

Neun Ausfälle! FC Bayern geht weiter am Stock

Sa., 15.30 Uhr, Allianz Arena: FC Bayern – Union Berlin

Notelf gegen Union Berlin

Die Startelf der Bayern gegen Union Berlin (Samstag, 15.30 Uhr, Sky) stellt sich beinahe von selbst auf. Trainer Hansi Flick muss insgesamt auf neun (!) Spieler gegen die Eisernen verzichten. Verletzt fehlen Corentin Tolisso, Douglas Costa, Niklas Süle, Robert Lewandowski, Leon Goretzka, Lucas Hernandez und Serge Gnabry. Zu allem Überfluss ist Alphonso Davies nach seiner Roten Karte aus dem Stuttgart-Spiel noch gesperrt. Vor allem die Ausfälle von Roca und Hernandez kommen überraschend. Hernandez hat laut Flick eine „schmerzhafte Rippenprellung“, bei Roca ist am



Sané (l.) und Pavard drehen am Freitag nur Laufrunden. Foto: Kolbert

Freitag eine ältere Verletzung wieder aufgebrochen. Beim Abschlusstraining am Freitag fehlten zudem auch Joshua Kimmich, Leroy Sané und Benjamin Pa-

vard. Für sie gab Flick allerdings Entwarnung: „Es heißt therapeutisches Laufen, das habe ich heute dazu gelernt. Alle drei haben das heute gemacht, und das hat gutgetan. Sie haben in den letzten Wochen viel gespielt, wir haben heute auf sie Rücksicht genommen.“ Wichtiger als das Spiel gegen Union ist allerdings das Viertelfinal-Rückspiel gegen Paris. Dort kann Flick vielleicht auch wieder auf Goretzka setzen. Süle wird laut Flick „auf jeden Fall für Paris ausfallen und auch für das Spiel danach“ in Wolfsburg. Bayern geht weiter am Stock!

Trainer
Hansi Flick
Gut drauf
Müller
Fehlen
Davies, Tolisso, Costa, Süle, Lewandowski, Roca, Goretzka, Hernández, Gnabry

Taktik
Alaba könnte angesichts der Ausfälle von Davies und Lucas wieder nach links rücken, vorne stürmt Choupo-Moting.

Trainer
Urs Fischer
Gut drauf
Andrich
Fehlen
Awoniyi, Becker, Dajaku, Ujah

Taktik
Die Eisernen agieren mit einer flexiblen Dreierkette und zeichnen sich vor allem durch ihre robuste Spielweise aus.

Schiedsrichter
Wird am Spieltag bekannt gegeben

Karten
Es sind keine Zuschauer zugelassen.

TV/Radio
Das Spiel wird live bei Sky übertragen. Im Radio werden Sie bei B5 aktuell fündig.

Online
Ticker und Noten auf tz.de.

So bauen die Bayern auf ihre Legenden

Wie Elber & Co. als Botschafter für die Münchner werben

Seit 20 Jahren ist er beim FC Bayern, seit 2013 leitet er als Vorstand Marketing die Bereiche Sponsoring und Events sowie die Vermarktung und PR der Allianz Arena München. Das tz-Interview mit Andreas Jung (59) über Legenden, Liga und Corona.



tz-Interview mit
Andreas Jung
Marketing-Vorstand FCB

Herr Jung, der FC Bayern hat vor Kurzem eine Partnerschaft mit Paulaner nur für die FC Bayern Legends vereinbart. Wie kam es dazu?

Jung: Diese Partnerschaft hat sich schon länger entwickelt. Seit vielen Jahren pflegen wir mit Paulaner eine sehr erfolgreiche Zusammenarbeit mit dem Fokus auf unsere Profi-Mannschaft. In diesem Rahmen hat Paulaner vor allem bei den Paulaner-Fanräumen legendäre Spieler und Persönlichkeiten in ihre tollen Fanaktionen integriert. Gemeinsam haben wir festgestellt, wie gut die FCB-Legenden im Rahmen dieser Münchner Partnerschaft bei den Fans ankommen. Dann haben wir uns zusammengesetzt, wie man diese Idee weiterentwickeln kann – und so wurde Paulaner nun der erste offizielle Partner der FC Bayern Legends.

Welche Erwartungen verbinden Sie damit?

Jung: Die komplette Marke FC Bayern bilden ja nicht ausschließlich die aktuellen Profis ab. Da steckt viel mehr dahinter, unter anderem die enorme Tradition und das Familiengefühl, das diesen Verein seit Jahrzehnten so besonders macht. Unsere Legenden spiegeln das wider, und wie wichtig uns als Klub

wieder gelingt. Persönlichkeiten aus der Vergangenheit als Architekten der Gegenwart und Zukunft zu etablieren, ist etwas, das bei den Fans enorm ankommt, unseren Erfolg sichert und im Übrigen auch von der internationalen Konkurrenz wahrgenommen wird.

Die Legenden spielten früher, heute tragen sie das „mia san mia“ in die ganze Welt. Wie sehr freut Sie diese langjährige Verbundenheit?

Jung: Das Engagement der Legenden zeigt sehr gut, dass sie die Werte des FC Bayern schon als Aktive verinnerlicht haben. Früher wussten sie, dass die Fans für sie da sind. Jetzt geben sie etwas zurück. In einem Maße, wie es ihnen während der aktiven Karriere aufgrund der vielen Termine und Reisen nur schwer möglich gewesen ist.

Sie haben betont, dass die Partnerschaft mit Paulaner gerade in Zeiten einer Pandemie ein besonderes Zeichen ist. Wie schwer hat Corona den FC Bayern im Bereich Sponsoring getroffen?

Jung: Das ist kein reines

hält. Das ist eine Situation, die jeden Klub vor Herausforderungen stellt.

Wie sehr spüren Sie im Bereich Marketing, dass Spiele mit Zuschauern seit über einem Jahr wegfallen?

Jung: Ich möchte mich bei all unseren Sponsoren für den fairen und partnerschaftlichen Umgang bedanken. Wir versuchen, gemeinsam neue Lösungen zu finden. Derzeit kann leider niemand ins Stadion – und das Stadion ist eine wichtige, weil die emotionalste Plattform. Unsere Partner verstehen diese Herausforderung und sind alle bereit, über neue, digitale Wege nachzudenken. Auch unsere Legenden Giovane Elber und Claudio Pizarro werden zum Beispiel in diesen Zeiten wesentlich mehr eingesetzt. Sie nehmen unter anderem an Videocalls von Unternehmen teil, um ein bisschen „mia san mia“ zu vermitteln und hin und wieder den Alltag der Arbeitnehmer mit einem überraschenden Beitrag zu durchbrechen.

Sie sind auch Sprecher der Kommission Marketing und Sponsoring im Ligaverband DFL. Was kommt auf die ganze Liga zu? Wie viel Solidarität wird gefragt sein, damit kein Klub auf der Strecke bleibt?

Jung: Das sind Entscheidungen, die im Präsidium und der Ge-



„Sie vermitteln das Mia san mia“
Jung über die Legenden-Strategie



scheiden, was er umsetzen möchte. Das ist von größter Bedeutung für die Gesundheit der Menschen immer oberstes Gebot bei Covid-19.

Giovane Elber, Claudio Pizarro, Lothar Matthäus & Co. vermitteln Fans und Partnern das Familiengefühl des FC Bayern. Fotos (3): fcb

ihnen jede Unsicherheit nimmt, werden die Vorbereitungen schnell abgebaut. Ihr Vorstandskollege Oliver Kahn sieht in Streamingportalen wie Netflix

Dokumentation über den FC Bayern, und die Streamingportale bieten auch um die Champions League-Rechte mit. Das alles zeigt, dass der Fußball ein Portfolio der U-