

Auch ohne Fussball-WM gut aufgestellt

FRONT GROUP Für die Gebrüder Cedrola ist die Welt so rund wie ein Fussball – alles, was damit zu tun hat, passt rein, vor allem Tickets, Events und Spielertransfers.

MÉLANIE KNÜSEL-RIETMANN

Die Gebrüder Cedrola, zwei quirrlige Secondos, hatten als Buben nur eines im Kopf: Eine Blitzkarriere wie Pelé oder Maradona. Was die beiden erzählen, gäbe Stoff für einen Film über die Vergötterung ihrer Idole, das «Tschutzen» in Hinterhöfen und die verzweifelten Versuche der Eltern, die beiden Sprösslinge von der Strasse weg zum Lösen der Hausaufgaben zu locken.

«Irgendwann mussten wir einsehen, dass unser Wissen über Fussball grösser war als unser Können», erinnert sich Michele Cedrola. Das war aber nur die Verabschiedung von hochfliegenden Träumen als Profis, nicht aber vom runden Leder. Seit über zehn Jahren gehört für die Cedrolas Fussball zum Berufsalltag: Ihre Front Group vermittelt Spieler und organisiert Tickets rund um Spiele in Europa oder Südamerika.

Während das Geschäft in den genannten Regionen von der Wirtschaftskrise praktisch unberührt blieb, hapert es einen Monat vor dem Anpfiff des Eröffnungsspiels der WM in Südafrika. Die Cedrola-Brüder sind deswegen nicht am Boden zerstört. «Das war voraussehbar. Dafür gibt es viele Gründe: Die Preise für Hotels und Flüge

sind exorbitant, zudem gibt es – vor allem wegen des jüngsten Mordes eines prominenten weissen Vertreters von schärferen Rassengesetzen – berechnete Ängste, was die Sicherheit angeht. Und schliesslich ist in jener Region jetzt Winter. Viele wollen endlich in die Wärme, weil sie genug von Kälte und Nässe haben», fasst Renato Cedrola zusammen, was bei Fifa-Präsident Sepp Blatter das Horrorszenario mit halbleeren Stadien auslöst.

Anderweitig ausgelastet

Das Geschäftsglück der Cedrolas hängt nicht von der WM ab. Sie haben sich von Anfang an breit aufgestellt. Begonnen hat denn alles auch in Italien. Dass die Familie öfters dorthin reiste und sich zu Hause alles um Fussball drehte, hatte sich längst herumgesprochen. «Schon bald wurden wir angefragt, ob wir nicht Tickets organisieren können», erinnert sich Renato Cedrola, der mit seinem Bruder schon als Sechstklässler in dieses Geschäft eingestiegen war.

Wenn die Cedrolas jeweils von ihren Fussballtouren in die Schweiz zurückkehrten, erzählten sie in schillerndsten Farben von ihren Eindrücken. «Das muss man ein-

mal erlebt haben: Ein Stadion mit 80 000 Plätzen», schwärmen sie und damit haben sie ihre Freunde und Bekannten angesteckt.

«Eines ergab sich aus dem anderen, denn später kamen Touren und Events hinzu», ergänzt Michele Cedrola. Fussballspiele in München, Mailand oder Turin können mit einem Nacht- oder Mittagessen, mit Stadtbesichtigungen, einem Modeplausch, ja sogar mit einem Besuch von Museen oder Konzerten kombiniert wer-

den. Kurz: Es sind nicht bloss Eintrittskarten, die die Front Group anbietet, sondern im wahrsten Sinn des Wortes «Brot und Spiele» wie die Kaiser im alten Rom.

Kein Wunder gehören zur Stammkundschaft viele Unternehmen, die ihrer Belegschaft etwas gönnen möchten. «Interessanterweise hat die Wirtschaftsflaute daran nichts geändert. Im Gegenteil. Gerade weil die Leute sich am Riemen reissen, um die Firma auch in schwierigeren Zeiten mit ihrer Leistung zu unterstützen, besteht oft der Wunsch, diesen Einsatz zu belohnen», stellt Renato Cedrola fest.

Mittlerweile vertrauen über 13 000 Kunden auf ihn und seinen Bruder. Besonders beliebt sind die vorhin erwähnten Packages. «Wir möchten nicht ein weiterer Reiseveranstalter sein, sondern Erlebnisse kreieren und Top-Fussball mit Events kombinieren, mit denen alle Sinne angesprochen werden.» Das Zauberwort für den Erfolg der Firma heisst denn auch «Mehrwert

schaffen». Dieser Begriff hat für sie mehr als nur symbolischen Wert.

Fussball ist krisenresistent

Als die beiden beschlossen, aus ihrem Hobby einen Beruf zu machen, hatten sie weder ein Startkapital noch Vitamin B oder sonstige Unterstützung. Wobei das mit dem Vitamin B nur bedingt stimmt. Es gab viele, die ihnen aufgrund der guten Erfahrungen mit den ersten Events die Türen öffneten, auch jene, die schliesslich auch zum begehrten Transfersgeschäft führten.

Renato Cedrola ist lizenziertes Spieleragent und hat schon einige respektable Vermittlungen zu verzeichnen. Und mit Grössen im Fussballzirkus wie Gigi Öri oder Erich Vogel sind sie auf vertrautem Fuss. Dank ihrer Verbundenheit mit der Szene sind sie zu Scouts in ihrer Branche geworden.

Bedenken, dass ihre Dienstleistungen eines Tages weniger gefragt sein könnten, haben die Brüder keine: «Für Fussballspiele geben die Menschen immer Geld aus, obwohl wir wünschten, dass die Kartenpreise für die grossen Anlässe wieder vermehrt für jedermann bezahlbar sein sollten.»

Renato Cedrola (links) und Michele Cedrola vermitteln sowohl Spieler als auch Tickets.



«Irgendwann mussten wir einsehen, dass unser Wissen über Fussball grösser war als unser Können.»

Michele Cedrola
Front Group

FIRMENPROFIL

Name: Front Group GmbH, St. Gallen
Gründung: 1997
Führung: Michele Cedrola und Renato Cedrola
Umsatz: 1 Mio Fr.
Beschäftigte: Sieben
Produkte: Dienstleistungen rund um den Fussball
Internet: www.frontgroup.ch