

FCM-Strategie: Magdeburger Weg für eine starke Zukunft in der 2. Liga

FCM-Boss Matthias Niedung plädiert für neue Marketingstrategien und lokale Partner, um die finanzielle Zukunft des Clubs in der 2. Liga zu sichern.

In einer klaren und resoluten Ansage setzt Matthias Niedung, der Aufsichtsratschef des 1. FC Magdeburg (FCM), neue Akzente für die Zukunft des Vereins in der 2. Liga. Der 41-jährige kündigt an, dass man einen einzigartigen „Magdeburger Weg“ entwickeln möchte, um den Verein auf die nächste Stufe zu heben.

Im FCM-Podcast „Einmal – Immer“ machte Niedung deutlich: „Wir müssen anders sein als die anderen.“ Dies bedeutet in erster Linie, dass Groß-Investoren keinen Platz beim FCM haben werden. Niedung, der seit 2022 dem Aufsichtsrat vorsteht, hebt hervor: „Wir brauchen neue Partner und Sponsoren, die blau-weißes Blut haben, die sich mit dem Verein identifizieren.“

Strategien für die Zukunft

Um diese Identifikation zu fördern, sind neue Marketing-Strategien notwendig. Der Verein plant, gezielt Unternehmen zu gewinnen, die bisher möglicherweise nicht mit dem 1. FC Magdeburg in Verbindung gebracht wurden. Niedung ist sich bewusst, dass die Einnahmen des FCM im Vergleich zur Konkurrenz im unteren Drittel der 2. Liga liegen. Die Bilanzsumme beträgt rund 25 Millionen Euro, was einen Anreiz zur Verbesserung schafft.

Der aktuelle DFL-Wirtschaftsreport hat klargemacht, dass es

Handlungsbedarf gibt. Dennoch bleibt Niedung optimistisch: „Trotzdem schaffen wir es, konkurrenzfähig zu sein. Und es ist unser Anspruch, irgendwann mal im Mittelfeld zu landen.“ Hierbei setzt er auf kreative Ideen und die grundlegenden Werte des Vereins, um die gesetzten Ziele zu erreichen.

Niedung sieht zudem Nachholbedarf bei der Mitgliederzahl, die derzeit bei etwa 13.400 Mitgliedern liegt. Das Wachstum in diesem Bereich ist wichtig, da jedes neue Mitglied dem Verein und insbesondere der Nachwuchsarbeit zugutekommt. „Jedes neue Mitglied hilft uns, hilft dem Nachwuchs“, äußert sich Niedung in Bezug auf die Bedeutung einer größeren Mitgliederbasis.

Diese offensiven Ansätze und strategischen Entscheidungen zeigen, dass der FCM fest entschlossen ist, sich unabhängig von externen Groß-Investoren zu positionieren. Stattdessen will der Club auf eine solide lokale und regionale Unterstützung setzen. Dies könnte zum endgültigen Schlüssel für den wirtschaftlichen Erfolg und eine bessere Position in der 2. Liga werden. Niedung zeigt damit auch, dass man die Herausforderungen der modernen Sportwirtschaft annehmen und gleichzeitig die Identität des Vereins wahren kann.

Details

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de