



Wir für die Löwen!

Strategiepapier



MATCH-PLAN FÜR DEN PROFIFUSSBALL BEI 1860

ZUKUNFT. FAMILIE. PROFESSIONALITÄT.



Ergebnisse BÜNDNIS ZUKUNFT 1860

Donnerstag, 18. April 2024

Dafür stehen wir: **ZUKUNFT. FAMILIE. PROFESSIONALITÄT.**

- 1. Eine klare Strategie für den sportlichen Erfolg des Profifußballs bei 1860**
- 2. Professionalität auf allen Ebenen**
- 3. Ein faires Miteinander zwischen Verein und Investor**
- 4. Eine zukunftsfähige Infrastruktur für Verein und KGaA**
- 5. 1860 als Heimat des ehrlichen Fußballs**

Profifußball beim TSV 1860 München am Scheideweg

Der TSV 1860 München ist einer der profiliertesten, bekanntesten und beliebtesten Profifußballvereine in Deutschland. Bis heute schafft es 1860, viele Fußballfans, Sympathisanten und Unterstützer nicht nur in München und der Region, sondern in ganz Deutschland zu emotionalisieren, für sich einzunehmen und eine 1860-Familie daraus zu machen. Der Grund dafür liegt vor allem im sportlichen Erfolg der Vergangenheit. Aber die Löwen werden auch wohltuend unterschieden von all dem kommerzialisierten Fußball in Europa und zunehmend auch in Deutschland. Der Traum der Anhänger wird verkörpert durch das Bild des leidenschaftlichen und begeisternden Fußballs, der die Zeiten überlebt und der vorrangig für die Fans gespielt wird. „Wir sind der Verein“ drückt diesen Traum deutlich aus. Die Spielstätte im Stadion an der Grünwalder Straße, im Herzen Giesings, ist für diese Ideale der perfekte Ort.

Diese besondere Ausgangssituation wird allerdings durch die sportliche und wirtschaftliche Entwicklung der letzten Jahrzehnte stark negativ beeinflusst. Anstelle eines füreinander einstehenden Rudels, einer wertschätzenden Teamarbeit ist das Bild des Vereins sehr geprägt durch jahrelange öffentlich ausgetragene Streitigkeiten der verantwortlichen Akteure. Es gibt aktuell kein gemeinsames Wirken (kein „geschlossenes Rudel“), kein Engagement, um die vielen Herausforderungen gemeinsam zu lösen. Vielmehr ist der Verein innerlich zerrissen. Strategisch und unternehmerisch fehlt dem Profifußball von 1860 seit längerer Zeit die Kraft und die Konzentration, um die notwendige Professionalität zeigen und weiterentwickeln zu



können. Ständige Personalwechsel an nahezu allen entscheidenden Stellen verhindern durchgängige Strategien sowohl für den Sport als auch für die unternehmerische Entwicklung der KGaA. Dies wirkt sich auch auf die sportlichen Erfolge aus.

Professionelles Handeln und professionelle Strukturen sind jedoch sowohl in der Geschäftsstelle als auch bei den Gesellschaftern der KGaA unabdingbar. Und ein vertrauensvolles Miteinander mit Partnern (z. B. den Unternehmern für Sechzig e.V., der Stadt München, den beiden Gesellschaftern und auch innerhalb der Fanszene) kann nur durch Kontinuität entstehen.

Relevant sind

- ein überzeugendes, nachhaltiges Konzept
- ein attraktiver und zeitgemäßer Spielort mit entsprechender Infrastruktur
- solide finanzielle und personelle Strukturen
- eine erfolgreiche Nachwuchsarbeit
- eine starke Marke und Vision für den Verein
- Im harten Wettbewerb kann nur bestehen, wer in allen Bereichen hoch professionell aufgestellt ist. Da gilt es unverzüglich anzusetzen, denn es braucht Verbesserungen in allen wesentlichen Bereichen und viele grundlegende Veränderungen in der Ausrichtung und Umsetzung des Profifußballs bei 1860.

Die KGaA ist eine Fußballfirma, die von zwei Gesellschaftern getragen wird. Zu berücksichtigen sind dabei die Vorgaben des DFB, siehe die 50+1-Regel. Das ist die Realität. Die Idee mancher, den Mitgesellschafter durch eine Insolvenz „loszuwerden“, ist keine reale Option. Das Bündnis steht zu den regulatorischen Vorgaben, die den Fußball als Kulturgut erhalten und dennoch ein wirtschaftlich sinnvolles Handeln ermöglichen können. 50+1 ist kein Hindernis, mit Investoren zusammenzuarbeiten. Die Verantwortlichen des Vereins und des Investors haben seit sieben Jahren kein gemeinsames Gespräch geführt. Hinweis: Bündnisvertreter haben mit den relevanten Gremien persönlich gesprochen, Gespräche sind also möglich.

An einer Zukunftsstrategie für die Entwicklung des Fußballs wurde bisher weder von den Gesellschaftern einzeln noch gemeinsam gearbeitet. Ein Vertrauensverhältnis zwischen den handelnden Personen konnte in den vergangenen Jahren nicht wiederhergestellt werden. Es braucht auch hier einen Neuanfang und die Basis für eine vertrauensvolle Zusammenarbeit.

Die Entscheidung, ob der TSV 1860 München zum Exponat für ein Museum, zum Erinnerungsstück des deutschen Fußballs wird, ob die Tradition und die Potenziale der Regionalität neue Kraft zur Zukunftssicherung entfalten können, ob die Kameradschaft auf allen Ebenen wieder Sinnbild für Zusammenarbeit wird, über all das entscheiden die Mitglieder des Vereins.



Wir wollen unseren Beitrag zur Zukunftssicherung des TSV 1860 München leisten und sehen folgende entscheidende Erfolgsfaktoren:

1. Ein überzeugendes, nachhaltiges sportliches Konzept

- Nachwuchsleistungszentrum (NLZ), das eigenständig, wirtschaftlich eigenverantwortlich Teil des e. V. und der KGaA ist
- Professionelle Infrastruktur für Training und bei Scouting

2. Eine stabile wirtschaftliche Basis

- Stadion
- Sponsorenkreis
- Investitionsbereitschaft

3. Eine emotionale, wirkungsvolle und verbindende Story

- Eine starke Marke, die für Geschichte, Herkunft und Zukunft steht

4. Eine klare und geschlossene Gesellschafterstruktur mit eindeutigen Verantwortlichkeiten

- Gemeinsame, von allen Gesellschaftern getragene Strategie und Entscheidungsstrukturen

Dabei akzeptiert das Bündnis die Realitäten, in denen sich der Profifußball des TSV 1860 München befindet. Dazu gehören sowohl die heutige Gesellschafterstruktur als auch die 50+1-Regel. Erkennt man an, dass sich an den Realitäten auf absehbare Zeit fundamental nichts ändern wird, wird offensichtlich, dass nachhaltiger Erfolg nur durch eine Zusammenarbeit der Gesellschafter auf Augenhöhe zu erreichen ist. Dies setzt voraus, dass der eingetragene Verein (e. V.) und die weiter beteiligten Investoren eine gemeinsame Strategie definieren, sich einig über die Umsetzung sind und eine stabile Basis für eine gemeinsame und regelmäßige Kommunikation definiert haben. „Freiheit für Sechzig“ bedeutet für uns: Freiheit **zur** Kooperation, nicht Freiheit **von** Kooperation.

Das Bündnis will dazu beitragen, dass der TSV 1860 München an seine große Vergangenheit anknüpfen und die Zukunft positiv gestalten kann. Seit Arbeitsbeginn des Bündnisses im Dezember 2023 haben Gespräche mit den wesentlichen Gremien und Gesellschaftern der KGaA stattgefunden. Hinzugezogen wurden ausgewiesene Experten, die wesentliches Know-how eingebracht haben.



1. Ziele für die Entwicklung des Profifußballs des TSV 1860 München

Das Bündnis hat sich vorgenommen, in allen relevanten Bereichen konkrete Ideen zu entwickeln und so Impulse zu geben, um damit die notwendige Basis für den nachhaltigen Erfolg des professionellen Fußballs des TSV 1860 München zu schaffen. 1860 soll wieder eine bedeutende Rolle im deutschen Profifußball einnehmen. Mittelfristig soll der Verein die Möglichkeit erhalten, sich in der 2. Bundesliga zu etablieren, immer auch verbunden mit einer Perspektive für die 1. Bundesliga.

Dafür braucht es einen sportlichen und wirtschaftlichen Masterplan, der einen Aufstieg in die 2. Bundesliga in den nächsten zwei bis drei Jahren ermöglicht und dem Verein mindestens die Perspektive eröffnet, innerhalb von fünf bis sieben Jahren in die 1. Bundesliga aufzusteigen. Darüber hinaus soll die sportliche und wirtschaftliche Grundlage dafür geschaffen werden, dass der Verein sich dauerhaft und erfolgreich im Profifußball halten kann.

Dies umfasst das Entwickeln und Verabschieden eines schlüssigen und von allen relevanten Stakeholdern getragenen sportlichen Konzeptes. Der gesamte Verein und seine Stakeholder müssen ihre Kräfte bündeln, für dieses Konzept einstehen sowie die notwendigen Ressourcen zur Verfügung stellen bzw. die notwendigen Maßnahmen konsequent umsetzen. Daraus leiten sich eine Vielzahl wirtschaftlicher, infrastruktureller, personeller und kommunikativer Weichenstellungen ab, die ebenfalls mit allen relevanten Anspruchsgruppen abgestimmt werden müssen.

Insbesondere muss festgelegt werden, wie sportliche Entscheidungen in Zukunft vorbereitet, besprochen, verabschiedet und kommuniziert werden. Durch diese Transparenz entsteht ein viel größeres Verständnis und – wenn sich die Beteiligten an diese Regeln halten – die Basis für eine vertrauensvolle Zusammenarbeit. Daher empfiehlt es sich, für diese Prozesse gemeinsame schriftliche Regeln zu erstellen, um ein Höchstmaß an Verbindlichkeit zu erzielen.

Ebenfalls ist zu berücksichtigen, dass es Verzögerungen und Rückschläge bei der Entwicklung geben kann/wird. Je offener besprochen wird, wie mit solchen Planabweichungen umgegangen wird und welche Gegenmaßnahmen ergriffen werden, desto größer werden Erfolgsaussichten und Akzeptanz.

Überdies hält es das Bündnis für zielführend, die bereits sehr erfolgreich gestarteten Initiativen zur Etablierung des Frauenfußballs zu unterstützen und auch hierfür strategische Ziele zu formulieren.



Wir für die Löwen!

2. Stadion und Infrastruktur – die Lösung durch drei Standorte!

Die Spielstätte ist ein entscheidender Wettbewerbsfaktor für jeden Profifußballverein. Zugleich ist das Stadion aber auch die Begegnungsfläche, die der Identifikation aller Fans ein Zuhause gibt.

- **Standort 1:** Trainingsgelände an der Grünwalder Straße 114
- **Standort 2:** Stadion an der Grünwalder Straße
- **Standort 3:** Neubau eines Stadions mit angemessenen Trainingsmöglichkeiten für die Profimannschaft mit Fokus auf den Standort RIEM

Die stadiongeborenen Rechte (Ticketverkäufe, VIP- und Hospitality-Angebote, Logen, Namensrecht, Werbeflächen, Catering, ggf. Drittveranstaltungen) tragen maßgeblich zu den Einnahmen eines Fußballvereins bei. Insbesondere da sie, anders als die zentral vermarkteten Medienrechte, durch das Management direkt beeinflussbar sind, auch wenn sie indirekt und nachhaltig auch vom sportlichen Erfolg abhängen.

Überdies hat sich die KGaA bei Ausgründung verpflichtet, eine Turnhalle zu errichten, die den Abteilungen des e.V. zur Verfügung gestellt werden wird. Dieses Projekt konnte bisher noch nicht umgesetzt werden. Wir schlagen vor, dass dieses offene und für den Verein wichtige Thema in der Ausschreibung zur Verbesserung der Infrastruktur berücksichtigt wird. Wir halten es für sinnvoll, sowohl den Bau eines neuen Stadions als auch den Bau einer angemessenen Sporthalle auf Basis einer ähnlichen oder gemeinsamen Projektstruktur anzugehen. Im Ergebnis könnte damit die folgende, bildhaft dargestellte Struktur um den Betrieb einer Turnhalle erweitert werden. Die Nutzung einer am Standort der GW114 erbauten Halle wird sowohl für den Verein als auch die KGaA in entsprechenden Nutzungsverträgen geregelt. Konkret empfehlen wir die Projektleitung über die KGaA anzugehen.

Daher sind der Bau oder Umbau eines Stadions und die damit entstehenden Vermarktungsmöglichkeiten zentrale Weichenstellungen für 1860 München. Dabei gilt es, über eine Vielzahl von Einzelthemen zu entscheiden und Rahmenbedingungen zu berücksichtigen. Exemplarisch seien hier genannt:

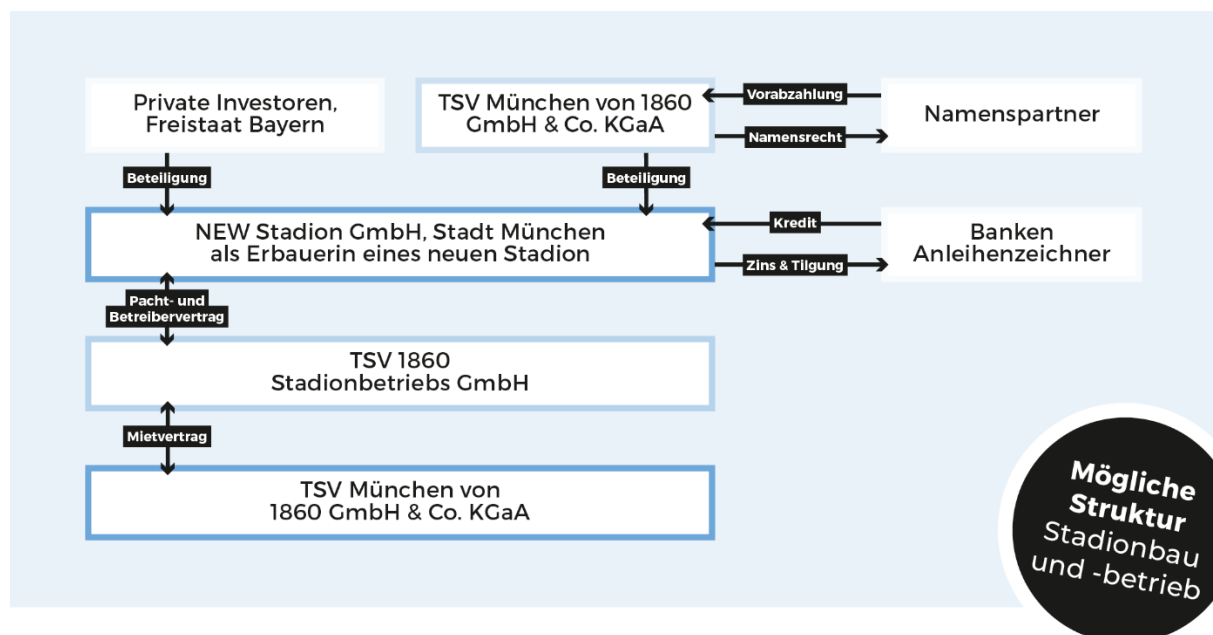
1. Zuschauerkapazität
2. Behindertengerecht ausgerichtete Zuschauerplätze
3. VIP-Bereiche
4. Anzahl und Lage der Logen
5. Namensrecht

6. Digitale Angebote
7. Hospitality und Public Catering
8. Beteiligung des Vereins
9. Langfristige Nutzungsvereinbarung
10. Einbindung von Investoren und der öffentlichen Hand
11. Trainingsinfrastruktur

Bereits realisierte Stadionprojekte zeigen überwiegend eine deutliche Steigerung der Einnahmen eines Vereins und damit verbunden eine Verbesserung der Chancen auf sportlichen Erfolg.

Darüber hinaus ist bereits in der Projektphase mit positiven Effekten zu rechnen. Zum einen ergeben sich durch Planung und Bau neue Sponsoringkategorien. Auch das Interesse baunaher Unternehmen, Partnerschaften einzugehen, ergibt sich durch anstehende Vergaben von Aufträgen. Zum anderen entstehen eine Aufbruchstimmung und jede Menge Anlässe, positive Themen zu kommunizieren. Diese Effekte steigern sich mit Baufortschritt sogar noch.

Analog der klassischen Struktur, in der ein Stadion errichtet und betrieben wird, kann die Gesellschaftsstruktur in der Stadionfrage wie folgt aussehen:



Mögliche Struktur Stadionbau und -betrieb



Die aktuelle Situation der Spielstätte des TSV 1860 München lässt sich wie folgt zusammenfassen:

Das Städtische Stadion an der Grünwalder Straße ist nicht nur Spielstätte, sondern auch Sehnsuchtsort vieler Fans und Wahrzeichen eines Stadtteils. Nach dem Doppelabstieg 2017 und dem Auszug aus der für 1860 ruinösen Allianz Arena war der Umzug in die „alte Heimat“ nicht nur emotional die Rettung für den Verein. Für einen Spielbetrieb in höheren Ligen ist das Stadion in seinem derzeitigen Zustand jedoch nicht geeignet. Dies liegt vor allem an der geringen Zuschauerkapazität (insbesondere Sitzplätze), den fehlenden Hospitality-Bereichen und der fehlenden Überdachung der West- und Ostkurve.

Das Grünwalder Stadion hat derzeit eine Zuschauerkapazität von 15.000. Ein vom Münchner Stadtrat beschlossener Ausbau mit einer Kapazitätserweiterung auf 18.105 Zuschauer stellt laut Stadt die maximal mögliche Erweiterung dar. Das Stadion wäre nach diesem 77 Mio. Euro teuren Umbau zweitligatauglich. Am Kosten-Nutzen-Verhältnis bestehen Zweifel, zumal eine Kapazitätserhöhung auf knapp 17.000 Zuschauer wohl auch ohne Umbau möglich wäre.

Es braucht in Sachen Stadionfrage dringend eine bessere und verbindlichere Kommunikation zwischen 1860 und der Stadt München sowie den echten politischen Willen zu einer tragfähigen Lösung. 1860 muss hier mit einer Stimme sprechen. Die Gründung einer städtischen Stadion-GmbH könnte für professionellere Strukturen aufseiten der Stadt sorgen und dazu beitragen, dass Vermarktungsmöglichkeiten (z. B. Namensrechte) besser genutzt oder alternativ an 1860 abgetreten werden.

Für das Bündnis Zukunft ist das Grünwalder Stadion als emotionale Heimat der Löwen Ausgangspunkt aller Überlegungen. Zur Klärung der Stadionfrage empfehlen wir eine professionelle Ausschreibung unter Experten und unter Leitung der KGaA mit folgender Zielsetzung:

1. Prüfen des Ausbaus des Grünwalder Stadions auf mind. 25.000 Zuschauer inkl. zusätzlicher Trainingskapazitäten
2. Alternativ: Planen eines neuen Stadions mit mindestens 30.000 Zuschauern Kapazität sowie zusätzlichen Trainingskapazitäten verbunden mit einer Zwei-Standorte-Lösung

Das dafür eingesetzte Projektteam unter Leitung der KGaA muss mit entsprechenden finanziellen Mitteln ausgestattet werden. Hierfür empfiehlt das Bündnis dem Investor HAM eine Investitionssumme i. H. v. 250.000 Euro. Zentrale Elemente der Ausschreibung sind Architektur, Infrastruktur, Finanzierung sowie rechtliche Rahmenbedingungen.

Falls ein Ausbau des Grünwalder Stadions auf mindestens 25.000 Zuschauer nicht realisierbar ist und die teuren Umbaupläne der Stadt aufgrund der geringen Kapazität als unwirtschaftlich bewertet werden, sollte das Grünwalder Stadion zumindest übergangsweise durch kostengünstigere bauliche Lösungen (z. B. ein Containerbau als VIP-Logen über der



Osttribüne, im Fall eines Aufstiegs in die 2. Liga auch eine Überdachung der Westkurve) ertüchtigt werden. Die Stadt muss ersucht werden, eine Ausschöpfung der theoretischen Baukapazität (laut Machbarkeitsstudie von Albert Speer & Partner 16.599) zu genehmigen. Zusätzlich eruieren wir die Möglichkeit eines virtuellen Stadionbesuchs durch Live-Event-Virtualisierung (LEV) – 1860 könnte hier bundesweit zum Pionier werden.

Diese Entscheidung muss innerhalb der ersten sechs bis neun Monate nach der finalen Bewertung der Ausschreibung herbeigeführt werden.

Langfristig braucht der TSV 1860 München im Fall, dass sich am Standort Giesing keine wirtschaftlich tragfähige Lösung realisieren lässt, ein neues Stadion, um wieder höherklassig zu spielen. Ein Neubau an anderer Stelle muss aber unbedingt in Verbindung mit einem klaren Konzept zur Nutzung der Heimat der Löwen – also des Grünwalder Stadions – gedacht werden. Die Vision einer solchen Drei-Standorte-Lösung umfasst ein neues Stadion für ca. 30.000 Zuschauer, verbunden mit professionellen Trainingsplätzen. Das Grünwalder Stadion in Giesing wird seine Rolle als Heimspielstätte für die Frauen-, U19- und U21-Mannschaften behalten. Darüber hinaus sollen das Grünwalder Stadion sowie die Alm bei Auswärtsspielen oder bei Turnieren wie EM, WM oder DFB-Pokal für eventorientiertes Public Viewing genutzt werden. Der Standort Giesing wird auf diese Weise durch Veranstaltungen und Kooperationen mit der ansässigen Gastronomie weiter gestärkt und eine lebendige Fußballkultur in Giesing aufrechterhalten. Der dritte Standort ist das Trainingsgelände des TSV 1860 München an der Grünwalder Straße 114. Die Kapazitäten dort sind heute schon völlig ungenügend.

Zusammenfassend sind im Hinblick auf die Stadionfrage folgende Maßnahmen umzusetzen:

1. Einsetzung eines Projektteams unter Leitung der KGaA zum Erarbeiten einer Ausschreibung zur Prüfung der Zukunftsfähigkeit des Grünwalder Stadions inkl. einer alternativen Drei-Standorte-Lösung.
2. Erarbeiten eines inhaltlichen Lastenheftes, um die abgestimmten Anforderungen an die zukünftigen Spiel- und Trainingsstätten des Vereins schriftlich in einer Form festzuhalten, die zum einen verbindlich ist und zum anderen später als Basis für die bauliche Ausschreibung dienen kann. Dies erfolgt durch eine Kooperation von Verantwortlichen des Vereins, Vertretern der wichtigsten Stakeholder und unter Hinzuziehung von Fachleuten.
3. Führen von Gesprächen mit der Stadt München, um dieser die Ergebnisse vor Veröffentlichung vorzustellen. Parallel dazu muss ein Kommunikationskonzept erstellt und umgesetzt werden, um die öffentliche Meinung im Sinne der Sache zu beeinflussen.



Strategischer Fokus:

Das Bündnis ist davon überzeugt, dass der Verein für die weitere Entwicklung unbedingt weitere Trainingsflächen und eine bessere Infrastruktur benötigt. Dies wird nur möglich sein, wenn ein neues Stadion gemeinsam mit der Stadt und dem Freistaat gebaut wird. Die heutigen Trainingsflächen in der Grünwalder Straße 114 müssen vollständig dem Nachwuchs sowie den sich weiterentwickelnden Frauenmannschaften zur Verfügung stehen. Für Training, Fitness und als Heimat für den Profibereich muss das neue Stadion dienen.

Die Idee ist aber, ein neues Stadion nicht nur für den Fußball zu bauen, sondern gemeinsam mit den führenden Unternehmen, geeigneten Universitäten Münchens und der öffentlichen Hand ein Projekt anzusetzen, welches als Zentrum für Sport, Medizin und Technologie dienen kann. Eine gemeinsame Initiative, die über den Fußball hinausgeht und die Innovationsbereitschaft Bayerns, der Stadt München und der Unternehmen in der Region Oberbayern zum Ausdruck bringt. Die Heimat der Löwen behält die Kraft der eigenen Werte und bleibt sich in ihrer Tradition treu. Das GWS bleibt der Ursprung und die Heimspielstätte für den Nachwuchs und die Frauen. Der Bau einer Turnhalle durch die KGaA, ggf. gemeinsam mit der öffentlichen Hand, erweitert die dringend erforderlichen Trainingskapazitäten sowohl für den Verein als auch für das NLZ.



3. Finanzen und Gesellschafterstrukturen

Die wirtschaftliche Entwicklung der Bundesliga zeigt nach dem Ende der Corona-Pandemie deutliche Anzeichen einer Erholung und übertrifft mittlerweile das Niveau der Saison 2018/19, der letzten vollständigen Saison vor Corona, wieder deutlich. Sämtliche Einnahmekategorien konnten signifikant erhöht werden.

Der DFL-Wirtschaftsreport 2024 verzeichnet für die Saison 2022/23 einen Rekordumsatz von 5,24 Mrd. Euro für die 36 Klubs der 1. und 2. Bundesliga, was einer Steigerung von 9,2 Prozent entspricht. Auf die 2. Bundesliga entfielen davon 790 Mio. Euro und damit im Schnitt 44 Mio. Euro pro Klub. Auch diese Zahl verdeutlicht, wie sehr der (nachhaltige) Aufstieg in die 2. Bundesliga die wirtschaftliche Situation von 1860 München verbessern würde.

Insgesamt kann man von einer vollständigen Erholung der Ertragskraft der Bundesliga sprechen – sogar über dem vorpandemischen Niveau. Für die weitere Entwicklung wird maßgeblich sein, wie sich die nationalen und internationalen Medienerlöse zukünftig entwickeln. Die anstehende Medienausschreibung, die voraussichtlich im Juni 2024 die Rechte für den Zeitraum der Saisons 2025/26 bis 2028/29 vergeben wird, und die weitere Entwicklung der Auslandsvermarktung der Bundesliga werden dafür richtungsweisend sein.

Gleichzeitig steht die DFL nach dem (erneut) abgesagten Investorenprozess und vor dem Hintergrund der anhaltenden Abstimmung mit dem Bundeskartellamt zur Rechtsgültigkeit der Ausnahmen von 50+1 vor großen Herausforderungen und vor einem intensiven Diskussionsprozess zur zukünftigen Ausrichtung des bezahlten Fußballs in Deutschland.

Wie stellt sich vor diesem Hintergrund die aktuelle wirtschaftliche Situation von 1860 München dar und welche Möglichkeiten der erforderlichen Kapitalbeschaffung gibt es?

Die Gesellschaft ist zum Bilanzstichtag (30. Juni 2022) mit 21.067.000 Euro bilanziell überschuldet. Eine positive Fortführungsprognose ist erforderlich, d. h., die nächsten beiden Geschäftsjahre müssen durchfinanziert sein. Um in die 2. Liga aufzusteigen und Mehreinnahmen zu erzielen, müssen Eigenmittel bereitgestellt werden. Die Aufnahme neuen Kapitals erfordert die Einigkeit der Gesellschafter über die zukünftige Ausrichtung, eine Zustimmung von 75 Prozent in einer Mitgliederversammlung und die Beseitigung der bilanziellen Überschuldung, insbesondere durch Umwandlung von Darlehen in Eigenkapital. Zur Kapitalbeschaffung stehen mehrere Möglichkeiten zur Verfügung:

- Eine Kapitalerhöhung entsprechend den bisherigen Anteilen der Gesellschafter ohne Veränderung der Beteiligungsquoten.
- Eine Kapitalerhöhung durch den Gesellschafter HAM, die zu einer Reduzierung des Anteils des e. V. führen würde.



Wir für die Löwen!

- Die Aufnahme eines dritten Gesellschafters, die entweder zu einer Reduzierung der Anteile der bestehenden Gesellschafter oder gemeinsam mit HAM zu einer Reduzierung des Gesellschaftsanteils des e. V. führen könnte. Diese Variante führt nicht zwingend zu höherem Kapital in der KGaA.

Zur Realität gehört auch, dass Profifußball zwingend professionelle Strukturen benötigt. Es braucht aber eben auch auskömmliche wirtschaftliche Mittel, um in einem extremen Wettbewerb mithalten zu können. Ohne Sponsoren oder Investoren ist eine Wettbewerbsfähigkeit nicht mehr möglich. So hält zum Beispiel der eingetragene Verein von Borussia Dortmund nur noch 4,6 Prozent an der Profifußball-KGaA. Die Zusammenarbeit mit Investoren ist hier sehr gut organisiert.

Wir gehen davon aus, dass die KGaA des TSV 1860 zusätzliche Mittel von mindestens 10 Mio. Euro benötigt, um den Aufstieg in die 2. Bundesliga zu ermöglichen. Um dort zu bestehen, werden weitere 5 Mio. Euro benötigt.

Für die Kapitalbeschaffung gibt es verschiedene Möglichkeiten. So hat Werder Bremen eine Kapitalerhöhung von 38 Mio. Euro durch eine regionale Investorengruppe durchgeführt. Die Bewertungsbasis lag bei 211 Mio. Euro. Der FC St. Pauli plant, Eigenkapital über eine Genossenschaftsstruktur zu beschaffen, in die Fans eintreten und investieren können. Die SpVgg Unterhaching hat durch einen Börsengang 2,7 Mio. Euro bei einer Bewertung von ca. 30 Mio. Euro eingenommen. Die Pacific Media Group hat 9,9 Prozent der Anteile an der 1. FC Kaiserslautern GmbH & Co. KGaA für 3,0 Mio. Euro erworben, basierend auf einer Post-Money-Bewertung von ca. 30 Mio. Euro. Eine weitere Möglichkeit ist eine langfristige Fananleihe, die jedoch eher zur Finanzierung von Infrastrukturmaßnahmen eingesetzt werden sollte.

Jenseits anderer Optionen zur Kapitalbeschaffung besteht auch weiterhin die Option, dass der heutige Investor weiteres Kapital in Form von Genussscheinkapital zur Verfügung stellt. Diese Maßnahme hätte den Vorteil, dass sie am schnellsten umzusetzen ist. Sie setzt aber voraus, dass sich die Gesellschafter auf eine gemeinsame Strategie und ein gemeinsames Vorgehen einigen.

Folgende Schritte sind nach unserer Überzeugung kurzfristig anzugehen:

1. Beauftragen der Geschäftsführung mit der Erstellung eines belastbaren Businessplans für die nächsten fünf Jahre mit alternativen Szenarien, um den notwendigen Kapitalbedarf und die Kapitaldeckung fundiert zu ermitteln. Dabei gilt es, möglichst genug Puffer für Unvorhergesehenes einzuplanen, damit im Falle des Eintritts nicht optimaler Szenarien der grundsätzliche Plan weiterverfolgt werden kann.

2. Erstellen eines einheitlichen Marketing- und Vermarktungsplans für 1860. Dies beinhaltet die Entwicklung einer Markenplanung mit einer Saisonübersicht über die relevanten Markenaktivitäten und Veranstaltungen. Darüber hinaus muss eine klare, ganzheitliche Merchandising-Strategie zwischen allen Beteiligten definiert und abgestimmt werden, die die Kriterien Design, Qualität, Preis, Linien und Nachhaltigkeit sowie kreative Ideen aus dem e. V. und Fan-Umfeld berücksichtigt.
3. Abstimmen der Pläne zwischen den derzeitigen Gesellschaftern und verbindliches Festlegen als Basis für das zukünftige wirtschaftliche Handeln.
4. Starten von Verhandlungen mit dem Investor bzgl. Einlage von Genussscheinen zur weiteren Investitionsfähigkeit.
5. Starten von Verhandlungen zwischen beiden Gesellschaftern zur Durchführung einer echten Kapitalerhöhung, verbunden mit dem Ziel, eine Gruppe regionaler Investoren für eine Beteiligung an der KGaA zu gewinnen. Der Investor könnte in diesem Fall die von ihm gewährten Darlehen – nach einer Bewertung – einbringen, um eine Verwässerung seiner Anteile möglichst zu vermeiden. Die Anteile des e.V. könnten jedoch aufgrund der 50+1-Regel verwässert werden. Folgende Voraussetzungen können das verhindern:
 - a. Die Mitgliederversammlung muss einer Kapitalerhöhung mit mind. 75 Prozent der Stimmen zustimmen.
 - b. Der Investor muss einer Kapitalerhöhung zustimmen.
 - c. Es müssen zusätzliche Investoren gefunden werden.
 - d. Es besteht zwischen den Gesellschaftern Einigkeit über die Bewertung der Gesellschaft.

Strategischer Fokus:

Die wirtschaftliche Bewertung der KGaA wird aktuell, ohne Einblick in die Geschäftsbücher und ohne strategische Zukunftspläne, bei bestenfalls 10 Mio. Euro gesehen. Um dem Investor zu ermöglichen, die bereits getätigten Investitionen (auch Kredite und Nachrangdarlehen sind so zu betrachten) wieder auf den Nennwert zu heben, wird eine Bewertung der Gesellschaft von 100 Mio. Euro angestrebt. Dies ist allerdings im besten Fall in der 2. Bundesliga zu erreichen. Daher empfiehlt das Bündnis den Gesellschaftern unbedingt einen gemeinsamen strategischen Zukunftsplan mit dem Ziel zu erstellen, in den nächsten zwei bis drei Jahren in die 2. Bundesliga zurückzukehren. Das Bündnis empfiehlt weiterhin, die dafür benötigten Mittel von mindestens 15 Mio. Euro im Rahmen von Nachrangdarlehen durch den Investor einzubringen. Und auch hier bedarf es zwingend einer gemeinsamen strategischen Ausrichtung der Gesellschafter und eines nachhaltigen Vertrauensverhältnisses.



4. Jugend- und Nachwuchsförderung

Alles hängt mit allem zusammen, das gilt besonders für die Nachwuchsförderung des TSV 1860 München, die deutschlandweit einen sehr guten Ruf genießt. Ein starkes Nachwuchsleistungszentrum unterstützt die Markenbildung und Identifikation mit dem Verein. Zudem ist das NLZ durch die Zuführung junger talentierter Spieler in den Profibereich und das Generieren von Transfererlösen ein wichtiger Grundpfeiler. Die Arbeitsgruppe (AG) NLZ des TSV 1860 München hat sich intensiv mit der aktuellen Situation und den Perspektiven des NLZ auseinandergesetzt. Durch einen Austausch mit Vertretern der drei an der Profifußball-Abteilung beteiligten Parteien e. V., KGaA, HAM und externen Experten wurde eine umfassende Bestandsaufnahme durchgeführt.

Aktuell besteht eine große Abhängigkeit des NLZ von der ehrenamtlichen Unterstützung durch die Initiative Unternehmer für Sechzig (UF60). Die Unterstützung umfasst eine Vielzahl von Dienstleistungen, darunter Sanierungsarbeiten, Fahrdienste, Unterstützung bei Trainingslagern, Platzpflege und Weiteres. Dieses Engagement ist äußerst wertvoll und zeigt, welches Potenzial auch das NLZ hat. Ohne die UF60 wäre das NLZ heute kaum noch funktionsfähig. Dafür möchte das Bündnis den Unternehmern herzlich danken. Neben den UF60 wird eine professionelle und wirtschaftlich angemessene Unterstützung benötigt, sowohl finanziell als auch strukturell.

Das NLZ ist die geborene Verbindung zwischen dem e.V. und der KGaA. Aufgrund der völlig unzureichenden wirtschaftlichen Ausstattung der KGaA wird das NLZ jedoch nicht mit den Mitteln ausgestattet, die es benötigt, um die für die Zukunft entscheidende Rolle einzunehmen. Es braucht professionelle Strukturen, um einen nachhaltigen Fortbestand als vom DFB anerkanntes NLZ zu gewährleisten.

Das NLZ des TSV 1860 München birgt unzweifelhaft ein großes Vermarktungspotenzial. Zur Realisierung muss zum einen aus der entwickelten DNA und Vision und zum anderen mit Idolen und Vorbildern des Vereins, wie z. B. Lars und Sven Bender oder Kevin Volland, eine Story entwickelt werden. Diese Story sorgt bei Spielern, Trainern, Verantwortlichen und den Eltern für eine entscheidende Identifikation und Verwurzelung mit dem Verein und ermöglicht es, Geldgeber und Sponsoren für ein Engagement zu gewinnen. Dazu ist auch ein Ausbau der Social-Media-Aktivitäten und der Online- sowie Medienpräsenz des NLZ notwendig, damit die Vision in die junge Zielgruppe transportiert und wieder mehr Leuten die 1860-DNA nahegebracht werden kann. Im Bereich der Finanzierung ist auch der Ausbau bestehender Konzepte wie Spieler-, Trainer- oder Platz-Patenschaften geplant, um die Gelder bedarfsgerecht platzieren zu können.



Um eine erfolgreiche Zukunft des NLZ zu ermöglichen, ist die Schaffung sicherer finanzieller Strukturen und Konzepte für mindestens die nächsten drei bis fünf Jahre essenziell. Für die Ausschöpfung des Vermarktungspotenzials und die Umsetzung eines stabilen Finanzierungskonzepts schlägt das Bündnis eine Behandlung des NLZ als ein eigener, wirtschaftlich verantwortlicher Teilbereich mit klarer Ergebnisverantwortung vor. Dies bedeutet nicht eine eigenständige Gesellschaft, aber Eigenständigkeit bei Vermarktung, Generierung von Einnahmen (z. B. aus Sponsoring) sowie Ausgaben- und Ergebnisverantwortung. Das NLZ ist an jedem Erfolg angemessen zu beteiligen. Die KGaA sollte sich verpflichten, ausreichende wirtschaftliche Mittel für das NLZ zur Verfügung zu stellen. Zugleich wird eine durchgängige Philosophie für den Fußball benötigt, den der TSV 1860 München spielen möchte. Und das von der Jugendmannschaft bis in den Profikader. Dazu braucht es Nachhaltigkeit, insbesondere in der sportlichen Führung des Vereins. Sehr gute Beispiele dafür sind der SC Freiburg und der 1. FC Heidenheim. Dort verfolgen die sportliche Leitung und die Trainerteams eine einheitliche Philosophie. Die besteht auch dann, wenn Trainer wechseln. Die Philosophie, welcher Fußball gespielt werden soll, steht über dem jeweiligen Trainer.

Ein weiterer Schwerpunkt der AG NLZ ist die Verbesserung der Integration junger Talente in die Profimannschaft. Eine Möglichkeit ist das Schaffen eines 1860-Talentkaders, in dem die besten Spieler aller Jahrgänge nach dem Vorbild und unter der Aufsicht des Profitrainerteams spezielle Trainingseinheiten absolvieren.

Zudem ist der Ausbau der Kooperation mit Partnervereinen ein strategischer Ansatz, um die infrastrukturelle Situation kurzfristig zu verbessern und langfristig Trainer und Talente zu entwickeln. Die Mannschaften des NLZ könnten im Austausch gegen Trainerschulungen und Trainingscamps die Anlagen von Partnervereinen nutzen. Diese Partnerschaften bieten auch die Möglichkeit, durch Ticketvergaben und die Teilnahme von Vertretern des TSV 1860 an Vereinsveranstaltungen eine engere Bindung zu 1860 aufzubauen. Auch dafür ist die Entwicklung von Vision und DNA entscheidend.

Wir empfehlen das Internat des NLZ deutlich auszubauen und mit einem neuen Namen zu versehen: „Petar-Radenković-Fußballinternat“. Heute werden dort 15 Plätze angeboten. Das Ziel ist, in Kooperation mit der Stadt und regionalen Unternehmen deutlich mehr Internatsplätze anzubieten. Überdies wollen wir die UF60 und weitere Unternehmen dafür gewinnen, den Internatsschülern auch gezielt Ausbildungsverträge anzubieten und sich hier so einzubringen.



Ein weiterer wichtiger Faktor für die Zukunftsfähigkeit des NLZ ist der Ausbau des Mädchen- und Frauenfußballs beim TSV 1860 München. Jener soll konsequent mit dem Ziel vorangetrieben werden, auch im Frauenfußball professionelle Strukturen zu etablieren. Mittelfristig soll im Frauenfußball ebenfalls ein vom DFB lizenziertes NLZ entstehen. Auch in diesem Bereich stecken weiteres Vermarktungspotenzial und große Möglichkeiten in Bezug auf Fan- und Mitgliederbindung. Die im Verein bereits initialisierten Mannschaften und Aktivitäten gilt es nach Kräften zu unterstützen. Es ist zu überlegen, mittelfristig unter dem Dach der KGaA und auch innerhalb des NLZ Platz für Frauenfußball zu schaffen.

Folgende konkrete Schritte sollten nach unserer Überzeugung kurzfristig angegangen werden:

1. Weiterentwickeln des NLZ zum eigenen Profit-Center mit klarer Ergebnisverantwortung. Dies bedeutet nicht eine eigenständige Gesellschaft, aber Eigenständigkeit bei Vermarktung, Generierung von Einnahmen sowie Ausgaben- und Ergebnisverantwortung.
2. Eigenes Vermarkten auf Basis von Vision und DNA des TSV 1860 München. Dafür sollen erfolgreiche Profis mit NLZ-Vergangenheit als Identifikationsfiguren und Vorbilder genutzt sowie Onlinepräsenz und Social-Media-Aktivitäten deutlich ausgebaut werden.
3. Schaffen einer professionellen und zukunftsfähigen Trainingsinfrastruktur. Diese steht dabei in engem Zusammenhang mit der Stadionfrage.
4. Dauerhaftes und nachhaltiges Etablieren einer übergreifenden Spieldefinition von der Jugend bis zum Profikader. Dazu muss auf die Unterstützung ehemaliger erfolgreicher Spieler und Trainer des TSV 1860 München zurückgegriffen werden.
5. Das NLZ ist ein Werbeträger für den TSV, und das über die Grenzen von München und Bayern hinaus. Identifikation von Talenten in ganz Deutschland und Angebot einer modernen Fußballschule unter dem Dach des „Petar-Radenković-Fußballinternats“

Strategischer Fokus:

Das NLZ hat einen herausragenden Ruf, und die handelnden Personen sind bestens geeignet, das NLZ auch fit für die Zukunft zu machen. Es braucht ein eigenständiges und deutlich höheres Budget und dringend bessere Infrastrukturen. Das NLZ wird zum Aushängeschild für Jungen und Mädchen in ganz Deutschland und ein Anziehungspunkt, um Fußball spielen zu lernen. Dazu braucht es die mediale Einbindung der erfolgreichen Absolventen. Das Durchführen von Fußballcamps in ganz Deutschland kann dazu beitragen und helfen, Fans und



Wir für die Löwen!

Mitglieder für den TSV zu finden. In München empfehlen wir hier eine konkrete Zusammenarbeit mit den Universitäten und Schulen, um auch am Standort für die Löwen zu werben. Dazu braucht es einen wirtschaftlichen Rahmen, eigenständige Sponsoren und den Gedanken eines eigenen Profit-Centers als Bindeglied zwischen e.V. und KGaA.



Wir für die Löwen!

5. Marke und Vision

1860 München – die Heimat des ehrlichen Fußballs

Aufgrund der ruhmreichen Historie, der großen Fanbasis und der medialen Relevanz ist der TSV 1860 München eine bedeutende Marke. Leider hat diese Marke in der Vergangenheit stark gelitten. Es gilt, aus der jüngsten Vergangenheit zu lernen und die Marke TSV 1860 München wiederzubeleben und zu stärken. Fans sind zu begeistern, neue Fans und Freunde zu gewinnen und Zusatzerlöse durch eine stringente und professionelle Markenarbeit zu generieren.

Möchte man als Fußballverein in der heutigen Zeit und bei so vielen Alternativen relevant sein, ist eine klare Positionierung und Markenarbeit sehr wichtig. Unabhängig vom sportlichen Erfolg bzw. Misserfolg. Dabei muss man als Verein „einzigartig“ sein und genau wissen, welche Vision man gemeinsam verfolgt und welche Werte man glaubwürdig und authentisch nach innen und nach außen verkörpert. Besonders entscheidend ist es dabei, den schmalen Grat zwischen Tradition und Kommerz zu meistern, sich neuen Entwicklungen zu öffnen sowie stets Fans, Mitglieder, Mitarbeitende, Sponsoren und andere relevante Anspruchsgruppen bei der Markenarbeit miteinzubeziehen. Denn: Ein Fußballverein lebt von seinen Mitgliedern, Fans und Unterstützern!

Hier wurden im Jahr 2016 seitens des Vereins eine ganzheitliche Markenidentität und ein identitätsstiftendes Corporate Design entwickelt. Diese gilt es nun wiederaufleben zu lassen und leicht anzupassen, damit wieder eine gemeinsame Identität des Vereins geschaffen und dafür Unterstützer gewonnen werden können.

Für den Verein wurden folgende Wesenskerne identifiziert und manifestiert:

FREIHEIT.

Wir leben Freiheit. Als echte Münchner und Bayern sowieso. Als Sechziger erst recht, weil wir aus der Freiheitsbewegung heraus entstanden sind. Wie Löwen ihre Freiheit lieben, weil sie niemanden zu fürchten brauchen.

RUDEL.

Wir leben als Rudel. Wie die Löwen im Rudel bereiten wir unsere jungen Spieler auf das harte Leben vor. Wie ein Löwenrudel halten die Spieler auf dem Platz zusammen, wenn sie Jagd auf Beute machen. Wie ein Rudel verteidigen unsere Fans ihr Revier durch lautes Brüllen und mutige Körpersprache.

STANDHAFTIGKEIT.

Wir **sind standhaft**, seit jeher. In unserer Gründung und seitdem immer, gegen alle Widerstände und Widrigkeiten. Wir lehnen uns auf, gegen alles, was uns begrenzt, gleich macht oder klein macht. Deswegen stellen wir uns den Angriffen der Gegner entgegen, **sind rebellisch** und trotzen der Niederlage.

UNRUHE.

Wir leben Unruhe. Wir tragen sie tief im Herzen. Aus dem Verein heraus infiziert die Unruhe unser ganzes Umfeld. Wie die Löwen sind wir unbändig, wenn wir Jagd machen auf Tore und Punkte. Wild und ungezähmt sind wir und weit hört man unser lautes Gebrüll auf und neben dem Platz.

HEIMAT.

Wir leben Heimat. In Giesing sind wir tief verbunden mit unserem Ursprung und fühlen uns geborgen. Aus unseren bayrischen Wurzeln ziehen wir Kraft als Gemeinschaft und tragen sie mit Stolz zur Schau in Farben, Sprache und Kleidung.



Zudem haben sich im Rahmen der Bündnisarbeit in Expertengesprächen noch folgende weitere Wesenskerne ergeben: Leidenschaft, Treue, Lebendigkeit, Leidenschaftlichkeit und Emotionalität.

Durch die Ausarbeitung der Wesenskerne hat sich demnach folgende **Positionierung** ergeben, die wir vorschlagen:

„1860 München – die Heimat des ehrlichen Fußballs“

Ziel: gemeinsames Leben der DNA und Markenidentität durch die Vereinigung des gesamten 1860-Kosmos. Aktuell werden diese Werte im Umfeld des TSV 1860 München nicht zur Gänze gelebt, daher ist es notwendig, sich um diese Identität zu kümmern. Das Bündnis hat folgende Handlungsempfehlungen erarbeitet:

1. Aktivitäten rund um die Marke

Um die echte Liebe zum Verein mit neuer Freude zu beleben, ist eine umfassende Markenplanung zu entwickeln, die eine Jahresplanung der relevanten Markenaktivitäten und Veranstaltungen umfasst. Dabei wird der Fokus verstärkt auf zukunftsorientierte Themenfelder gelegt, wie beispielsweise die stärkere Integration der Löwen-Legenden als Markenbotschafter oder die Einbeziehung des Junge-Löwen-Clubs. Des Weiteren sollen abteilungsübergreifende Veranstaltungen die Plattform Fußball auf andere Sparten erweitern.

2. Lösung für den Merchandising-Vertrieb

Im Bereich Merchandising ist die Idee des Bündnisses, dass die Merchandise GmbH zukünftig drei Linien vertreibt:

- klassische Fanartikel, wie bisher
- eine „Kollektion e.V.“, bei der die größten Teile der Erlöse direkt an den e.V. fließen, um diesen von administrativem Aufwand zu entlasten
- eine „Giesinger Leben“-Kollektion, deren Erlöse sozialen Projekten rund um den Verein zugutekommen. Erlösabführungen an den e. V. und Vereinbarungen mit sozialen Einrichtungen müssen von Beginn an rechtlich durch einen gemeinsamen Markenanwalt begleitet werden.



3. Ausweitung auf digitale Formate für Fans

Die Kommunikation mit Fans, Mitgliedern und Partnern des Vereins spielt eine entscheidende Rolle im Mikrokosmos des TSV 1860. Um die Nahbarkeit zu steigern, sind neue digitale Informationsformate für alle Gruppen, sowohl an als auch außerhalb von Spieltagen, einzuführen. Sie ermöglichen das effiziente Einbinden von Spielern, Trainern und Funktionären und bringt eine deutliche Steigerung der Nahbarkeit mit sich.

4. Nachhaltiges und soziales Engagement

Der TSV 1860 gehört seit bald 165 Jahren zur Stadt München, und das nicht nur mit dem Fußball. Es ist der wohl wichtigste Sportverein der Stadt, wenn es über den Fußball hinausgeht. Wenngleich von rund 26.000 Mitgliedern rund 22.000 Mitglied der Fußballabteilung sind, so ist er doch die Heimat für Tausende Mitglieder, die sich in 15 Abteilungen organisieren. Dem ist auch der Profifußball verpflichtet. Wir empfehlen, dass sich auch die KGaA eine eigene Nachhaltigkeitsstrategie gibt und sich konsequent sozial in München engagiert. Es gibt den Fußballkonzern in der Säbener Straße und es gibt die Löwen, die wissen, dass sie Kinder der Stadt sind, und die deshalb etwas zurückgeben wollen. Das ist mehr als Geld spenden, das ist sich aktiv für die Stadt einbringen. Wir empfehlen, dass alle Gremien des Vereins, alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der KGaA, das NLZ und erst recht alle Profis sich verpflichten, sich sozial und persönlich zu engagieren. Der TSV 1860 München kann und soll in der ganzen Stadt nicht mehr für Streit und Chaos stehen, er soll das Gesicht einer Stadt werden, die für Tradition und Moderne steht und die die Bodenhaftung behalten hat.



6. Grundlagen sportlicher Entwicklung

Wir sehen eine Weiterentwicklung der Scouting- und Spielerverpflichtungsstrategie, die sich der modernen Instrumente der Datenanalyse und digital gestützter Scoutingtools bedient, als wesentlich. Seit Kurzem werden innerhalb der KGaA erste Werkzeuge dieser Art genutzt. Als ein überaus erfolgreiches und aktuelles Beispiel dient Royale Union Saint-Gilloise, der aktuelle Tabellenführer der belgischen Jupiler League. Der Traditionsverein (gegründet 1897) aus der Nähe von Brüssel war jahrelang in den Niederungen der unteren belgischen Ligen verschwunden. Durch die Übernahme und Neuausrichtung des Vereins sowie den konsequenten Einsatz digitaler Parameter bei den Spielerverpflichtungen konnten mehrere Aufstiege, das Erreichen des Achtelfinales in der Europe Conference League und die aktuelle Tabellenführung als Meilensteine gefeiert werden. Darüber hinaus haben sie mit Deniz Undav (ablösefrei vom SV Meppen) und Victor Boniface (von Bodo Glimt) zwei Spieler geholt, die derzeit in der Bundesliga für Furore sorgen und deren Marktwerte sich vervielfacht haben.

Die sportliche Entwicklung braucht eine übergreifende Spielphilosophie, für die der TSV nachhaltig und unabhängig vom jeweiligen Trainer steht. Personelle Kontinuität ist stets zu bevorzugen und wichtiger, als dem Druck, kurzfristig zu handeln, nachzugeben.

Wir empfehlen Kooperationen mit anderen Vereinen, außerhalb Deutschlands, um gemeinsam Spieler zu entwickeln und sich so auch internationaler aufzustellen, die Marke TSV 1860 über Bayern und Deutschland hinaus bekannter zu machen oder zu revitalisieren.

Darüber hinaus empfehlen wir im Bereich Sport- und Gesundheitswissenschaft, Sporttechnologie mit den Kapazitäten der Stadt aktiv zu kooperieren.

Das Bündnis Zukunft 1860 kann auch für derartige sowie darüberhinausgehende Entwicklungen dauerhaft als Denkfabrik und Ideenschmiede genutzt werden.

7. Fazit

Konkrete Umsetzungsempfehlungen:

- a. Erarbeiten eines sportlichen und wirtschaftlichen Masterplans, der einen Aufstieg in die 2. Bundesliga in den nächsten zwei bis drei Jahren ermöglicht, inkl. einer Perspektive für die 1. Bundesliga
- b. Einsetzen eines Projektteams unter Leitung der KGaA zum Erarbeiten einer Ausschreibung zur Prüfung der Zukunftsfähigkeit des Grünwalder Stadions inkl. einer alternativen Zwei-Standorte-Lösung
- c. Beauftragen der Geschäftsführung mit der Erstellung eines belastbaren Businessplans für die nächsten fünf Jahre unter Berücksichtigung alternativer Szenarien
- d. Erstellen eines einheitlichen Marketing- und Vermarktungsplans
- e. Weiterentwickeln des NLZ zum eigenen Profit-Center mit klarer Ergebnisverantwortung
- f. Ausbauen des Mädchen- und Frauenfußballs sowie Planen eines vom DFB lizenzierten NLZ binnen der nächsten sechs Jahre
- g. Erweitern der bestehenden Markenidentität und des Leitbilds
- h. Abstimmen der Pläne zwischen den derzeitigen Gesellschaftern und verbindliches Festlegen als Basis für das zukünftige wirtschaftliche Handeln
- i. Einrichten einer Taskforce:
 - 1) Kommunikations- und Strategiegruppe zwischen den Gesellschaftern
 - 2) Einbinden von Fans und Mitgliedern in die Meilensteinplanung, im Rahmen eines fest etablierten Mitgliederbeirates bei der KGaA
 - 3) Etablieren eines Zukunftsbeirates für KGaA und e. V. unter Einbeziehung ausgewählter Persönlichkeiten zur Evaluierung und Umsetzung von Strategie und Maßnahmenplan



8. Nachwort

Werte und Art der Zusammenarbeit:

In der Vergangenheit ist immer wieder offensichtlich geworden, dass bestimmte Voraussetzungen für ein professionelles Arbeiten nicht hinreichend gegeben waren. Mit den folgenden Grundsätzen wollen wir die Zusammenarbeit aller Parteien erleichtern, Transparenz ermöglichen und gemeinsam als „EIN 1860“ erfolgreich sein. Die konkreten Parteien sind der e. V., HAM, KGaA sowie die Fans und Fanclubs.

Wertebasierte Zusammenarbeit:

Gemeinsam werden wir Werte entwickeln, die Respekt, Fairness und Integrität gegenüber allen Beteiligten, einschließlich Fans, garantieren. Diese Werte sind die Grundlage für alle Interaktionen zwischen allen Parteien.

Einheit und Zusammenhalt:

Mithilfe unserer definierten Identität fördern wir eine Einheitskultur, die es allen Parteien ermöglicht, zusammenzuarbeiten und gemeinsame Ziele zu verfolgen. Durch die Betonung von Gemeinschaft und Teamgeist werden Konflikte reduziert und eine harmonische Zusammenarbeit gefördert. Nicht von ungefähr kommt, dass in der Vereinshymne von der „Kameradschaft, die macht alles aus“, gesungen wird.

Offene Kommunikation:

Etablieren transparenter Kommunikationskanäle, die es allen Beteiligten ermöglichen, sich frei auszutauschen und ihre Anliegen zu äußern. Der e. V. und die KGaA kommunizieren regelmäßig mit den Fans, holen Feedback ein und reagieren schnell auf Anfragen und Bedenken. All das, um eine offene und vertrauensvolle Beziehung aufzubauen. So wird es möglich, dass alle an einem erfolgreichen TSV 1860 München mitarbeiten.

Transparenz bei Entscheidungsprozessen:

Offenlegen von Entscheidungen und Planungen seitens des e. V. und der KGaA, um den Fans Einblick in die Vereinsführung zu geben. Dies umfasst finanzielle Entscheidungen, sportliche Strategien und andere relevante Themen, um Vertrauen und Verständnis zu fördern.

Einbeziehung der Fans in Entscheidungen:

Aktives Einbinden der Fans in Entscheidungsprozesse des Vereins, insbesondere bei Themen, die sie direkt betreffen. Dies kann durch das Gründen von Fanbeiräten, durch regelmäßige Fanversammlungen oder durch Umfragen und Abstimmungen erfolgen, um sicherzustellen, dass ihre Stimmen gehört und wenn möglich auch berücksichtigt werden.

Respektvolle Interaktion:

Fördern einer respektvollen und kooperativen Atmosphäre in allen Interaktionen zwischen dem e. V., der KGaA und den Fans. Alle Beteiligten begegnen sich mit Respekt und tolerieren unterschiedliche Meinungen und Perspektiven, um eine konstruktive Zusammenarbeit zu ermöglichen.



Wir für die Löwen!

Durch das Leben dieser Werte und Maßnahmen kann eine Zusammenarbeit zwischen dem e.V., der KGaA, HAM und den Fans aufgebaut werden, basierend auf Respekt, Einheit, Offenheit und Transparenz. Dies trägt dazu bei, eine starke und positive Beziehung zu schaffen, die den langfristigen Erfolg und die Stabilität des Vereins unterstützt. Alle Gremien des Vereins sowie alle Bereiche der KGaA starten eine Initiative gegen Hass und Diffamierung, zur Förderung eines wohlwollenden Miteinanders.

Es werden regelmäßige Veranstaltungen angeboten, die von e.V. und KGaA gestaltet werden, um das weitere Vorgehen vorzustellen und das neue Miteinander zu leben.

Wann sollte mit all dem gestartet werden?

Heute, am 18.04.2024, und das völlig unabhängig von den anstehenden Wahlen im Rahmen der Mitgliederversammlung.