

# Seldwyla in Kloten

Die gute Nachricht: Vizemeister Kloten findet neuen Sponsor. Schlecht daran: Es gibt gewaltig «Lämpen».

Von Albert Fässler

Die auf Umzüge spezialisierte Firma Brägger & Thomann ist bereit, für eine Werbung auf der Eisfläche der Kloten Flyers rund 60000 Franken zu bezahlen. Und zwar mit dem Firmenlogo samt dem Slogan «Ihr Panther für den Umzug».

Aber: Die Führung der Eishockey Nationalalliga (NL GmbH) um Geschäftsführer Denis Vaucher akzeptiert die Werbung nicht. Ihr schroffes Nein begründet sie mit Artikel 6 des Werbereglements, der Slogans verbietet. Kein Witz, sondern wahr: Der neue Kloten-Sponsor darf nur mit

dem Slogan «Ihr Umzugspartner» werben. Selbst «Ihr Partner für den Umzug» wurde nicht bewilligt!

David J. Vidal, Juniorchef von Brägger & Thomann, ist entsetzt: «Wir wollen weder für Sex, Drogen oder Waffen, sondern für unsere Umzugsfirma werben. Vermutlich wäre Ersteres aber einfacher.» Flyers-Marketingchef Rolf A. Mosimann redet gar von Willkür: «Bei den Rapperswil-Jona Lakers hat die Ligaführung auf den Matchtrikots sogar Sexwerbung (Erotik-Markt) bewilligt. Uns hängt man an einer harmlosen Wortklauberei auf und verärgert dazu einen Sponsor. Das ist Seldwyla pur!»



**BRÄGGER & THOMANN**

Ihr Panther für den Umzug.

[www.b-t.ch](http://www.b-t.ch)

Der Slogan des neuen Kloten-Sponsors sorgt für heisse Köpfe.

Tatsächlich lebt und regiert die NL GmbH auf Kosten der Klubs, betreibt aber Verhältnisblödsinn: Die SCL Tigers haben in zweiter Instanz die NLA-Spielberechtigung erhalten, obwohl noch niemand weiss, wie und bis wann die fehlenden Millionen zusammenkommen. In Kloten frustriert man Klub und Sponsor wegen einer Bagatelle. Laut Mosimann überlegen sich die Flyers eine Schadenersatzforderung in fünfstelliger Höhe. Dem Sponsor mussten Zusatzleistungen zum Nulltarif angeboten werden, um ihn bei der Stange halten zu können.

Die NL GmbH reagiert auf die heftigen Vorwürfe erstaunt. Patrick Reber, Leiter Kommunikation und Mitglied der Geschäftsleitung, kontert: «Jeder Klub kennt das bestehende und gültige Werberegulativ und weiss ge-

nau, was erlaubt und nicht erlaubt ist. Wir bemühen uns einzig, dass die von den Klubs der National League beschlossenen und verabschiedeten Grundlagen im Sinne der Gleichbehandlung eingehalten werden. Die im vorliegenden Fall eingebrachten Vorschläge sind als Slogans zu klassieren und deshalb nicht zugelassen.»

Flexibilität in einer wirtschaftlich schwierigen Zeit ist für einige Funktionären offenbar ein Fremdwort. Vielleicht könnte ihnen Philippe Gaydoul Nachhilfeunterricht erteilen. Der neue Verbandsboss darf der NL GmbH nicht dreinreden, aber als Mann der Wirtschaft weiss er bestens, wie Werbung und Sponsoring funktionieren. ■

Anzeige



ALLIANZ SUISSE OPEN  
GSTAAB WONDERSHOTCH

# Suisse Wett Open.

Jetzt auf spannende Tennis-Matches am Allianz Suisse Open in Gstaad wetten, mitfiebern und gewinnen. An dem Wettbüro vor Ort, an jeder Lotto-Verkaufsstelle oder via [www.sporttip.ch](http://www.sporttip.ch)

**SWISSLOS**

**sporttip**

Dein Einsatz zählt!