



*Für die Fussballerkarriere reichte das Talent nicht aus, dennoch haben Michele und Renato Cedrola den Fussball zum Beruf gemacht.*

# Spürhunde auf den Fussballfeldern der Welt

Sie haben aus ihrer persönlichen Leidenschaft einen Beruf gemacht, sich in einer sehr eigenwilligen Branche einen Namen verschafft und sind auf Erfolgskurs. Bei Renato und Michele Cedrola und ihrer Front Group GmbH dreht sich alles um Fussball. Ein Millionenmarkt mit ganz eigenen Gesetzen.

**Text:** Stefan Millius

**Bilder:** Bodo Rüedi

**A**m Anfang stand das Hobby. Die Brüder Renato und Michele Cedrola spielten mit viel Herzblut Fussball. Die Stationen waren rein regionaler Natur und nicht allzu klingend. FC St.Margrethen und FC Altstätten hiessen sie, und Renato Cedrola bilanziert viele Jahre später, dass sie beide begeistert zu Werke gegangen seien, das Talent für einen echten Durchbruch aber einfach nicht gereicht habe.

## Zwei Standbeine

Während er das sagt und sein Bruder Michele Cedrola zustimmend nickt, sitzen die beiden in einem Besprechungszimmer, flankiert von Symbolen aus der Welt des Fussballs. Trikots mit Originalunterschriften, soweit das Auge reicht, im benachbarten Raum reihen sich Dutzende von DVD mit Fussballaufnahmen aneinander. Der Traum einer Profikarriere war damals schnell ausgeübt, aber die Gebrüder Cedrola sind ganz offensichtlich dennoch in der Welt des Fussballs angekommen. Die beiden sind Gründer und Betreiber der Front Group GmbH, die auf zwei Standbeinen basiert: Der Vermittlung von Fussballspielern und die Organisation von Tickets und Tours rund um Fussballspiele in ganz Europa.

Im Rückblick wurde den beiden der Schritt in diese Welt recht leicht gemacht. «Wir hatten das Glück, schon als Kinder viele Matches in Italien, von wo unsere Eltern stammen, verfolgen zu können», erinnert sich Renato Cedrola. Die anderen Altersgenossen in der Wahlheimat Rheintal hatten kaum je die Möglichkeit, italienischen Spitzenfussball in legendären Stadien wie

dem San Siro in Mailand live zu sehen – für Familie Cedrola war das ein Teil des Alltags. Kein Wunder, dass irgendwann später im Kollegenkreis die Frage aufkam, ob Renato und Michele einen solchen Trip nicht auch über die Familie hinaus organisieren könnten. «Damals kamen wir noch nicht auf die Idee, damit den Lebensunterhalt zu bestreiten», stellt Michele Cedrola klar, «wir machten das einfach gerne.» Es folgten erste Ausflüge mit Kollegen, das Interesse wuchs über das direkte Umfeld hinaus, irgendwann mieteten die Cedrolas ihren ersten Bus, besorgten Tickets für immer grössere Gruppen, die Zahl der Anfragen stieg.

## Zum Beruf gemacht

Renato Cedrola nennt die Mund-zu-Mund-Werbung als Grundstein für das wachsende Interesse: «Wir waren im Rheintal schnell

## Schwarze Schafe gibt es im Vermittlerbusiness – wie in jeder anderen Branche auch.

bekannt für unser Angebot, bald kamen auch Anfragen aus dem Vorarlberg.» Was gewissermassen organisch gewachsen war, wurde schliesslich zum Beruf. Es war Anfang der 90er-Jahre, als sich die beiden überlegten, ob und wie sie den Fussball doch noch zum Beruf machen könnten. Die Businessidee lag dank des wachsenden Erfolgs der Ticket- und Tour-Organisation, die bis dahin rein privat erfolgte, auf der Hand, ein Wagnis war der Schritt dennoch. Renato Cedrola: «Wir

waren damals beide im angestammten Beruf erfolgreich, ich war für einen Textilkonzern international unterwegs, Michele war ebenfalls im Verkauf aktiv und leitete bereits in jungen Jahren eine Filiale.» Der logische Schritt wäre ein weiterer Aufbau dieser Karriere gewesen. «Aber dann haben wir uns gesagt: Wenn wir erfolgreich sind, dann doch lieber für uns selbst als für einen Arbeitgeber», erklärt Michele Cedrola. Die beiden beschlossen, das Wagnis der Selbständigkeit einzugehen, es einfach einmal zu versuchen und zu schauen, ob es möglich sei, den Traum zu leben.

Im Herbst 1997 erfolgte der Startschuss der jungen Firma, bei der niemand ahnte, was hier alles auf sie zukommen würde. Es gab keinen Businessplan, und für das exotische Geschäftsfeld «Fussball» existierte auch kein «Schema F», an das man sich halten konnte. Mit einer gewissen Naivität sei man an die Sache gegangen, resümiert Renato Cedrola. «Wir haben nicht immer genau gewusst, was auf uns zukommt, rein nach Verstand hätten wir vieles wohl gar nicht tun dürfen – aber gefragt waren vor allem unternehmerische Tugenden und Mut zum Risiko.»

## Individuelle Wünsche erfüllen

Was sich als goldrichtig erwies, war das Businessmodell, mit dem die Front Group GmbH ziemlich alleine auf dem Markt war. Nicht einfach ein weiterer Reiseveranstalter wollte man sein, sondern Erlebnisse kreieren und Topfussball mit Events kombinieren, mit denen alle Sinne angesprochen werden. «Ab Stange» gab und gibt es nichts. Ein Match im San Siro in Mailand oder anderswo in Euro-



pa wird verknüpft mit gastronomischen Höhenflügen oder einer Stadtbesichtigung der besonderen Art, individuelle Wünsche von Privaten oder Firmen werden berücksichtigt. So entsteht ein Gesamtpaket, das sich nicht bei einem beliebigen Anbieter bestellen lässt. Wer nur ein Ticket möchte und sich um den Rest selbst kümmern will, kann allerdings auch das haben.

«Der Kundenstamm hat sich seither permanent ausgeweitet», sagt Michele Cedrola. Rund 10'000 Personen haben seit Firmen-gründung Leistungen bezogen, längst nicht mehr nur aus der Region, sondern aus der ganzen Schweiz und dem Ausland. Das Zauberwort für die Gebrüder Cedrola lautet «Mehrwert». Wer Kunde ist, erhält nicht nur das, was er kauft, sondern Zusatznutzen. So werden beispielsweise periodisch einzigartige Gegenstände wie ein Originaldress mit Unterschrift verlost. Das über die Jahre verdichtete Netzwerk vor Ort nützen Michele und Renato Cedrola, um den Kunden Zugang zu echten Geheimtipps zu verschaffen, sei es in Italien, Spanien, Frankreich oder England. Längst wurde das Angebot rund um «Tickets and Tours» zudem auch auf

kulturelle Anlässe ausgeweitet. Für die beiden Rheintaler entscheidend ist, dass es sich nicht um «08/15»-Events oder Austragungs-orte handelt – sie suchen das Besondere.

### Geschäftsfeld ausgeweitet

Und das taten sie auch nach der Lancierung des ersten Geschäftszweigs – mit der Grün-

Michele Cedrola:

**«Wir sind nicht einfach ein Reiseveranstalter, sondern kreieren für unsere Kunden Erlebnisse.»**

dung eines zweiten. Dank der jahrelangen Verbundenheit mit der Fussballszene verstehen die Brüder Cedrola viel vom Spiel und von Spielern, erkennen schnell, auf welchem Niveau einer kickt und welches Potenzial ein Spieler hat. Ausgestattet mit diesem Wissen und damals noch mit einem weiteren Partner, setzten sie sich zusammen, analysierten den Markt, sprachen mit anderen Kennern – und beschlossen, als Spielerver-

mitter tätig zu werden. Hier galt noch viel mehr als im Tickets-and-Tours-Bereich: Die Neueinsteiger hatten im Grunde schlechte Karten. «Wir kannten uns zwar in der Materie aus», so Renato Cedrola, aber als Branchenfremder und ohne einen ‚Götti‘, der einen in die Szene einführt, ist der Einstieg in dieses Geschäft sehr hart.» Auch über Kapital für Anfangsinvestitionen verfügten beide kaum.

Doch es gab andere Pluspunkte. Die beiden Rheintaler sprechen fünf Sprachen, sind gut vernetzt und verfügten über Mut und Fleiss. Sie knüpften Beziehungen und schafften es in einem ersten Schritt, in Chile mit einem offiziellen Mandat präsent zu sein und erste Abschlüsse zu tätigen – ein Türöffner. Zum Hauptmarkt entwickelte sich danach schon bald Argentinien – und durch die Tickets and Tours auch Italien. Mit gutem Grund, wie Renato Cedrola sagt: «Unsere Analyse hat gezeigt, dass argentinische Spieler von der Mentalität her gut nach Europa passen – ganz abgesehen natürlich von der spielerischen Qualität.» Vor Ort wurde ein Mitarbeiter engagiert, der den nationalen Markt gut kennt, selbst waren die Gebrü-

Anzeige



der Cedrola immer wieder im Land, trafen Spieler, knüpften Kontakte. Eine gewisse Spezialisierung mit dem Ergebnis, dass die Front Group GmbH heute in Europa eine bekannte Anlaufstelle für den argentinischen Spielermarkt ist.

### Für Spieler und Clubs tätig

Mandate hat die Front Group als Vermittler auf zwei Seiten: Zum einen ist die Firma für die Spieler tätig und vertritt deren Interes-

Renato Cedrola:

«Viele Transfers scheitern nicht an sachlichen, sondern atmosphärischen Gründen.»

sen, zum anderen sucht sie im Auftrag von Clubs nach ganz bestimmten Akteuren. In Deutschland beispielsweise verlassen sich viele Clubs auf die Gebrüder Cedrola, wenn es um potenzielle neue Stars aus Argentinien geht. Mit der FIFA-Lizenz in der Tasche sind sie berechtigt, entsprechende Verträge abzuschliessen.

Lizenz hin oder her: Es gibt kaum einen Berufsstand, der weniger Kredit in der Öffentlichkeit genießt als derjenige der Spielervermittler. Vor allem in der Schweiz sei das der Fall, relativiert Renato Cedrola, im Ausland seien Vermittler selbstverständlicher Teil des Fussballgeschäfts. «Das hat damit zu tun, dass der Prozess der Professionalisierung in der Schweiz noch nicht abgeschlossen ist», sagt er, «vielen Leuten ist nicht klar, warum es Vermittler braucht.» Doch auch in der Fussballszene selbst gibt es Unkenrufe. Cedrola nennt als Beispiel den Ex-Basler Ivan Ergić, der sich einst negativ über Vermittler äusserte. Dabei sei Ergić selbst von einem solchen in Australien entdeckt worden. «Wer, wenn nicht ein Vermittler, geht denn nach Australien, um Spieler zu sichten und dann nach Europa zu holen?», fragt sich Renato Cedrola, um dann provozierend fortzufah-

ren: «Ohne Leute wie uns würde Ergić heute in Australien an einem Kebabstand arbeiten.»

Renato und Michele Cedrola räumen ein, dass es unter den Spielervermittlern auch schwarze Schafe gebe – wie eben in jeder Branche. Langfristig reüssiere aber nur, wer seriös arbeite.

### Perspektivenmarkt China

Eine langfristige Perspektive, die sich zu lohnen scheint. Heute hat die Front Group GmbH neben dem südamerikanischen Markt unter anderem Spieler in der Türkei, Griechenland, Rumänien, Polen, Spanien, Schweiz, Deutschland, Österreich und selbst China unter Vertrag. Den Markt China hält Renato Cedrola für zukunftssträftig. In jüngster Zeit hat er alles in allem rund einen Monat dort verbracht, um einen Überblick zu gewinnen und Verträge abzuschliessen. Auch Mexiko wird derzeit aufgebaut. In der Erschliessung eines neuen Marktes liegt allerdings immer auch ein Risiko. «Die meisten Leute sehen nur, was bei gewissen Transfers an Geld fliesst, aber dabei geht vergessen, dass wir Vorinvestitionen leisten und auf vielen Märkten präsent sein müssen – und es ist nie sicher, ob jemals etwas zurückfliesst.»

Ein bedeutender Teil der Arbeit besteht darin, auf dem neuesten Stand zu bleiben. Die Aufnahmegereäte bei der Front Group GmbH laufen von Montag bis Sonntag heiss, denn in Zeiten der Privatkanäle und auf Sport spezialisiertem Pay-TV kann pausenlos Spitzenfussball aus allen möglichen Ligen konsumiert werden. Alles könne man gar nicht mitverfolgen, lacht Michele Cedrola, doch zumindest bei den eigenen Spielern müsse man natürlich am Ball bleiben. Wer weiss, dass es in Italien allein drei Tageszeitungen gibt, die sich ausschliesslich um Fussball drehen, ahnt, wie zeitraubend das sein kann.

### Am Ziel angekommen

Ein Aufwand, der aber auch immer wieder zu positiven Erlebnissen führt. Renato Cedrola erinnert sich an ein Treffen des ehema-

ligen Sportchefs des HSV mit der Spitze von Inter Mailand, das er durch seine Kontakte damals ermöglicht hatte und an dem er auch selbst teilnahm. «Da sass diese hochrangigen Leute, darunter ehemalige Fussballweltmeister, und diskutierten miteinander, und irgendwann habe ich mich geistig kurz aus dem Gespräch ausgeklinkt, die Runde begutachtet und gedacht: Was mache ich hier eigentlich?», erinnert sich Cedrola. Hätte ihm jemand einige Jahre vor diesem Meeting gesagt, dass das eines Tages Wirklichkeit würde, er hätte wohl lachend abgewinkt.

Doch von nichts kommt nichts. Clever müsse man sein in diesem Geschäft, sagen die Cedrolas, niemandem völlig vertrauen, immer einen Plan B bereithalten. Viele mögliche Transfers scheitern nicht am Können des Spielers oder dem Geld oder anderen Sachargumenten, sondern an atmosphärischen Fragen oder der Politik hinter der Vereinskulisse. Faktoren, die man als Vermittler kaum beeinflussen kann. Man müsse die Sinne schärfen, beispielsweise für Konflikte zwischen Clubpräsident und Trainer, die einem Transfer im Wege stehen können und dann richtig reagieren. Der ideale Spielervermittler: Eine Mischung aus Fussballkenner und psychologisch gewieftem Verhandler also. ■

### Über die Front Group GmbH

Die Front Group ist in zwei Divisionen aufgeteilt. Im Bereich Sportsmanagement ist die Firma im internationalen Fussballgeschäft im Bereich Spielervermittlung und Beratung für Vereine, Spieler, Trainer, Agenten und Medien tätig. Im Bereich Tickets and Tours hat sich das Unternehmen zum Spezialisten für Italien-Fussballreisen und internationale Fussballtickets entwickelt. Zu den Kunden gehören Private und Firmen. Weitere Informationen unter [www.frontgroup.ch](http://www.frontgroup.ch).