



**Auftraggeber des Monats**

**«Neben dem Platz sind kreative Fussballer nur selten gleich originell und ideenreich»**

Die Stars des FC Zürich als Nachhilfelehrer? Für einige junge Fans ging während des Lockdowns dieser Traum in Erfüllung. Yanick Brecher, Torwart und Kapitän des FC Zürich, entwickelte zusammen mit der Publicis die FCZ-Homeschooling-Kampagne und gewann bei den ADC Awards 2021 Gold in der Kategorie Corona. «persönlich» hat mit ihm über die ungewöhnliche Aktion gesprochen.

Interview: **ADC Bilder: Publicis**

**Herr Brecher, wie ist die Idee zu dieser überraschenden Kampagne entstanden?**

Kurz nach dem Lockdown im Frühling 2020 haben wir Spieler uns Gedanken gemacht, wie wir in dieser schweren Zeit unseren treuen Fans etwas zurückgeben könnten. Zusammen mit meinem Freund Patrick Farinato kam die Idee auf, ein interaktives Projekt mit den Fans auf die Beine zu stellen. Er hat dann den Kontakt zu Thomas Wildberger und Publicis hergestellt. So entstand unter anderem die Homeschooling-Kampagne.

**Wie haben Ihre Kollegen darauf reagiert?**

Sehr positiv. Uns allen ist bewusst, wie wichtig die Fans sind. Alle Spieler waren von der Idee begeistert und wollten dabei sein.

**Es war also kein Problem, genügend Nachhilfelehrer zu finden?**

Nein. Alle Spieler, die aufgrund der Sprache in Frage kamen, haben sofort zugesagt.

**Wussten Sie, welche Fussballer sich für welches Fach eignen würden?**

Nein, unsere Kernkompetenz liegt wohl eher auf dem Rasen. Aber wir fanden dann doch zumindest vermeintlich geeignete Nachhilfelehrer für alle Fächer.

**Nach welchen Kriterien haben Sie die Kinder ausgewählt?**

Wir haben uns auf jüngere FCZ-Fans konzentriert, zudem legten wir Wert auf eine gute Mischung von Mädchen und Jungen sowie Klassenstufen.

**Wie anstrengend fanden die FCZ-Stars ihren «Nebenjob»?**

Wirklich anstrengend war es nicht. Die ganze Kampagne wurde an einem Tag gedreht, wobei wir Spieler jeweils eine Stunde Einsatz hatten. Wir wussten nur den Namen der Schüler, in welche Klasse sie gehen und um welches Fach es sich handelt. Wir haben auf jeden Fall unterschätzt, dass die Schulzeit bei vielen von uns schon ein paar Jahre her ist, und haben gemerkt, dass es gar nicht so einfach ist, ein Thema altersgerecht zu erklären. Trotzdem denke ich, dass wir fast allen Schülern gut helfen konnten. Sollte es eine weitere Homeschooling-Kampagne geben, müssten wir uns aber sicher noch besser vorbereiten.

«Wir haben uns auf jüngere FCZ-Fans konzentriert, zudem legen wir Wert auf eine gute Mischung.»

**Von wem würden Sie gerne einmal Nachhilfeunterricht bekommen?**

Es kommt ganz auf das Thema an. Im Bereich Persönlichkeitsentwicklung beispielsweise habe ich mir einen Mentaltrainer zu Hilfe geholt. Grundsätzlich bin ich der Meinung, dass es für jeden Bereich den richtigen Ansprechpartner oder Nachhilfelehrer braucht. So versuche ich, mich beruflich wie auch privat breit aufzustellen, auch für meine Karriere nach dem Fussball.

**Thomas Wildberger und Thomas Schöb, die für die Idee verantwortlich waren, sind beide grosse FCZ-Fans. Wie hat sich das während der Zusammenarbeit bemerkbar gemacht?**

Man hat bereits beim ersten Gespräch gemerkt, dass sie für diesen Verein brennen. Sie haben auch sofort verstanden, was unser Anliegen ist. Neben einem hervorragenden Konzept mit verschiedenen Kampagnen haben uns die beiden auch bei der Umsetzung aktiv unterstützt, wofür ich ihnen sehr dankbar bin. Es war ein tolles Teamwork.

**Wie fielen die Reaktionen auf die Kampagne aus?**

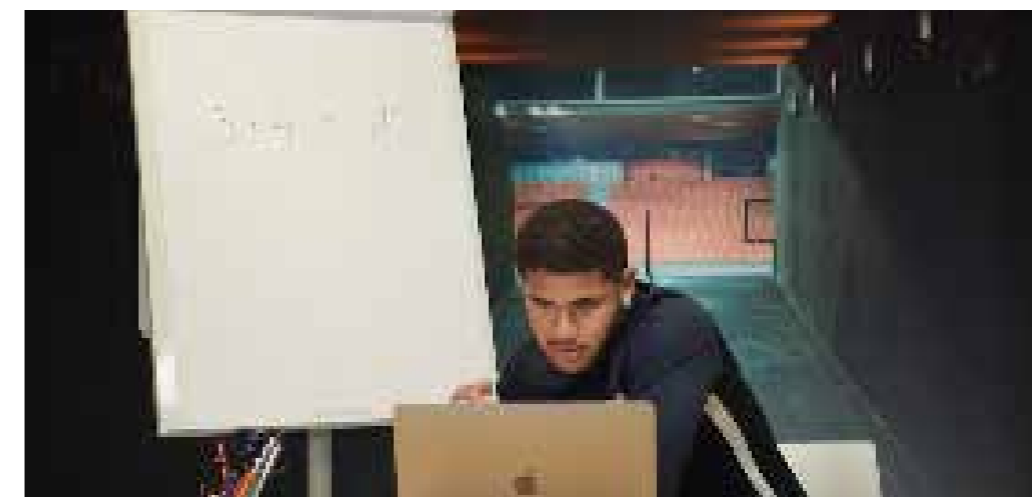
Wir haben sehr viele und ausschliesslich positive Rückmeldungen bekommen, auch von Personen, die sich sonst nicht für Fussball interessieren. Ich war extrem überrascht, wie schnell sich das Video verbreitet hat. Es gab sogar Reaktionen aus dem Ausland: So durfte ich im deutschen Kicker-Magazin ein Interview dazu geben.

**Weshalb haben Sie keine FCZ-Spielerinnen involviert?**

Der erste Corona-Lockdown war geprägt von Verunsicherung, die Stimmung war nicht immer einfach, auch wegen der finanziellen Herausforderungen. Eine schwierige Phase für Spieler und Verein. Umso mehr freuten wir uns, dass sich der Vorstand auf das Abenteuer einliess. Entsprechend wollten wir das Risiko und den Aufwand auf ein Minimum beschränken und entschieden uns darum, nur die erste Mannschaft zu involvieren.



Yanick Brecher.



FCZ-Stars im Dialog mit Schülerinnen und Schülern.

**Wie kommunizieren Sie hauptsächlich mit Ihren Fans?**

Sehr viel läuft über die sozialen Medien. Nach Trainings oder Spielen erfüllen wir gerne Autogramm- oder Selfiewünsche.

**Gibt es eine Kampagne eines Mitbewerbers, die Sie gut finden?**

Ich möchte nicht explizit eine Kampagne herausstreichen. Ich lasse mich immer gern von kreativen Aktionen überraschen, sei es von Teams oder Einzelsportlern. Im Mittelpunkt sollte aber nicht die Selbstvermarktung stehen, sondern das Ziel, Menschen unvergessliche Momente zu schenken. Es war für uns ein kleiner Aufwand, aber ich bin mir sicher, dass die Kinder dieses Homeschooling nie mehr vergessen werden und hoffentlich ein Leben lang FCZ-Fans bleiben.

**Speedseminare: Bewegtbild und Kampagnen auf sozialen Plattformen**

ADC und Facebook präsentieren: Web-Speedseminare, jeweils 1 Stunde über Mittag. Die Teilnahme ist kostenlos und offen für alle – jetzt für die nächste Session am Mittwoch, 15. September 2021, um 13 Uhr anmelden: [www.adc.ch](http://www.adc.ch)

**Wie wichtig ist Kreativität für einen Fussballer?**

Auf dem Platz ist sie auf jeden Fall gefragt. Die fussballerische Kreativität ist vor allem für die Spieler extrem wichtig, die viel Einfluss auf die Spielgestaltung haben. Es gibt aber auch Positionen, bei denen andere Qualitäten mehr gefragt sind. Nach meiner Erfahrung sind kreative Fussballer neben dem Platz nur selten gleich originell und ideenreich.

**War die Homeschooling-Idee eine einmalige Sache, oder haben Sie Pläne, die Aktion in irgendeiner Form zu wiederholen?**

Konkret ist gerade nichts in Planung, der Fokus des Vereins liegt momentan auf dem im Herbst geplanten 125-Jahr-Jubiläum. Es hat uns aber sehr viel Freude bereitet, die Kinder zu unterstützen, und ich hoffe sehr, dass wir in Zukunft weitere Aktionen durchführen können.



Peter Brönnimann  
CREATIVE DIRECTOR  
FREELANCE

Peer Wörpel  
CREATIVE AGENCY PARTNER  
FACEBOOK