



ZUKUNFT
KARLSRUHER
SC

03 Vorwort

04 Grundlage und Ausgangssituation | Leitbild

06 Wertschöpfung

08 Fußball

12 Wirtschaftlichkeit

14 Strategische Finanzpartner

16 Struktur und Organisation

18 Neues Stadion und Infrastruktur

20 Markenidentität und Präsenz

22 Digitalisierung und Services

24 Soziale Verantwortung

„ZUKUNFT KSC“

Karlsruhe ist eine der Geburtsstädte des deutschen Fußballs – Engländerplatz, Walter Bensemann und die Ur-Länderspiele geben Zeugnis hiervon. DER Fußballclub der Stadt ist der Karlsruher SC – einer der großen Traditionsvereine im deutschen Fußball und Gründungsmitglied der Bundesliga. Als einer der fußballerischen Leuchttürme im Badischen ist er 2018 Ausbildungsstätte, Profistandort, Unternehmen und eine Gemeinschaft aus Mitgliedern, Mitarbeitern, Spielern und Fans.

Die aktuelle Bestandsaufnahme zeigt:

Der Fußball hat sich rasant weiterentwickelt, und der Blick auf die letzten rund zwei Jahrzehnte ver-
rät: In diesem Zeitraum fällt ein Aufstieg in die Bundesliga, unter dem Strich stehen aber auch drei
Abstiege in die 3. Liga. Der KSC hat in den letzten 20 Jahren in erheblichem Maße an Wettbewerbs-
fähigkeit verloren, ob sportlich, wirtschaftlich oder auch infrastrukturell.

Nach dem Abstieg 2017 sind wir als Verein und mit einem anstehenden Stadionneubau an einen
Punkt gelangt, an dem wir aufgefordert sind, ein neues Kapitel beim KSC aufzuschlagen. Wir
haben uns in den vergangenen Wochen und Monaten umfassend mit der aktuellen Situation und
den damit unmittelbar verbundenen Fragen zur Zukunftssicherung beschäftigt. Das Ergebnis: Wir
stehen vor einem grundlegenden Wandel, ein umfassender Erneuerungsprozess des Vereins ist
unumgänglich. Der KSC muss sich grundlegend neu aufstellen, um auch zukünftig einen festen
Platz im Profifußball einzunehmen.

Ziel ist es, den Profibetrieb des KSC in ein
modernes, zukunftsfähiges Unternehmen
zu transformieren und den gesamten Verein
fit für die Zukunft zu machen.

Unter der Leitung des KSC Geschäfts-
führers Helmut Sandrock ist in den
letzten Wochen und Monaten ein
ganzheitliches Strategie-/Zukunftspro-
gramm zum Wohle des KSC entwickelt
worden, welches von den Gremien
des KSC uneingeschränkt befürwor-
tet wird.

Präsidium des Karlsruher SC



GRUNDLAGE UND AUSGANGSSITUATION

STADT, REGION UND VEREIN



Stadt und Region

Karlsruhe, 2015 stolze 300 Jahre alt geworden, boomt und entwickelt sich. Zwischen Startup und Kulturfabrik, U-Strab und KIT ist die Stadt heute Heimat für über 300.000 Einwohner – und des Karlsruher SC.

Umgeben von Elsass und Schwarzwald präsentiert sich die Stadt im Jahr 2018 im baulichen Umbruch. Sie ist sowohl Ort prosperierender Wirtschaft, kulturelles Zentrum der Region wie auch Wissenschaftsstandort mit einer stetig wachsenden Studentencommunity rund um das renommierte KIT. Die einstige badische Residenz – Empfänger der ersten Mail auf deutschem Boden im Jahr 1784 – ist heute einer der wichtigsten IT-Standorte Deutschlands.

Verein

Der Karlsruher SC zählt mit seinen rund 7.500 Mitgliedern zu den größten Vereinen der Stadt. In Sachen Fußball ist der Club mit dem Erringen der Deutschen Meisterschaft im Jahr 1909 und den zwei Siegen im DFB-Pokal 1955 und 1956 der Traditionsverein im Herzen der Stadt.

Als Gründungsmitglied der Bundesliga im Jahr 1963 blickt der KSC seitdem auf 24 Spielzeiten in der Bundesliga, sowie 28 Jahre in der 2. Bundesliga und drei Saisons in der Drittklassigkeit zurück.

Heute steht der Verein sowohl für Profifußball, als auch für die Arbeit und das Engagement vieler Menschen im Ehrenamt. Er ist Partner der Wirtschaft und der Wissenschaft ebenso wie Anlaufstelle für Fans und Mitglieder. Er ist Ausbildungsstelle für den Fußballnachwuchs und darüber hinaus ein bedeutender mittelständischer Arbeitgeber.

Der KSC bewegt heute die Menschen in der Region – von Offenburg bis Heidelberg, von Landau bis Pforzheim.



LEITBILD

Die Entwicklung eines Leitbildes ist für den KSC ein wichtiger Baustein im Kontext des bereits laufenden Veränderungsprozesses. Mit dem Leitbild wollen wir unser Selbstverständnis und unsere Grundprinzipien dokumentieren.



WOFÜR STEHEN WIR?

WAS WOLLEN WIR

GEMEINSAM ERREICHEN?

WELCHE WERTE UND

PRINZIPIEN SOLLEN UNSER

HANDELN LEITEN?



WERTSCHÖPFUNG

Ökonomische Effekte, mediale Präsenz, Image- und Bekanntheit – all dies bringt der KSC für die Stadt Karlsruhe und die Region. Im Rahmen einer aktuellen Wertschöpfungsstudie wurde dies nun wissenschaftlich belegt.

Im Rahmen der strategischen Bewertung des Karlsruher SC hat der Verein eine Wertschöpfungsanalyse bei der renommierten Agentur ValuMedia in Auftrag gegeben. Die auf Analysen, Marktforschung und Beratungen im Sportbereich spezialisierte Agentur führte für den Verein eine Wertschöpfungsanalyse durch.

Im Rahmen dieser Analyse wurde zum einen die Wirtschaftskraft, die durch den Karlsruher SC für die Stadt bzw. Region generiert wird, bewertet. Darüber hinaus wurde auch ermittelt, welchen monetären Werbewert der Karlsruher SC für Stadt und Region erzeugt.

Durch ökonomische Effekte in der Region und die nationale mediale Präsenz leistet der Karlsruher SC neben seinen Image- und Bekanntheitseffekten nachweisbare und ökonomisch quantifizierbare Gesamtwerte in einer Größenordnung von rund 19 Millionen Euro für die Stadt Karlsruhe.

Rund neun Millionen Euro für den Standort werden dabei über Personal- sowie Sachausgaben des Vereins und durch den Spielbetrieb in Form volkswirtschaftlicher Wertschöpfung generiert. Diese Summe beinhaltet die direkten und indirekten, primären und sekundären Effekte aller Ausgaben sowie des Konsums, die Verein und Besucher erzeugen, und verdeutlicht damit den regionalen Wirtschaftsfaktor, den der Karlsruher SC – auch im Sinne von Beschäftigungseffekten – bedeutet.

ANKERPUNKT

Der KSC lockt mehr Besucher als jeder andere Event

Karlsruher: 73%

Auswärtige: 76%

IMAGE

Die Stadt Karlsruhe profitiert vom Image des Vereins

Karlsruher: 89%

Auswärtige: 90%

LEUCHTTURM

Der KSC steht bundesweit positiv für die Stadt Karlsruhe

Karlsruher: 83%

Auswärtige: 87%

WICHTIGSTER WERBETRÄGER

Der KSC ist der wichtigste Werbeträger der Stadt Karlsruhe

Karlsruher: 79%

Auswärtige: 84%



Frage:
Welche Bedeutung hat der KSC Ihrer Meinung nach für die Stadt Karlsruhe?
Bitte teilen Sie uns mit, inwieweit diese Aussagen Ihrer Meinung nach zutreffen.

AUFWERTUNG DES ARBEITSPLATZES

Der KSC als Fußballverein macht den Arbeitsplatz in Karlsruhe attraktiver

Karlsruher:	58 %
Auswärtige:	61 %

LEBENSQUALITÄT

Der KSC macht die Stadt für mich persönlich lebenswerter

Karlsruher:	90 %
Auswärtige:	85 %

SYMPATHIE

Durch die Spiele empfinde ich Karlsruhe als sympathisch

Karlsruher:	87 %
Auswärtige:	90 %

FINANZIELLE BELASTUNG

Der KSC ist für die Stadt Karlsruhe eine finanzielle Belastung

Karlsruher:	32 %
Auswärtige:	25 %

10,1 MIO. EURO
MEDIAWERT

9,2 MIO. EURO
REGIONALE
WERTSCHÖPFUNG

Die medialen Werte von rund zehn Millionen Euro sind als Regionalmarketing für die Stadt und in diesem Sinne als Werbewerte zu verstehen. Transportiert wird dies von einem auch überregional bekannten Aushängeschild: dem Profifußball.

Wie die Befragung im Rahmen dieser Expertise belegt, ist der Verein DER Anlaufpunkt für Sportfans der Stadt und der Region. Weder werden weitere Sportvereine, andere Sportarten, noch weitere Fußballvereine regelmäßig besucht. Der Verein lockt für viele Befragte mehr als jeder andere Event Besucher in die Stadt. Dabei profitiert Karlsruhe vom Image des Vereins und der Wirkung des Clubs als Ankerpunkt. Die Mehrheit der Befragten hält den KSC deshalb auch für den wichtigsten Werbeträger der Stadt (ca. 80% Zustimmung).

Insgesamt wurde in dieser Expertise nachgewiesen, dass der Karlsruher SC eine bedeutende ökonomische und soziale Bedeutung für Karlsruhe hat.

Einmal mehr wirkt auch in Karlsruhe der Profifußball sympathie- und identitätsstiftend, löst signifikante regionale Wertschöpfung aus und leistet die mediale Bewerbung der Stadt im ganzen Land.



„FUSSBALL IST
EIN ERGEBNIS-
SPORT.“

FUSSBALL

Das oberste Ziel unserer Mannschaften – allen voran der Profiteam des KSC – besteht darin, in jedem Spiel drei Punkte in den Wildpark zu holen.

Auch wenn wir unseren Zuschauern gerne beste Unterhaltung und begeisternden Offensivfußball bieten möchten, der sportliche und damit verbundene finanzielle Erfolg des Clubs hat absoluten Vorrang.

Neben einem hohen Maß an Spielwitz und Kreativität werden die Tugenden, welche für unsere Clubkultur stehen, vorausgesetzt:

- Kampfgeist
- Leidenschaft
- Bodenständigkeit
- Vereinsverbundenheit

Dessen müssen sich auch unsere Spieler bewusst sein. Sie müssen in jedem Spiel alle verfügbaren Kräfte in die Waagschale werfen. Wenn dies geschieht, dann springt der Funke über und auch Sponsoren und Unterstützer des KSC werden sich von so einer Club-Kultur des unbedingten Einsatzes für den KSC begeistern lassen.

**„ENTSCHEIDEND
IST AUF
DEM PLATZ!“**



RUND 60 TALENTE HABEN BEIM KSC ALLEIN IN DEN LETZTEN ZEHN JAHREN DEN SPRUNG IN DEN PROFI FUSSBALL GESCHAFFT!

Der KSC ist seit vielen Jahren ein exzellenter Ausbildungsverein. Viele Talente haben ihren Weg aus dem Wildpark erfolgreich in die Fußballwelt gemacht. Nun strukturiert der Verein zur Saison 2018/19 den Übergang der Jugendabteilung zum Profibereich neu. Das betrifft sowohl die Toptalente des Nachwuchsbereichs, als auch die KSC-Amateurmansschaft, die mit dem Ende der laufenden Saison vom Spielbetrieb abgemeldet wird.

Die Entscheidung wurde aus wirtschaftlichen Gründen sowie aus der internen sportlichen Einschätzung der momentanen Bedeutung der Amateurmansschaft getroffen.

Simon Zoller

Florent Muslija

Lars Stindl

Matthias Bader

Sead Kolacinac

Hakan Çalhanoğlu

Marcel Mehlum

Florian Dick

Sebastian Freis

Lukas Rupp

Jens Nowotny

Matthias Fetsch

Denis Thomalla

Mehmet Scholl

Christian Eichner

Timon Wellenreuther

Timo Staffeldt

Oliver Kahn

Martin Stoll

Carsten Rothenbach

Matthias Zimmermann

Boubacar Barry

Robert Bauer

Kevin Akpoguma

Daniel Brosinski

Um weiterhin für seine künftigen Talente aus dem Nachwuchsleistungszentrum einen strukturierten Übergang zum Profifußball sicherzustellen, hat der KSC in diesem Bereich in Folge der Abmeldung eine Neustrukturierung vorgenommen. Diese setzt sich aus folgenden Bausteinen zusammen:

- Drei bis vier Toptalente aus der U19-Mannschaft werden künftig direkt in die Profimannschaft integriert. Zudem wird ein zusätzliches Top-Talente-Training zur gezielten Förderung der Spieler entwickelt. Diese Aufgabe als Top-Talente-Coach übernimmt Co-Trainer Christian Eichner.
- Für weitere Talente, die über Potenzial verfügen, in ihrer Entwicklung jedoch noch nicht so weit sind, werden im Rahmen einer Kooperation mit dem Oberligisten SV Spielberg Einsatz- und Entwicklungsmöglichkeiten geschaffen. Die Spieler erhalten einen Vertrag beim KSC und werden nach Spielberg ausgeliehen. Vor Ort wird Edgar Schmitt als Teil des dortigen Trainerteams und als Bindeglied zum KSC die Spieler betreuen und in ihrer Entwicklung begleiten. Dem KSC steht zu jeder Transferperiode zu, das jeweilige Leihverhältnis zu beenden und den Spieler zurückzuholen.
- Zudem werden regelmäßige Testspiele der Top-Talente und der zum SV Spielberg ausgeliehenen Spieler gegen regionale und internationale Gegner durchgeführt.



Das Ziel der **Nachwuchsarbeit** des KSC ist und bleibt die **Ausbildung zum Profifußballer** – ein absoluter **Markenkern des Vereins**.

Das Ziel der Nachwuchsarbeit des KSC ist und bleibt die Ausbildung zum Profifußballer – ein absoluter Markenkern des Vereins, der weit über die regionalen Grenzen hinaus für eine lange Jahre währende äußerst erfolgreiche Talentschmiede mit vielen zu erfolgreichen Profis gewordenen Jungfußballern steht.

Dies beinhaltet die Förderung der Spieler auf höchstem Niveau, um damit die Basis für den Sprung in die Lizenzmannschaft zu schaffen. Darüber hinaus wird eine ganzheitliche Erziehung zu mündigen Spielern angestrebt, die sich im Profigeschäft durchsetzen können und sich gleichzeitig ihrer gesellschaftlichen Verantwortung bewusst sind. Gleichrangiges Ziel ist es, den Spielern eine bestmögliche schulische und berufliche Ausbildung zukommen zu lassen.



WIRTSCHAFTLICHKEIT



Das Geschäft mit dem Fußball hat sich seit etwa Mitte der neunziger Jahre rasant entwickelt; ein Ende scheint – nicht oder kaum absehbar. Nationale und internationale Medienrechte, das Internet, strategische Partnerschaften, Investoren, Fananleihen, private Geldgeber, Sponsoren oder Fans – aus den unterschiedlichsten Bereichen gelangt immer mehr Geld in den Fußballkreislauf.

Im Jahr 2000 haben die 36 Vereine der Bundesliga und 2. Bundesliga einen eigenen Ligaverband gegründet, seither organisiert und vermarktet sich die Bundesliga in eigener Regie und Verantwortlichkeit. Diese Aufgabe wird von der Deutschen Fußball Liga GmbH (DFL) als operative Tochter des Ligaverbandes mit großem Erfolg wahrgenommen. Allein die Zentralvermarktung der Medienrechte im In- und Ausland hat sich spätestens seit der letzten Rechtevergabe auch de facto zu einem Milliardengeschäft entwickelt.

In diesem Umfeld hat sich der KSC in den vergangenen Jahren bewegt. Dabei konnte der Verein bis zum Abstieg im vergangenen Sommer, auch Dank außerordentlicher Transfererträge, seine jährlichen Verluste reduzieren. Dies galt insbesondere in den vier Jahren der Zweitligazugehörigkeit von 2013 bis 2017 – in den Spielzeiten 2014/15 und 2015/16 wurden sogar Gewinne erwirtschaftet. Parallel dazu hat der KSC auch Investitionen in die veraltete Infrastruktur vorgenommen.

Unter dem Strich aber konnte sich der KSC wirtschaftlich bis heute nicht entscheidend konsolidieren, was nicht zuletzt auf die Ertragsschwäche aus dem nicht mehr zeit- und wettbewerbsgemäßen Stadion zurückzuführen ist. Der erneute Abstieg in die 3. Liga im Sommer 2017 wirft den KSC wirtschaftlich erneut um Jahre zurück. Verluste müssen verkraftet und Darlehen, Besserungsscheine sowie Vermarktungsrechte Dritter müssen bedient werden.



Zur **mittel- und langfristigen Wiederherstellung und Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit**, hat der Verein **ein Portfolio an Restrukturierungsmaßnahmen erstellt** und auf den Weg gebracht.



STRATEGISCHE FINANZPARTNER

Der KSC möchte auch in der Finanzpolitik neue Wege gehen. Im Kern stellt sich die Frage: „Welche Voraussetzungen müssen geschaffen werden, um potenziellen Kapitalgebern den Einstieg beim KSC zu ermöglichen?“

Der überwiegende Teil der Vereine in Deutschland hat diesen Schritt bereits getan – und hat den wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb in Kapitalgesellschaften ausgegliedert und dementsprechende Strukturen geschaffen.

Hierzu bedarf es neben einer grundlegenden Analyse und Unternehmensbewertung auch der Klärung möglicher Formen der Beteiligung. Ein Baustein der geänderten Finanzpolitik ist die Veränderung der Vereinsstrukturen mittels Gründung einer Kapitalgesellschaft. Letztendlich wird die Vorgehensweise geklärt, mit der der Verein mögliche Kapitalpartner anspricht. In die Expertise sind die bereits getroffenen Festlegungen/Verträge der KSC Betriebsgesellschaft Stadion mbH einzubeziehen.

Für das Thema Kapitalbeteiligung beim KSC ist relevant, dass sowohl die Vereinsgeschichte als emotionaler Markenkern des Traditionsvereins dargestellt, aber auch die sportliche und wirtschaftliche Zukunft des Unternehmens KSC für die rationale Investitionsentscheidung beschrieben werden. Der KSC richtet seine Suche nach Kapitalpartnern auf institutionelle Investoren aus. Es werden bewusst keine Einzelpersonen angesprochen, die situativ emotional reagieren. Der Fokus liegt auf Unternehmen mit einer transparenten und berechenbaren Struktur. Die Dauer der Beteiligung an einer Gesellschaft des KSC sollte sowohl von der Form der Beteiligung als auch von der strategischen (langfristigen) Bedeutung des Kapitalpartners abhängen.

Mögliche Zeiträume sind mindestens ein Jahr beziehungsweise Spielzeit bis höchstens fünf Jahre respektive Seasons. Die Höchstdauer beschreibt dabei den Zeitraum, innerhalb dessen sich die äußeren Rahmenbedingungen in der Branche Fußball derart ändern können, dass sich die wirtschaftlichen Folgen aus einer Kapitalbeteiligung zum Nachteil des Vereins verändern können.

WERTE

Markenrechte

Der Wert der Markenrechte bemisst sich nach der Summe aller Vorstellungen, die der Markenname KSC und das Markenzeichen bei Kunden hervorrufen. Insbesondere dient die Marke dabei zur Bestimmung von Werten und Eigenschaften, die mit dem KSC verbunden werden und zur Differenzierung von anderen Marken.

Profimannschaft

Der Wert der Mannschaft wird aus dem Wertschöpfungspotenzial als Resultat des sportlichen Erfolges und aus dem Marktwert der einzelnen Spieler ermittelt. Dabei sind auch die übergeordneten Wertschöpfungen aus Merchandising etc. anteilig hinzuzurechnen.

Nachwuchsleistungszentrum

Der Wert des Nachwuchsleistungszentrums wird aus der Wertschöpfung ermittelt, die entsteht, indem Spieler aus der Jugend des KSC in die Profimannschaft aufsteigen. Der Mehrwert entsteht durch die Teilnahme am Spielbetrieb oder durch einen Transfer.

Betriebsgesellschaft Stadion

Durch den Betrieb des neuen Stadions Wildpark werden jährlich Mehreinnahmen erzielt, die teilweise als Investitionen in den sportlichen Bereich genutzt werden können.

Fazit: Bei einer Kapitalbeteiligung an einer der Gesellschaften des KSC ist die Rolle des jeweiligen Kapitalgebers im Verhältnis zum Verein von maßgeblicher Bedeutung. Demnach entscheidet sich, an welchem Asset, in welcher Form, und für welchen Zeitraum die Beteiligung erfolgt.

„WELCHE **VORAUSSETZUNGEN**
MÜSSEN GESCHAFFEN
WERDEN, UM **POTENZIELLEN**
KAPITALGEBERN DEN EINSTIEG
BEIM KSC ZU ERMÖGLICHEN?“

BETEILIGUNGEN

Variante A – Partiarisches Darlehen

Der Darlehensgeber gewährt eine Beteiligungsfinanzierung im Sinne von § 488 BGB. Der Darlehensgeber erhält statt einer Verzinsung eine Gewinnbeteiligung. Der Darlehensgeber hat keine Mitwirkungsrechte im Sinne einer unternehmerischen Beteiligung, trägt aber auch keinen Anteil an möglichen Verlusten.

Variante B – Atypisch stille Beteiligung

Der Kapitalgeber beteiligt sich mit einer Einlage an einer Gesellschaft des Vereins, die in der Bilanz als Eigenkapital ausgewiesen wird. Der Kapitalgeber erhält neben der Verzinsung eine Gewinnbeteiligung und wird auch an möglichen Verlusten bis zur Höhe seiner Einlage beteiligt (Bilanzgewinn/-verlust). Der Kapitalgeber ist nicht an der Wertsteigerung der Gesellschaft beteiligt.

Variante C – Kommanditistische Beteiligung

Der Kapitalgeber erwirbt mit seiner Einlage einen Kommanditanteil an einer Gesellschaft. Mit diesem Anteil ist er an Gewinn und Verlust und auch am Vermögen der Gesellschaft beteiligt. Der Vermögensanteil richtet sich danach, in welchem Verhältnis zum Gesamtvermögen der Kapitalgeber mit seinem Anteil im Verhältnis zu den anderen Gesellschaftern beteiligt ist.

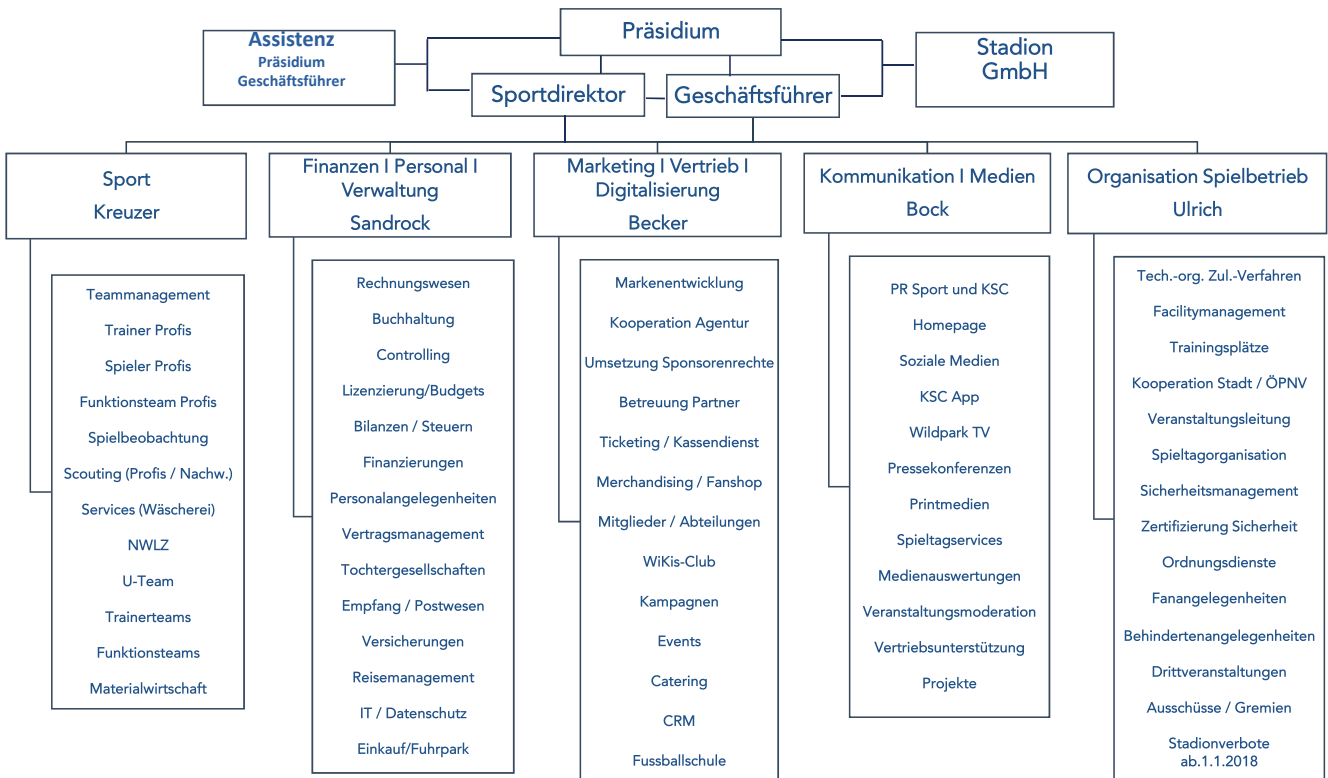
Bewertung/Methodik

Um eine der drei genannten Beteiligungsformen anbieten zu können, muss geklärt werden, an welchem Asset die Beteiligung erfolgt und welcher Gesamtwert dem Asset beigemessen wird, um den Wert von Anteilen ermitteln zu können. Die Bewertung selbst muss durch einen unabhängigen Wirtschaftsprüfer erfolgen.

STRUKTUR UND ORGANISATION

Bereits vollzogen ist mit Wirkung zum 01.11.2017 die Implementierung einer klaren und transparenten Führungsstruktur mit entsprechenden Zuständigkeits-, Finanz- und Personalbefugnissen. Der Geschäftsführer und Sportdirektor stimmen alle wichtigen und zustimmungspflichtigen Vorgänge gemäß Satzung mit dem Präsidium ab und nehmen an den Sitzungen des Präsidiums teil.

Die neue Struktur steht im Einklang mit der gegebenenfalls anzustrebenden Ausgliederung des wirtschaftlichen Geschäftsbetriebes. Unterhalb der ersten Führungs-Ebene wurde eine zweite Management-Ebene mit fünf Bereichen gebildet, wovon die Bereiche Sport sowie Finanzen/Personal/Organisation bis auf Weiteres zunächst vom Sportdirektor und Geschäftsführer verantwortet werden.



Ergänzt wird diese Managementstruktur mit dem hauptamtlichen Geschäftsführer der KSC Betriebsgesellschaft Stadion mbH. Die neu geschaffene operative Struktur agiert flexibel, interdisziplinär und entwickelt sich ständig weiter. Die operative Steuerung bzw. Abstimmung der Fachbereiche wird mittels eines wöchentlich stattfindenden Management-Jour Fixe sichergestellt.

DER KSC IN ZAHLEN

7.500

Mitglieder (gerundet)

100

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
in Voll- und Teilzeit

300

geringfügig Beschäftigte in der
vergangenen Saison, davon 30% Jugendliche
unter 17 Jahren, davon 20% weiblich

4,0 Mio. Euro

Lohn- und Einkommensteuer

1,7 Mio. Euro

Sozialabgaben

6.400

Dauerkarten

11.000

Zuschauer im Durchschnitt



NEUES STADION UND INFRASTRUKTUR

Im Oktober 2014 hat der Karlsruher Gemeinderat beschlossen, das bestehende Wildparkstadion als modernes, zukunftsfähiges Stadion neu zu errichten. In den folgenden rund zwei Jahren hat der Karlsruher SC gemeinsam mit der Stadt Karlsruhe die notwendigen Verträge und Unterlagen erarbeitet.

Neues Stadion

Die Planungen für das neue Wildparkstadion laufen seitdem auf Hochtouren. Der Abschluss der Verhandlungen mit der Unterzeichnung notarieller Verträge zwischen dem KSC und der Stadt im November 2016 zum Bau eines neuen Stadions waren von elementarer Bedeutung für die Zukunftsfähigkeit des Fußballstandortes Karlsruhe.

Im Dezember 2016 hat die Stadt, als Bauherrin des Projekts, das europaweite Vergabeverfahren begonnen und wird es unter Mitwirkung des KSC voraussichtlich noch in 2018 abschließen. Nach erfolgreichem Abschluss dieses Verfahrens kann unmittelbar mit dem Abriss bzw. der Vorabmaßnahme zur Kampfmittelerkundung begonnen werden. Der Baubeginn des eigentlichen Stadions ist für Ende 2019 vorgesehen.

Das neue Fußballstadion im Wildpark wird alle Anforderungen eines Bundesligastadions erfüllen und voraussichtlich eine Gesamtkapazität von 34.000 Plätzen ausweisen. Neben den Kabinenbereichen, den Funktionsräumen, den Business- und Logenbereichen, den Räumen der Medienvertreter, der Clubgaststätte, der Sicherheitszentrale und dem Trainingstrakt sind ebenso die Geschäftsstelle des KSC sowie gastronomische Bereiche des Caterers geplant.



Infrastruktur

Das Jugendstadion – die neu entstehende Spielstätte auf dem bisherigen Platz 3 wird – wie bisher Platz 2 – sportliche Heimat der wichtigsten Nachwuchsteams des Karlsruher SC. So wird das neue Stadion die Heimat der U19- und der U17-Bundesligamannschaft, da die Austragung der Heimspiele dieser Mannschaften ebenso an einige Vorgaben gebunden ist. Des Weiteren ist der Platz in der Nutzung für publikumsträchtige Fußballveranstaltungen vorgesehen, wie beispielsweise dem Saison-Auftakttraining des Profiteams oder mögliche Testspiele.

Bereits im Oktober 2017 wurde ein neuer Kunstrasenplatz hinter der Fasanerie-Mauer in Betrieb genommen. Dieser sowie das Jugendstadion stellen dabei eine von vielen weiteren Maßnahmen zur Optimierung der Trainingsinfrastruktur im Wildpark dar.

AKTUELLE DATEN
GEPLANTE ZEITSCHIENE

STADION

34.000

Zuschauer Fassungsvermögen

November 2018

Beginn der Abrissarbeiten

März 2019

Fertigstellung

der provisorischen Ersatztribüne (Nord)

August 2019

Fertigstellung

der provisorischen Ersatztribüne (Süd)

November 2019

Baubeginn neues Wildparkstadion

Der Verein hat auch hier den Blick in die Zukunft gerichtet und prüft eine „**Vision Wildpark**“, in der die Infrastruktur des umliegenden Stadiongeländes zukunftsfähig gemacht wird.



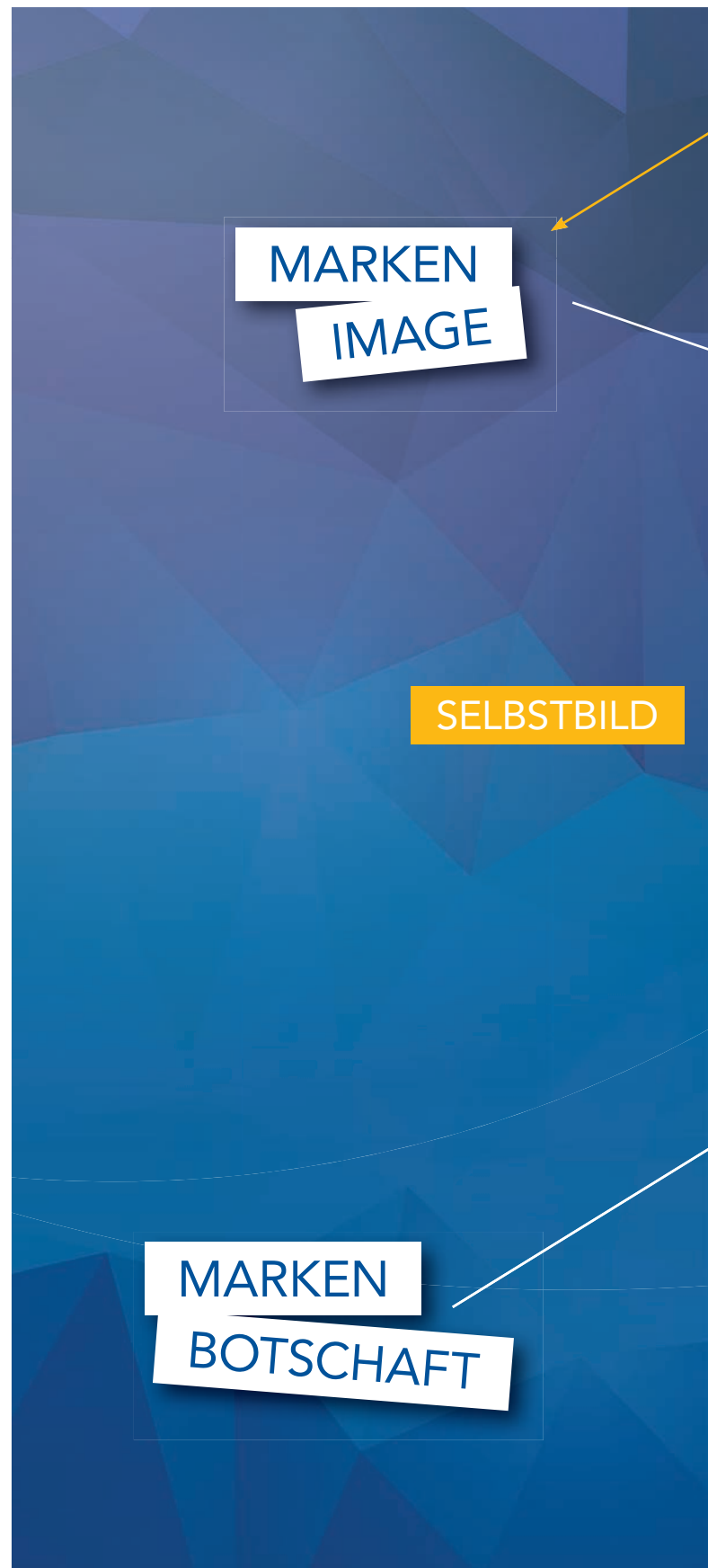
MARKEN- IDENTITÄT UND PRÄSENZ

Wichtiger Baustein eines modernen Vereins ist eine klar definierte Markenidentität. Diese ist weit mehr als ein Claim oder eine Corporate Identity. Die Identität beziehungsweise KSC-DNA definiert die Bedingungen für das generelle Handeln nach Innen und Außen.

Um eine klare Markenidentität zu definieren, hat sich der Verein sich im ersten Schritt mit der Auswahl einer auf diesem Bereich spezialisierten Markenagentur beschäftigt. Aufgabe dieser ist es nicht, von außen fertige Lösungsvorschläge in Eigenregie zu entwickeln, sondern den Prozess zur Entwicklung der DNA zu begleiten, zu moderieren und entsprechende Ansätze zu visualisieren. Das Wissen und die Kompetenz, für WAS der Verein steht, ist intern vorhanden. Auch eine umfangreiche Marktforschung ist nicht zwingend nötig, da auf bestehende Daten zurückgegriffen werden kann.

Nach Festlegung der Agentur findet ein 1. Workshop auf Management-Ebene statt. Nach einem Folgeworkshop zur Erstellung eines konkreten DNA-Vorschlags wird dieser mit Gremien, Fans und Partnern diskutiert und finalisiert. Geplant ist, den Prozess bis Jahresende abzuschließen. Im Ergebnis wird auch das Leitbild, mit welchem der KSC schriftlich sein Selbstverständnis und seine Grundprinzipien zum Ausdruck bringt, weiter geschärft.

Für die Umsetzung ‚nach außen‘ ist es für den Karlsruher SC extrem wichtig, die visuelle und gesellschaftliche Präsenz in der Stadt und Region zu erhöhen. Die entsprechenden Maßnahmen werden begleitend zum vorgenannten Prozess durchgeführt. Hierzu gehören beispielsweise die Eröffnung eines KSC-Shops in der Karlsruher Innenstadt oder auch unterschiedliche Platzierungen in klassischen Werbeformen, wie beispielsweise in Anzeigen, Kinowerbung oder der Straßenbahn.



FREMDBILD

MARKEN

POSITIONIERUNG

MARKEN IDENTITÄT

MARKEN
STRATEGIE

MARKEN
WERT

DIGITALISIERUNG UND SERVICES

Es ist das TOP-Thema der heutigen Zeit: Und die Digitalisierung macht auch vor Vereinen im Profifußball nicht halt. In teilweise atemberaubendem Tempo haben sich Entwicklungen aus diesem Bereich ihren Weg gebahnt und bestimmen mehr und mehr Abläufe und Interaktionen aller Bereiche gesellschaftlichen Lebens – auch im Sport und speziell im Fußball. Zukünftig werden Daten und deren Überführung in Prozesse sowohl im wirtschaftlichen als auch im sportlichen Bereich eine extrem wichtige Rolle spielen.



Für den KSC ist es daher zwingend notwendig, auch dieses Handlungsfeld konsequent strategisch und operativ anzugehen. In den letzten 18 Monaten wurden bereits einige Themen im Bereich Kommunikation | Medien umgesetzt, etwa durch eine neue APP oder die neue KSC-Webseite. Darüber hinaus wurde das Thema Bewegtbild personell stark ausgebaut. Insbesondere in den sozialen Medien werden hierdurch Reichweitenzuwächse von über 300% erzeugt.

Als Meilenstein konnte im Januar 2018 mit der SAP ein namhafter Technologiepartner gewonnen werden. Mit dem Walldorfer Software-Unternehmen werden Schritt für Schritt alle Bereiche des KSC digital weiterentwickelt. Zum Start der langfristig angelegten Kooperation liegt der Fokus auf den Bereich Marketing & Vertrieb. In diesem Bereich wird bereits zur neuen Saison die veraltete Infrastruktur durch moderne und integrierte Systeme ersetzt.





Ziel ist es, die **Kundenfreundlichkeit zu steigern**, das **Fan-Engagement zu erhöhen** sowie mit **innovativen Vertriebsmaßnahmen** die **Umsätze merklich zu steigern**.

Ziel ist es, die Kundenfreundlichkeit zu steigern, das Fan-Engagement zu erhöhen sowie mit innovativen Vertriebsmaßnahmen die Umsätze merklich zu steigern. Zudem entstehen neue zielgerichtete Werbeformen für bestehende und potenzielle Sponsoren.

Mit der CAS Software AG aus Karlsruhe hat der KSC einen weiteren großen IT-Player als langfristigen Technologiepartner gewinnen können.

Im nächsten Schritt ist es geplant, auch im Bereich Sport, digitale Lösungen stärker zu integrieren. Hierzu sollen alle Daten (z. B. Spielanalyse, Leistungs-/Verletzungsdiagnostik) besser miteinander vernetzt und daraus entsprechende Maßnahmen abgeleitet werden.

SOZIALE VERANTWORTUNG

Der KSC vereint – basierend auf seiner Satzung – Menschen aller Herkunft unter einem Dach, ob als Spieler, Trainer, Zuschauer, Mitglied oder als sonstige Partner, als Fan oder Besucher. Im Fußball ist der Anteil von Migranten höher als in jeder anderen Sportart, Fußball ist ein Motor der Integration für unsere Stadt, Region und unser Land. Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung sind heute mehr denn je Grundbegriffe für eine funktionierende Gemeinschaft und Gesellschaft.

Der KSC ist ein bedeutender Arbeitgeber, wichtiger Imageträger und wichtigster sportlicher Leuchtturm für die Stadt und Region Karlsruhe. Der sich hieraus ergebenden Verantwortung im Bereich CSR (Corporate Social Responsibility) kommt der KSC seit vielen Jahren nach. Dabei fühlt sich der KSC auch gegenüber dem Ehrenamt in besonderer Weise verpflichtet.

Der Verein unterhält seit geraumer Zeit verschiedene Tätigkeiten im Bereich CSR. Hierzu zählen unter anderem die Projekte „FuoKK“ (Förderverein zur Unterstützung der onkologischen Abteilung der Kinderklinik Karlsruhe), „Gemeinsam gewinnen“ (Kooperation mit Reha-Südwest zur Unterstützung der Jugend- und Behindertenhilfe) oder „KSC macht Schule“ (Ausbildungsprogramm für KSC-Nachwuchs).

Den vielen uns **anvertrauten Kindern und Jugendlichen** wollen wir – neben dem Hauptziel, sie zum **Profifußballer auszubilden** – nicht nur die **bestmögliche Ausbildung anbieten**, sondern ihnen **auch Wertorientierung vermitteln**.

Darüber hinaus ist der KSC in den vergangenen Jahren Anlaufstation für viele tausende Kinder geworden, die im Wildpark ihrer KSC-Begeisterung entweder in der KSC-Fußballschule oder bei den Wildpark-Kids, dem Kids-Club des KSC nachgehen. Die Fußballschule feiert in diesen Tagen ihr zehnjähriges Bestehen. Mit einer großen Geburtstagsparty am 1. Mai feierten Klein und Groß, Campbesucher und Fördertrainingskids gemeinsam mit den Machern der Fußballschule.



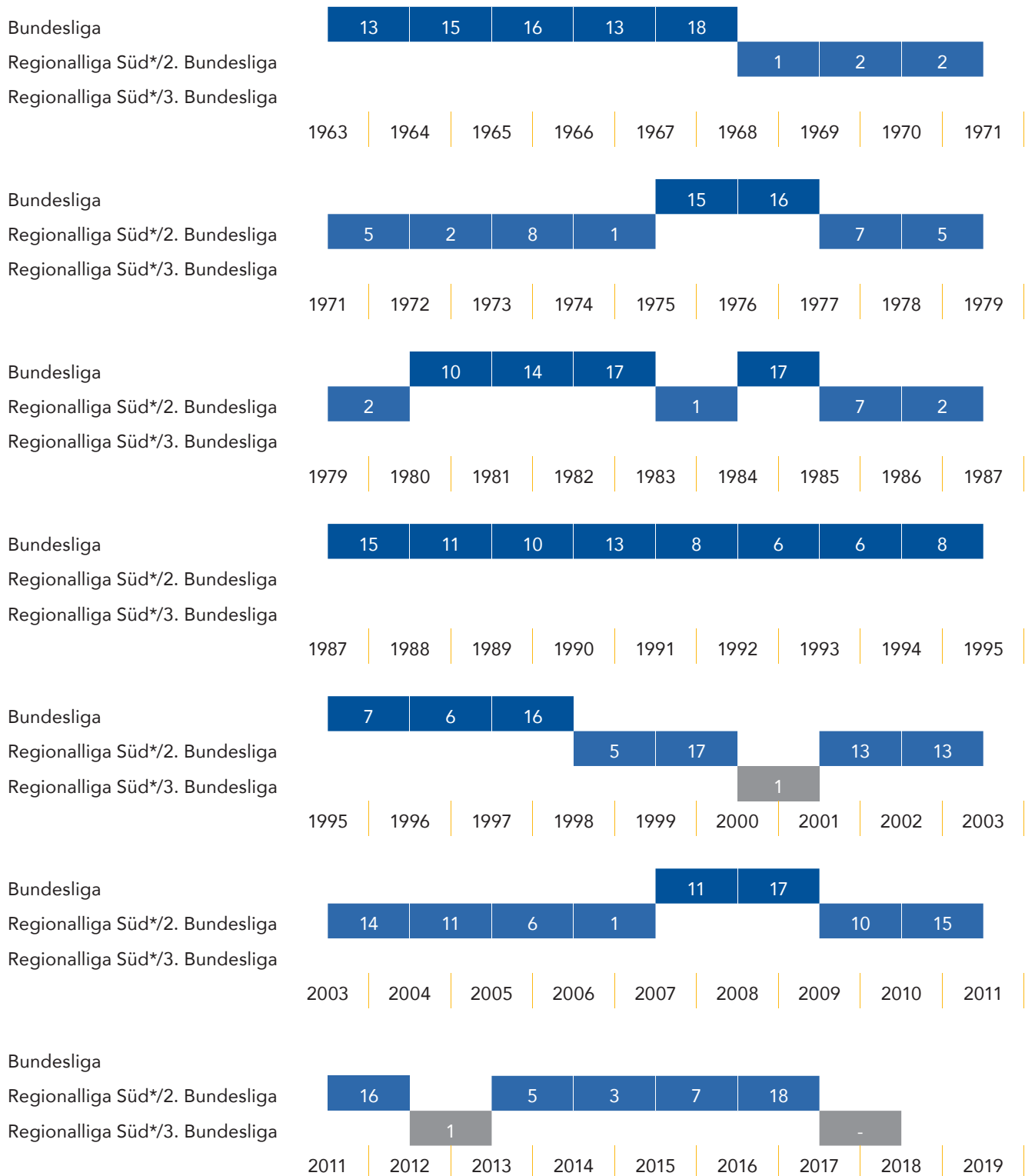



Nicht minder aktiv, aber wesentlich jünger sind die Wildpark-Kids, oder kurz WiKis. Das Programm ist vielfältig – die WiKis stehen in erster Linie für Spaß und tolle Aktivitäten rund um unseren blau-weißen Lieblingsverein und bieten ein einzigartiges Angebot für alle jungen KSC-Fans von 0 bis 17 Jahren – über abwechslungsreiche Aktionen und Ausflüge, persönliche Begegnungen mit Willi Wildpark und Spielern des KSC bis hin zu vielen weiteren Überraschungen.

Zukünftig wird im Bereich Marketing, Vertrieb & Digitalisierung ein(e) CSR-Verantwortliche(r) definiert. Ziel ist es, die bestehenden Partnerschaften zu intensivieren bzw. Schritt für Schritt mehrere langfristige Kooperationen mit relevanten Partnern zu schließen. Außerdem besteht die Überlegung, die Aktivitäten unter einer passenden Dachmarke zusammenzufassen.

Ligazugehörigkeit und Platzierung des Karlsruher SC seit 1963.

*Bis 1974 war die Regionalliga die zweithöchste, von 1974 bis 2008 die dritthöchste Spielklasse im deutschen Fußball





Wir stehen vor einem **grundlegenden Wandel**, ein **umfassender Erneuerungsprozess** des Vereins ist **unumgänglich**.

IMPRESSUM

Herausgeber

Karlsruher Sport-Club Mühlburg-Phönix e.V.
Adenauerring 17, 76131 Karlsruhe
Tel. 0721 9643450, Fax 0721 9643469
www.ksc.de

Redaktion

Jörg Bock (V. i. S. d. P.)

Fotos

GES, Shutterstock, KSC

Layout, Herstellung, Koordination

Systemedia GmbH, 75449 Wurmberg
www.systemedia.de

Art Direction, Gestaltung, Realisation

Systemedia GmbH

Konzept

Systemedia GmbH