

«Für ein Wir-Gefühl muss man auch etwas tun»

Der neue Präsident des BC Albsrieden, Martin Schweizer freut sich über den fussballerischen Erfolg und steht vor nicht wenigen Herausforderungen.

Interview: Urs Heinz Aerni

Martin Schweizer, als Präsident des BC Albsrieden können Sie auf erfolgreiche Spiele der ersten Mannschaft in der 4. Liga blicken. Und der Aufstieg scheint in Greifnähe. Werden Sie es schaffen?

Es stimmt. Wir hatten eine hervorragende Vorrunde. Sportchef Alex Schmid, das neue Trainergespann Adnan und Emra Mustafi machen einen hervorragenden Job. Die Mannschaft ist nicht wiederzuerkennen. Aber im Fussball ist bekanntlich alles möglich. Wir nehmen es von Spiel zu Spiel. Und jedes muss gewonnen werden. Erst nach dem siebten Sieg kann vom Aufstieg gesprochen werden.

Aufstiegsziel, Juniorenförderung, neues Logo sind wichtige Projekte des Vereins. Welche weiteren Baustellen sehen Sie für den Verein als Herausforderung?

2017 wurde fast der gesamte Vorstand erneuert. Der abgetretene Vorstand war ein eingespieltes Team. Für uns waren alle Aufgaben neu. Neue Prozesse und Systeme mussten eingeführt werden. Aufstiegsziel und Juniorenförderung sind zudem keine abgeschlossenen Projekte. Auch ein neues Logo ist in einem Verein nicht einfach umsetzbar. Das bleiben die Herausforderungen. Qualifizierte Trainer zu bekommen und zu halten, ist zudem eine stete Aufgabe in der Juniorenabteilung. Im Vorstand ist



«Wir platzen aus allen Nähten»: BCA-Präsident Martin Schweizer spürt ein zunehmendes Interesse am Regionalfussball. Foto: Urs Heinz Aerni

die Funktion des Kommunikationsleiters noch vakant. Dieser ist auch und besonders wichtig im Hinblick auf die Betreuung unserer Partner, die uns finanziell unterstützen. Er ist das BCA-Sprachrohr in «Boomtown Albsrieden» und darüber hinaus.

Schliesslich leben im Kreis 3 und 9 rund 96 000 Menschen, das ist die siebtgrösste Stadt der Schweiz. Immer wieder hört man, der Spitzenfussball mache mit seinem immens grossen Geschäft – etwa Pay-TV und Transfersummen – seine Fans überdrüssig. Wie schätzen Sie das Potenzial des

Quartier. Das hat auch mit dem grossen Fussballgeschäft zu tun. Jeder Bub will heute Fussballstar werden und immer mehr Mädchen spielen mit. Wir platzen aus allen Nähten.

Wie würden Sie die Beziehung Ihres Klubs mit dem Quartier Albsrieden beschreiben?

Unser Klub ist bei den alteingesessenen Albsriederinnen und Albsriedern sicher sehr stark verwurzelt. Aber, wie gesagt: Unser Quartier boomt, und es findet ein extremer demografischer Wandel statt. Wie übrigens schon zweimal in der Generation von Albsrieden: zur Zeit der Industrialisierung und nach dem Krieg. Beide Male explodierte der Bevölkerungszuwachs und der Quartierfussball boomte. Wir haben auch die Aufgabe, die Neuzugezogenen und die Alteingesessenen zusammenzubringen, das ganze Quartier lebendig zu erhalten. Übrigens hat der Quartierverein Albsrieden eine bemerkenswerte Initiative gestartet: Er bittet regelmässig alle 45 Vereinspräsidenten aus dem Quartier an einen runden Tisch. Ein Wir-Gefühl, ein lebendiges Quartier, eine intakte Nachbarschaft ist uns allen wichtig. Dafür muss man auch was tun.

Aus dem FC Albsrieden und dem Ballspielclub Zürich wurde vor 16 Jahren der BC Albsrieden. Ist heute von den beiden alten Vereinen und ihren damaligen Kulturen noch etwas zu spüren?

Neben Fussballclub und Grasshoppersclub Zürich war der Ballspielclub Zürich die dritte Farbe in der Stadt: die «Violetten». Und ja, die gelb-blauen Albsrieder und die violetten BCZler gibt es noch immer. Das erin-

BC Albsrieden

Der Zürcher Quartier-Fussballclub BC Albsrieden ist 2002 aus den Traditionsvereinen Ballspielclub Zürich (1913) und dem FC Albsrieden (1942) entstanden. Gemäss seinem Leitbild strebt der Verein nicht nur den sportlichen Erfolg an, sondern will besonders auch die Kultur des Respekts und der Fairness pflegen, eine sinnvolle Freizeitbeschäftigung für die Jugend und ein geselliges Vereinsleben bieten. (uhae)

www.bcalbsrieden.ch

net manchmal an die Kappeler Milchsuppe mit den katholischen Innerschweizern und den protestantischen Zürchern – aber aus demselben Topf gefressen haben sie trotzdem. Das war mit ein Grund, dass zurzeit ein neues Logo gesucht wird. Ein Logo, eine Marke kann wesentlich zur Identifikation beitragen. Es kann Kult sein, wie dasjenige der «Violetten». Ihr Logo von 1913 ist noch immer Kult – und obendrein richtig stark. Die Logo-Diskussion ist noch nicht zu Ende geführt.

Was dürfen wir Ihnen und dem Klub wünschen – abgesehen von Spielerfolg?

Gesundheit – bei allem Engagement und dem Wunsch, vorne mitzuspielen. Für jeden von uns, Spieler, Trainer, Staff und natürlich auch für mich, ist die Gesundheit das Wichtigste. Familie, Verein, Spass und Freundschaft gehören dazu. Erst danach kommt der Erfolg. In diesem Sinne: Prost!