



Alter: 64
Zivilstand: Verheiratet
Kinder: 4
Wohnort: Rickenbach
Erlerner Beruf: Offsetdrucker
Heutiger Beruf: Repräsentant beim FC Basel, im Marketingbereich und Sponsoring tätig
Hobbies: Wein, Tennis, Film, populäre Musik

Karli Odermatt – auch im Marketing ein Ass

Er war einer der besten, wenn nicht sogar der beste Fussballer, den die Schweiz je hervorgebracht hat.

Die Rede ist natürlich von Karl Odermatt, dem Kopf und Genie der legendären FCB-Mannschaft der 1960er und 1970er Jahre.

Seine Popularität in Basel ist seither unübertroffen und nicht nur das Resultat herausragender sportlicher Leistungen, sondern Ausdruck der Sympathie, die eine ganze Stadt einem Mann entgegenbringt, der immer sich selbst treu geblieben ist und nie abgehoben hat.

«Karli», wie ihn alle nennen, ist unwiederbringlich mit dem FCB, trotz eines Gastspiels bei den Berner Young Boys gegen Schluss seiner Karriere, verbunden. Er repräsentiert den FC Basel nach aussen und ist dort im Marketing- und Sponsoringbereich tätig. Seit ihn der Unternehmer und damaliger FCB-Vorstand Bernhard Burgener dazu animierte, bei den damals in der Nationalliga B darbanden Rot-Blauen im Marketing und Sponsoring tätig zu werden, hat Kali Odermatt auch in diesen Bereichen viel zu den Erfolgen des FC Basel der letzten Jahre beigetragen.

Der Geschäftsführer: Marketing und Sponsoring ist ein weites Feld, wie definieren Sie konkret Ihre Arbeit beim und für den FC Basel?

Karl Odermatt: Eigentlich bin ich in der glücklichen Lage, dass ich meinen Job selbst definieren kann. Nein, im Ernst, meine Hauptaufgabe ist es, die Marke «FCB» zu verkaufen.

Der Geschäftsführer: Inwieweit hilft Ihnen Ihr Name dabei?

Karl Odermatt: Es ist sicher ein Vorteil, dass mich viele Leute kennen und ich mit vielen bekannt bin. Während andere nur ins Vorzimmer kommen, werde ich natürlich eher ins Chefbüro vorgelassen. Ein entscheidender Vorteil ist aber auch, dass der FC Basel ein bekanntes Produkt ist, das man nicht mehr näher erklären und erläutern muss.

Der Geschäftsführer: Wie war das früher?

Karl Odermatt: Der Fussball hat sich seither enorm verändert. Als Spieler waren wir reine Amateure, die einer normalen Arbeit nachgegangen sind. Heute ist der Fussball aber auch ein enormes Geschäft. Vor allem ist alles viel professioneller geworden. Früher hat uns zum Beispiel das Schweizer Fernsehen gedroht, keine FCB-Spiele mehr zu übertragen, wenn wir mit Werbung auf den Trikots aufliefen. Früher war der Club auf den Goodwill von Sponsoren angewiesen, die aber eigentlich keine Gegenleistungen für ihr Engagement erhielten. Heute ist das völlig anders, heute muss man Marketingkonzepte erarbeiten, damit die Kunden eine reale Gegenleistung erhalten. Als der FCB noch in der Nationalliga B gespielt hatte, wurde ich von Bernhard Burgener, der im Vorstand des FCB sass, extern angestellt, um die damals darbande Marke FCB zu verkaufen. Das war nicht immer einfach, aber ich habe zu den Kunden immer gesagt, der FCB ist wichtig für die Stadt, wichtig für die Kinder und Jugendlichen, und bald spielt der Club wieder in der höchsten Spielklasse. Bei rund 200 Betrieben habe ich Werbung für jeweils 5'000 Franken verkauft, und so konnte Bernhard Burgener dem Club rund eine Million Franken übergeben, damals eine enorme Summe, und der Club konnte überleben. Als dann René C.

Jäggi Präsident wurde, bekam der FCB die professionellen Strukturen, die man heute kennt.

Der Geschäftsführer: Wie sehen die Gegenleistungen aus, die der FCB seinen Kunden anbietet?

Karl Odermatt: Machen wir ein Beispiel: Ich verkaufe der Firma X eine Lounge. Einerseits kann sie so ihre Kunden oder Geschäftspartner einladen und mit ihnen Kontakte pflegen, andererseits kommt man natürlich während der Spiele auch zwangsläufig ins Gespräch mit den anderen Lounge-Besitzern und ihren Kunden und Partnern, und daraus ergeben sich wiederum nützliche Kontakte. Sie sehen, schneller und einfacher trifft man kaum wichtige Leute, und das ist für eine Firma von unschätzbarem Vorteil. Weiter ist, was die Fernsehwerbung anbelangt, der FCB die Nummer-1 in der Schweiz. Mit den von der SRG eruierten Zahlen können wir so den Kunden unschlagbare Argumente liefern, wenn sie zum Beispiel Bandenwerbung platzieren wollen.

Der Geschäftsführer: Und wenn es dem FCB, wie jetzt gerade, sportlich nicht so rund läuft?

Karl Odermatt: Die Zahlen belegen es: Der FCB ist immer noch die Nummer-1. Sport ist eben nicht kalkulierbar, dennoch bietet der FCB im St. Jakobspark immer noch ein Spektakel, das unsere Kunden überzeugt. Und im Marketing- und Sponsoringbereich arbeiten wir momentan nicht schlechter, als wir noch Meister waren.

Der Geschäftsführer: Sind Sie ein Verkaufstalant?

Karl Odermatt: Ich hatte schon immer das Ta-

lent zum Verkaufen. Ich kann gut auf die Kunden zugehen, und nach einem Abschluss hört bei mir das Geschäft nicht auf, ich bleibe in Kontakt mit den Kunden und betreue ihn weiter. Dazu kommt natürlich, dass ich ein exzellentes Produkt mitvermarkten darf, dass alle, vom Arbeiter bis zum Direktor oder Regierungsrat, kennen und sich damit identifizieren. Für mich ist es ein einmaliges Privileg, dass ich aus meinem Sport einen Beruf machen durfte. Ich bin deswegen dem FC Basel dankbar und kann ihm auch etwas zurückgeben. Ausserdem (lacht) ist die Konstellation FC Basel □ Karli Odermatt ideal für beide!

Der Geschäftsführer: Was hat Ihnen der Sport für Ihre menschliche und berufliche Entwicklung gegeben?

Karl Odermatt: Der Sport hat mir alles gebracht, und ich habe enorm davon profitiert. Ich habe gelernt, zu gewinnen und zu verlieren, zu kämpfen oder auf die anderen einzugehen, aber mich auch durchzusetzen. Es ist kein Zufall, dass ich eigentlich in allen Teams, in denen ich seit meiner Juniorenzeit gespielt habe, Kapitän war. In dieser Funktion habe ich auch gelernt, die Sache in den Vordergrund zu stellen und Bindeglied zwischen Team und Trainer oder Vorstand zu sein. Früher war ich eher ein Hitzkopf, dies hat sich aber gelegt. Als Gerechtigkeitsfanatiker gerate ich immer noch in Wallung, wenn ich Unrecht sehe. Aber man wird mit dem Alter schon ruhiger und diplomatischer. Man hat mir auch schon politische Ämter angetragen, ich bin ja seit 40 Jahren FDP-Mitglied, aber ich denke «Schuster bleib bei deinen Leisten». Meine Partei unterstütze ich natürlich, wo ich kann, aber ich schätze auch meine persönliche Unabhängigkeit.

GLATT & VETTIGER AC
 T E P P I C H E + B O D E N B E L Ä G E
 P A R K E T T + V O R H Ä N G E

Das Fachgeschäft Ihres Vertrauens
 Über 30 Jahre Berufserfahrung

Flexible Dienstleistungen, seriöse Planung, ganzheitliche Beratung

Telefon 061 921 94 37 · Telefax 061 921 95 92 · info@glatt-vettiger.ch · www.glatt-vettiger.ch

Der Geschäftsführer: Wenn man so populär wie Sie ist, gibt es da nicht auch viele «Schulterklopper»?

Karl Odermatt: Ja, leider, aber heute weiss ich, wer meine richtigen Freunde sind. Früher habe ich diesbezüglich sicher einige Fehler gemacht, bin gewissen Leuten auf den Leim gekrochen und habe auch viel Geld dabei verloren. Vielen grossen Sportlern ist das passiert, Cruyff, Eusebio, Rummenigge, Borg, aber wer aus seinen Fehlern lernt und sie nicht mehr wiederholt, der hat etwas aus sich gemacht. Und ich hatte das Glück, und eben die richtigen Freunde, um jeweils den Rank noch rechtzeitig zu finden. Man darf nicht vergessen, mein Vater hatte damals früh die Familie verlassen und ich musste als junger Mensch alles selbst lernen. Das soll keine Entschuldigung sein, aber eine Erklärung dafür, dass einem nicht alles in die Wiege gelegt wird. Schlussendlich habe ich aber auch aus diesen Erfahrungen gelernt.

Der Geschäftsführer: Ihr grosses Hobby ist der Wein?

Karl Odermatt: Das stimmt. Guter Wein ist schon lange eine richtige Leidenschaft von mir. Vor allem mit Freunden liebe ich es, Wein zu degustieren. Vor drei Jahren habe ich sogar in Maisprach einen Rebberg von ca. 900m² kaufen können. 2006 konnte ich meine ersten 700 Flaschen Rotwein abfüllen. Den Wein habe ich «Chiara» genannt, nach der Frau des Vorbesitzers des Rebbergs. Es ist ein typischer Sommerwein, den ich kühl wie einen Weisswein serviere. Ich bin total stolz darauf, denn von allen Seiten bekomme ich Komplimente dafür, jedenfalls habe ich nur noch ein paar Flaschen übrig. Sonst ist aber mein Weinkeller gut bestückt. Und jetzt im Winter mag ich vor allem eher schwerere Weine, wie einen Barolo oder einen Barbaresco.

Der Geschäftsführer: Wann ziehen Sie sich aus dem Berufsleben zurück?

Karl Odermatt: Ende Jahr werde ich ja 65, aber Gigi Oeri hat mir verboten, mich pensionieren zu lassen (lacht). Auf alle Fälle war das ein grosses Kompliment für mich und meine Arbeit, und ich bin ja voller Energie und kaum zu bremsen!



Der erfolgreiche Baselbieter Unternehmer Bernhard Burgener (50), CEO der Highlight Communications AG, ist unter anderem im Filmbereich tätig, so hat er zusammen mit der FCB-Präsidentin Gigi Oeri für seine Tochtergesellschaft Constantin Film AG «Das Parfüm» den teuersten deutschen Film aller Zeiten mitfinanziert. Burgeners Highlight-Gruppe vermarktet aber auch zum Beispiel die Fussball-Champions-League. Bernhard Burgener hat als FCB-Vorstand, damals unter der Ägide von Präsident Peter Epting, Karl Odermatts Verkaufstalent erkannt und dessen Popularität für den FC Basel quasi «geäuft».

Der Geschäftsführer: Wie beurteilen Sie den Menschen Karli Odermatt?

Bernhard Burgener: Karli ist ein Macher, ein Kämpfer und ein unglaublicher Kontakter.

Der Geschäftsführer: Wie charakterisieren Sie den «Freund» Karli Odermatt?

Bernhard Burgener: Was viele nicht wissen, Karli ist auch ein Familienmensch, ein exzellenter Gastgeber, Koch und Connoisseur. Wir verbringen oft Zeit gemeinsam mit unseren Familien zusammen. Ob in den Ferien, am Wochenende – das Zusammensein mit Karli macht immer Spass und ist immer entspannend. Wo Karli ist, da wird auch viel gelacht.

Der Geschäftsführer: Wie erklären Sie sich die unglaubliche Popularität von Karli Odermatt?

Bernhard Burgener: Seine sportlichen Erfolge - fünffacher Schweizer Meister mit dem FC Basel, neun Mal im Cupfinal, 50 Spiele als Kapitän der Schweizer Nationalmannschaft - sind einzigartig im Schweizer Fussball. Und durch seine offene und ehrliche Art findet er schnell Zugang zu Menschen aller Schattierungen. Karli ist auch heute noch sehr aktiv, er pflegt seine Kontakte und schafft auch laufend neue. Wer ihn kennt, schätzt ihn. Als Freund darf ich sagen: Schön, dass es Dich gibt, Karli.

Feinste Basler Lækkerli und viele weitere süsse Köstlichkeiten

auch in der RailCity am Bahnhof Basel SBB auf der Passerelle
Öffnungszeiten: Mo-Fr 7.30 - 21 Uhr, Sa 8 - 20 Uhr, So 9 - 20 Uhr



blume 3000 *alles frisch

WIR SIND TÄGLICH FÜR SIE DA!

RailCity Basel
4053 Basel
Telefon 061 363 00 13
Fax 061 363 00 14
Mo-Fr 07.30-21.00 Uhr
Sa 07.30-20.00 Uhr
So 08.00-20.00 Uhr

***alles frisch**

Fusszeile Rest. Carmen

POWERVOLLE EVENTS

Planung-Organisation-Durchführung für Firmen, Vereine und Privatpersonen

Grosse Reportage über **DOPES** in der 3. Ausgabe 2007

Fon.: +41 (0) 61 463 14 46
info@dopes.ch • www.dopes.ch

DOPES EVENT WORLD 7

FESTIVITÄTEN POLARSPORT GEBIRGE OFFROAD/QUAD TRIKES BOB-TAXI-EVENT FORMEL FORD WASSERSPORT

Das familiengeführte 4-Stern-Haus am Bahnhof SBB heisst Sie willkommen.

HOTEL ST. GOTTHARD

Familie A. Geyer-Arel · Centralbahnstrasse 13 · CH-4002 Basel · Telefon +41(0)61 225 13 13 · Fax +41(0)61 225 13 14 · reception@st-gotthard.ch · www.st-gotthard.ch