

Die emotionale und dauerhafte Bindung der Fans zu ihrem Verein hat zur Folge, dass sie der Zeichnung einer Fußball-Anleihe eine ähnliche Wertschätzung zuteilwerden lassen wie etwa dem Stadionbesuch oder dem Erwerb von Merchandisingprodukten. Letzten Endes führt die emotionale Bindung von Fans zu ihrem Verein sogar dazu, dass die aus der Anleihe erwarteten Renditeziele nicht das Ergebnis rationaler Überlegungen sind, sondern bis zu einem gewissen Grad auf den intrinsischen Motiven der Anhänger basieren.<sup>1</sup> Dies dokumentiert sich nicht zuletzt an dem hohen Anteil an Schmuckanleihen, die bei Fananleihen regelmäßig ausgegeben werden. Bei ihnen hat der Fan die Wahl: Will er den Fanartikel unbeschadet behalten, muss er auf das Abtrennen der Zinsscheine und damit auf die jährliche Zinszahlung oder gar auf die Rückgabe der Urkunde verzichten. Die von Fan-Motiven geleitete Anlageentscheidung hat damit unmittelbar Einfluss auf die zukünftige Vermögenssituation des Vereins. Doch ist die Loyalität der Fans endlich: Die aus einem dauerhaften sportlichen Misserfolg hervorgerufene Erosion der Fan-Solidarität ist ein potenzieller Risikofaktor für die Platzierung von Fußball-Anleihen.

Fußballfans, die eine Fußballanleihe auch unter Renditegesichtspunkten erwerben, werden einem Verein ihr Kapital zudem nur dann zur Verfügung stellen, wenn sie dessen Management vertrauen. Die Gewinnung des Anlegervertrauens ist daher immer dann wichtig, wenn die Finanzierung eines Vereins auf eine breitere Grundlage gestellt werden soll, wenn also beispielsweise die Aktionärsbasis verbreitert oder neue Investorengruppen etwa bei der Begebung einer Anleihe angesprochen werden sollen. Dieses Vertrauen kann aber nur durch eine stetige, langfristig ausgerichtete Kommunikation mit den Gläubigern aufgebaut werden. Ein kurzfristiger Aktionismus im Vorfeld einer Anleiheplatzierung, etwa in Form von Hochglanzbroschüren oder Anzeigenschaltungen, ist für einen dauerhaften Erfolg an den Kapitalmärkten nicht ausreichend.

---

<sup>1</sup> Vgl hierzu Korthals J P (2005) S. 19.