



union-fans.de/kupe

Sommer, Sonne, Floßfahrt - hier praktiziert von Toni/Chrisy/Benni + 3 schönen Frauen (siehe auch S. 20) - ist eine Möglichkeit. Aber es gibt noch mehr:

# SOMMER

## FAHRPLAN 2015



- 21.06.15 | 15 Uhr **Trainingsauftakt**  
Stadion An der Alten Försterei
- 23.06.15 | 18 Uhr **Testspiel SV Falkensee-Finkenkrug**  
Sportplatz Ringpromenade in Falkensee
- 25. bis 28.06.15 **Kurztrainingslager Neuruppin**
- 27.06.2015 **Testspiel vs. MSV Neuruppin**
- 30.06. oder 01.07.15 **Testspiel NN (auswärts)**
- 03. bis 10.07.15 **Trainingslager**  
Bad Kleinkirchheim (Österreich), 2 Testspiele international
- 13.07.15 **Testspiel NN (auswärts)**
- 15.07.15 **Testspiel NN**
- 18. oder 19.07.15 **Testspiel NN (heim)**

aktuelle Informationen unter [fc-union-berlin.de](http://fc-union-berlin.de)

Sooo, geeigneter Leser - nur noch wenige Seiten trennen uns von der Sommerpause. Vorher wird aber noch alles weggearbeitet, was so auf unserem virtuellen Schreibtisch rumliegt. Und damit die E- und WM-lose, vor allem aber unionlose Zeit nicht so trostlos wird, sind hier auch noch ein paar Anregungen, wie man den Sommer punktuell rot-weiß färben kann.

Oben schon mal die ersten - in Form des „offiziellen Union-Sommerfahrplans“, und bevor wir den ergänzen, noch ein bisschen Leserpost:

Stephan Fischer hatte im Vorfeld des 1860-Spiels auf einen München-Stadtrundgang der besonderen Art aufmerksam gemacht - jetzt erzählt er, wie 's war:

### Münchener Lektionen

Nach mehr als drei Stunden waren die Füße platt und der Kopf voll mit Informationen. Rund 20 Unioner, Löwenfans und auch Schalker waren der Einladung zu einer Stadtführung durch München am Tag vor dem Auswärtsspiel bei 1860 gefolgt. Um an dem Wochenende auch ein richtiges Stadion und nicht nur ein verdammt rutschiges Schlauch-

boot zu Gesicht zu bekommen, begann die Tour am Grünwalder Stadion. Mitleid brauchen die Löwenfans sicher nicht, aber es ist schon verdammt hart, wenn man nicht in der Heimat spielen kann - und die Stadt nach und nach das Stadion verschandelt. Nach einem Spontanbesuch in einer Giesinger Brauerei, wo man einige Unioner traf, die „heute mal ruhiger was mit Familie“ machen wollten, ging es danach auf die Spuren des Nationalsozialismus in München. Die gibt an allen Ecken und Enden, wie unsere äußerst kompetente und immer freundliche Stadtführerin Steffi erklärte - an manchen Ecken wird am liebsten einfach Gras drüber wachsen gelassen, was den bisherigen Umgang der Stadt mit ihrer Geschichte ganz gut zusammenfasst. So gibt es beispielsweise einen „Platz für die Opfer des Nationalsozialismus“ - als Postanschrift für die angrenzenden Häuser gilt der Name allerdings nicht...

In Schwabing endete der Abend in einer Kneipe, die auch von der *Brigade Bavaria* gern besucht wird. Diese Kneipe hielt die letzte Münchener Lektion des Tages bereit, bevor wir den Löwen am nächsten Tag eine deftige erteilen sollten: Unglaublich, wie sich eine entspannte Fußballkneipe mit



entspannten Gesprächen innerhalb einer halben Stunde in eine schrille

Disko verwandeln kann – wo kam denn der Türsteher plötzlich her? In Berlin haben wir 'nen ranzigen Technostrich, und in München haben selbst die Kneipen Türpersonal – München ist definitiv anders. **stf**



Eine weitere Leserzuschrift kam von Matscho, der aber nicht ausm Knick, sondern ganz knapp vor Redaktionsschluss kam, und zwar mit einem FuMA-Text, der unbedingt noch ins Heft sollte. Da aber zu diesem Zeitpunkt die meisten Seiten schon genauso verplant waren wie der Herr Matscheroth offenbar selbst, stuften wir ihn als Leser ein (was ja wohl hoffentlich stimmt!) und boten ihm die Leserseite als Plattform für die Infos über den am 29. 4. unter seiner Leitung durchgeführten ...

### ... FuMA-Workshop mit Merchandise-Partner

Bei dem Treffen ging es in einem konstruktiven Miteinander um die zukünftige Zusammenarbeit, Verbesserungen des Angebots, gegenseitige Wünsche und neue Ideen.

In einem von beiden Seiten gründlich vorbereiteten Workshop wurde sehr intensiv und gut gearbeitet. Die Mitglieder der AG haben unsere Themen konstruktiv, aber auch kritisch dargestellt. Dazu gehörten viele Punkte, zum Beispiel Lage des Shops, Qualität der Waren, Standard-/Premium-Angebote, Auflagengröße, limitierte Editionen, besondere Angebote, Must-have-Produkte (Logo-Shirt, Trikots, Schals, Mützen, Fahnen, Pins oder Nadeln u.ä.), Stoffe, Druckverfahren usw.

Gemeinsam wurde auch noch einmal die zurückliegende Saison beleuchtet und letztlich ein Haken daran gemacht. Denn die Versäumnisse der vergangenen Jahre manifestierten sich in unseren Vorschlägen, und insofern war allen klar, dass nun der Blick nach vorne zählt.

Umgekehrt haben wir viele Punkte von *Upsolut* vernommen, welche uns einerseits optimistisch stimmen und andererseits die Komplexität des Themas einmal wieder verdeutlicht haben. Der Merchandising-Markt im deutschen Profifußball wird von wenigen Vereinen dominiert, welche zumeist auf Grund sportlicher Erfolge und überregionalen Zuspruchs die größten Umsätze erzielen. Einige Vereine machen also richtig Umsatz mit dem Merchandising, während die Masse der Vereine um jeden Euro kämpfen muss. Unser Ziel ist es, auch in diesem Ranking deutlich verbessert dazustehen. Dafür muss einiges passieren in der Zukunft!

Ein Wunsch ist noch einmal in Richtung Verein verdeutlicht worden: Die Fans wollen mithelfen, um den Verein auch im Merchandising weiterzubringen. Dazu wollen wir eine engere Abstimmung mit den Verantwortlichen im Verein. Die Zukunft wird zeigen, ob und wie es funktioniert. Die AG Marketing hat sich dazu deutlich positioniert, und seitens des Vereins gab es ein erstes positives Signal. Man wird abwarten müssen, wie es sich entwickelt. Viel wird davon abhängen, wie aktiv die AG-Mitglieder an den Themen dran bleiben werden. Insbesondere die aktuelle Beteiligung stimmt uns optimistisch. 15 - 20 regelmäßige Teilnehmer aus allen Altersklassen, aus verschiedenen Fanclubs, der *Szene Köpenick* und den Reihen der Ultras haben sich in den letzten Wochen an der Vorbereitung des Workshops beteiligt und damit gezeigt, dass die FuMA AG Marketing hier durchaus ein breites Meinungsbild abbilden und wiedergeben kann. Dies wurde auch vom Verein und von *Upsolut* so wahrgenommen, wagen wir zu behaupten.

Wir wollen beratend unterstützen und die Meinung der Fans vertreten, damit unser Merchandising-Anbieter daraus einen Nutzen ziehen kann, welcher sich am Ende für uns als Verein und darüber hinaus für alle Käufer im Fanshop positiv auswirkt.

Zur bzw. in der neuen Saison sind nun einige Veränderungen geplant. Die Verkaufsflächen sollen verbessert werden, sowohl im Fanshop als auch im Stadion. Das Produktangebot wird von *Upsolut* überarbeitet. Ob alles kommt und funktioniert, bleibt abzuwarten, aber die Ideen gehen in die richtige Richtung.

Die AG wird beim nächsten Treffen den Workshop auswerten und Maßnahmen/ Aktionen daraus ableiten. Wir freuen uns weiterhin über jeden, der teilnehmen möchte. Der Termin steht noch nicht fest, wird aber demnächst in den FuMA-News veröffentlicht. **Eisern Union - Matscho**