

DAS

steckt

hinter

RB



Informationen über den
„Kooperationspartner“
des SCP

www.ohne-rb.de

Liebe SCP-Fans,

die geplante Kooperation des SC Paderborn 07 mit RB Leipzig hat deutschlandweit für Aufregung gesorgt. Doch was steckt eigentlich hinter dem Konstrukt RB Leipzig? Was sind die Gründe, warum das Konstrukt von Millionen Fußballfans in Deutschland verachtet wird?

Wir haben für euch die wichtigsten Informationen zu dem Verein zusammengestellt, mit dem unser SCP kooperieren möchte.



Was steckt hinter RasenBallSport Leipzig ?

Das Konstrukt RasenBallSport Leipzig entstand im Jahr 2009 nach einer Übernahme des SSV Markranstädts. Zuvor hatte das Unternehmen Red Bull bereits versucht bei St. Pauli, Fortuna Düsseldorf, 1860 München und dem FC Sachsen Leipzig (Vorgänger von Chemie Leipzig) einzusteigen.

Der Aufstieg in die Bundesliga konnte anschließend dank horrender Investitionen des Red Bull Konzerns schnell umgesetzt werden. Bei den Aufstiegen wurden Auflagen von DFB und DFL mehrfach umgangen.

Im Dezember 2014 wurde die Lizenzspielerabteilung in einer umstrittenen Abstimmung in die RasenBallSport Leipzig GmbH ausgegliedert. Die Mehrheit dieser GmbH hält Red Bull selbst. Die Mitbestimmung durch die Mitglieder des Vereins - das zentrale Gut des Vereinswesens - spielt bei RB Leipzig praktisch keine Rolle. Die wenigen stimmberechtigten Mitglieder stehen alle in enger Verbindung zum Red Bull-Konzern.

Bei RB Leipzig werden die Prinzipien einer demokratischen Vereinskultur mit Füßen getreten. Die Geschicke des Vereins werden ausschließlich durch Red Bull bestimmt.

Marketinginstrument der Red Bull GmbH

Den Volkssport Fußball als Werbefläche zu nutzen, ist mit Sicherheit keine Erfindung von Red Bull. Das Unternehmen hat diese Möglichkeit allerdings bis zum Maximum ausgereizt.

RB Leipzig existiert einzig und allein, um die Marke Red Bull bekannter zu machen und den Wert des Unternehmens zu steigern. Der eigentliche Zweck eines Fußballvereins – die Menschen rund um den Sport zu versammeln – spielt keine Rolle. Das Fußballspiel an sich gerät vollständig in den Hintergrund. Der Standort Leipzig wurde von Red Bull nicht zufällig ausgewählt, sondern ist das Ergebnis marketingstrategischer Überlegungen. Die gesamte Region sehnte sich nach höherklassigem Fußball und bot Red Bull daher optimale Voraussetzungen, um dieses Interesse für die eigenen Ziele auszunutzen.

Um die Marke weltweit bekannter zu machen, gibt es neben Leipzig Standorte in Brasilien, den USA und Österreich. Diese stehen maßgeblich unter dem Einfluss von Red Bull und tragen die Marke teilweise sogar im Vereinsnamen. Trikots, Logos und Vereinsfarben sind ähnlich oder sogar gleich. **Die individuelle Identität der Vereine ist durch Red Bull vollständig verloren gegangen – die Vereine stehen ausschließlich für die Marke Red Bull!**

Auch in anderen Sportarten außerhalb des Fußballs nutzt Red Bull äußerst fragwürdige Methoden, um seine aggressive Marketingstrategie umzusetzen. Wie rücksichtslos Red Bull dabei vorgeht, zeigt die ARD-Doku „Die dunkle Seite von Red Bull“.

Transferpolitik bei Red Bull

Die Fußballspieler werden zwischen den einzelnen Red Bull Standorten munter hin- und hergeschoben. Seit knapp 5 Jahren bedient sich RB Leipzig bei der Mannschaft von Red Bull Salzburg. In dieser Zeit wurden 15 (!) Spieler von Salzburg nach Leipzig transferiert. Die Ablösen, die hierbei gezahlt wurden, waren eher obligatorischer Natur. Das Geld bleibt

letztlich ohnehin im Red Bull Konzern.

Wie sehr RB Leipzig den Fußball in die Schieflage bringt und jenseits des gesunden Transferverhaltens anderer Vereine agiert, zeigen auch folgende Zahlen aus den letzten zehn Jahren: den Transfereinnahmen von 99 Mio. Euro stehen Transferausgaben in Höhe von 300 Mio. Euro gegenüber!

Auch die oft gelobte Jugendarbeit muss kritisch betrachtet werden. Die Leipziger bieten bereits sehr jungen Spielern und ihren Eltern unmoralische finanzielle Anreize, sodass anderen Vereinen der Region jede Chance geraubt wird, eine nachhaltige Jugendarbeit aufrecht zu erhalten. **RB Leipzig bewegt sich weit außerhalb gängiger Werte und Normen!**

Was heißt die Kooperation für den SC Paderborn?

Der Preis, den der SC Paderborn für einige vorübergehende Vorteile bezahlt, ist hoch. Eine Kooperation mit RB Leipzig raubt dem erfolgreichen sportlichen und wirtschaftlichen Modell des Vereins den Nährboden. Eine eigenständige und langfristige Kaderplanung des SCP wird gefährdet. Die Vergangenheit hat gezeigt: früher oder später wird RB seine Interessen ohne Rücksicht auf Verluste durchsetzen. In einem schleichenden Prozess wird der SCP nach und nach seine Unabhängigkeit verlieren. Eine starke Vereinsführung, die sich gegen die Macht von RB durchsetzen kann, hat der SCP nicht. Und wenn RB den SC Paderborn nicht mehr braucht, wird ein Trümmerhaufen zurückgelassen.

Noch größer ist der deutschlandweite Imageschaden: Der SC Paderborn wird in der Öffentlichkeit nur noch als Unterstützer eines rücksichtslosen Marketingkonstrukts wahrgenommen. Die Identität als bodenständiger Familienverein wird vollständig verloren gehen. Die deutschlandweite Entrüstung über die geplante Kooperation war nur ein kleiner Vorgeschmack auf das, was den SC Paderborn in den nächsten Jahren erwartet. Ein negatives Image wird auch den langjährigen Sponsoren des SC Paderborn nicht gefallen.

Ist der Preis von Identitätsverlust, Werteverfall und Instrumentalisierung nicht zu hoch? Wir sagen eindeutig ja!

MITBESTIMMUNG

WERTE

ERFOLG

MARKETING

Mahnbeispiel | FC Liefering

Der FC Liefering ist ein Fußballverein aus Salzburg. Bis 2012 hieß der Verein Union-Sportklub Anif und erhielt nach einer Kooperation mit der Red Bull GmbH seinen heutigen Namen. Er bildet das inoffizielle Farmteam für Red Bull Salzburg, da dessen eigene zweite Mannschaft auf Grund der Regularien nicht weiter aufsteigen durfte. Er sorgt dafür, dass Red Bull Salzburg-Spieler ihre Spielpraxis in höheren Ligen sammeln können. Dieses ist nur möglich, weil der FC Liefering offiziell nicht zur Red Bull GmbH gehört, sondern nur eine Kooperation mit ihr eingegangen ist. **Eine derartige Kooperation dient nur dazu, wichtige Regularien zu umgehen!**

Der FC Liefering ist mittlerweile vollständig abhängig von Red Bull !



FANS IDENTITÄT IMAGE

Vergleich zu Leverkusen, Wolfsburg & Finke ?

Viele Fußballfans bringen in Bezug auf RB Leipzig den Vergleich zu Vereinen wie Bayer Leverkusen oder dem VFL Wolfsburg. Im Gegensatz zu RB sind diese Vereine jedoch historisch gewachsen und weisen vereinsgemäße Strukturen auf. Hinter den Vereinen steht auch kein weltweites Netzwerk aus verschiedenen Standorten und Farmteams, das dem fairen Wettbewerb der Fußballligen erheblich schadet.

Ein Vergleich zum Engagement von Wilfried Finke ist undenkbar. Wilfrieds Absichten waren in keinsten Weise mit den Absichten des Red Bull Konzerns zu vergleichen. Wilfried legte im Rahmen seiner finanziellen Unterstützung sehr viel Wert auf die Identität des Vereins und die Mitbestimmung der Vereinsmitglieder. Der SCP war für ihn eine Herzensangelegenheit. Er hat den Verein niemals als reine Marketingplattform für sein Unternehmen missbraucht!