (weite Wege, Treppen)
- Zukünftig weiterer Biergarten im Bereich der Nordkurve (zwischen Tor 2 und Eingang Nordkurve/Arena) am Grünstreifen mit Kapazität von 200 – 400 Plätzen. Bisheriger Biergarten gegenüber Servicecenter bleibt bestehen.

## 3. Ticketing

- Für langjährige „Allesfahrer“ gab es zu dieser Saison die Möglichkeit, für alle Auswärtsspiele auf einmal im Voraus verbindlich Karten zu bestellen (ca. 20 – 30 Personen, höchstens 2 Karten pro Spiel). Dabei wird das Kontingent von Fanclubs und Mitgliedern nicht tangiert.
- Bei Fanclubs ist diese Handhabung so nicht möglich, da die Anzahl an bestellten Karten pro Spiel oft sehr variiert.



- Anmerkung: Es ist schwierig bei Kürzungen (z.B. von 45 bestellten auf 32 bekomme Karten) einen Bus zu organisieren (Kurzfristige Planung, Bus nicht stornierbar, Bus wäre bei geringer Auslastung zu teuer)  
Idee: Fanclubs über Kartenvergabe zu informieren, damit die Busse untereinander vollgemacht werden.  
Allgemeiner Tenor: Thema über gerechtere / praktikablere Auswärtsticketvergabe ist zu komplex für diese Runde. Es soll ein separater Termin gefunden werden, bei dem ausführlich über dieses Thema diskutiert wird.  
Einhellige Meinung ist, dass (langjährige) Allesfahrer auch weiterhin Karten für alle Spiele bekommen sollen.
- Der Mitgliederrabatt bei Dauerkarten kann nur auf 1 Dauerkarte pro Account angewendet werden. Wunsch, dies zu ändern, bzw. auch den Fanclubs die Möglichkeit zu geben, mehrere Dauerkarten mit Mitgliederrabatt unter einem Account laufen zu lassen. -> Vorschlag: Ermäßigungen am Einlass prüfen zu lassen.  
Probleme: Praktisch nicht umsetzbar, da zu lange Warteschlangen am Einlass entstehen würden.  
Die verschiedenen Systeme des 1. FCN (Ticketing und Mitgliederverwaltung) funktionieren nicht miteinander. Insbesondere wenn mehrere E-Mail Adressen pro Person registriert sind, funktioniert dies nicht, da beim Ticketanbieter nur 1 E-Mail Adresse pro Person möglich ist.
- vder entfallene Workshop zum Thema „kreatives Ticketing“ soll im September / Oktober wiederholt werden. Lars und Hannes machen Terminvorschläge zur Abstimmung im Fanbeirat

#### 4. 125 Jahre 1.FCN

- Limitierte Sammlerbox Jubiläumstrikot: Trotz Limitierung kein Hinweis auf Limitierung.  
Wunsch für Zukunft: Nummerierung oder zumindest ein Zertifikat.  
Kurze Hose sollte exklusiv in der Box enthalten sein, wurde aber doch über 11 Teamsports frei verkäuflich angeboten  
Ist die Sammlerbox ausverkauft bzw. gibt es Rückläufer? -> Verein klärt dies  
  
Wunsch: sollte ein Abverkauf stattfinden, soll die Box nicht günstiger angeboten werden -> Unmut bei allen Käufern
- Die Veranstaltungen und Aktionen im Vorfeld des Spiels gegen Elversberg werden von allen Beteiligten als sehr gelungen gesehen (Filmpremiere, Empfang im Rathaus, Marsch, Pop-up Store, etc.)
- Die Umsetzung des Fanfestes nach dem Elversberg Spiel wird als enttäuschend gesehen. Die Veranstaltung wurde nicht ausreichend kommuniziert (nur über Flyer)
- Die Zusammenarbeit mit der Agentur „act3“ war positiv, die Pläne – auch für das Fanfest - haben sich gut angehört, wurden aber insbesondere beim Fanfest schlecht umgesetzt. Als Fehler wird gesehen, dass man sich selbst nicht in die Detailplanung für das Fanfest eingemischt hat, und die eigenen Erwartungen eventuell zu hoch waren.
- Gesprächsangebot des Vereins im Nachgang zu den Jubiläumsfeierlichkeiten wurde von den Mitgliedern des Fanbeirats abgelehnt, da vorab schon viele Gespräche stattgefunden haben und Feedback geäußert wurde. Zudem wurde eine Sinnhaftigkeit eines Gesprächs nicht gesehen, da die Veranstaltung bereits in der Vergangenheit liegt und eine ähnliche Veranstaltung nicht bevorsteht.



## 5. Sonstiges

- Aufgrund des aktuell stattfindenden Umbaus der Stuhlfauthstube sowie fehlender Schanklizenz seitens des 1. FCN konnte bei den Testspielen in der Saisonvorbereitung kein Alkoholausschank angeboten werden.
- Der Neue Pächter der Stuhlfauthstube übernimmt die gesamte Bewirtschaftung des Geländes am Valznerweiher. Eröffnung ist gg. Ende August geplant. Ein Soft-Opening findet zum Auftakt der U23 Saison am 25.07. statt.
- Einladung, den Jenö Konrad Cup am 23.07.2025 ab 08:00 Uhr zu besuchen
- 12.08.2025: Treffen am Valznerweiher mit AR und Vorstand zum Thema Beschlussfassungen und Satzungsänderungsanträge im Rahmen der JHV
- Der nächste Fanbeirat soll kurz nach der Deadline für Anträge für die JHV stattfinden.

