

Werbung und deren Auswirkungen

Werbung muss sein, ohne Zweifel. Aber mittlerweile nimmt die Werbung immer absurdere Formen an. Neustes Beispiel ist der Hinweis auf verschiedene Sponsoren beim Bekanntgeben der Mannschaftsaufstellung. Was sich in den letzten Jahren zu einem ersten Höhepunkt für die Fans auf der Südtribüne entwickelte, wird jetzt zur Lachnummer degradiert. Die Stimmung fällt schlagartig in den Keller. Ein Heimspiel im Espenmoos läuft nach bestimmten Ritualen ab. Eines davon ist das skandieren der Spielernamen. Sollen in Zukunft die Namen der Sponsoren in die Weite des Espenmoos geschrien werden? Namen welche man notabene in der Südtribüne onehin kaum versteht? Ist unser Verein wirklich auf dieses Geld angewiesen? Könnten diese Firmen nicht andersweitig ihren Beitrag leisten?

Wie schlimm muss es um den FC St.Gallen stehen, wenn auf solche lächerliche Werbung nicht verzichtet werden kann. Wie weit muss der FC gehen um mit Werbung noch den letzten Rappen in die Kasse zu holen? Vorschläge: Bei einem Spiel wie am Samstag gegen Lugano Bicoflex Werbung " für en tüüfä gsundä schlaf „ Beim Auftritt der Barren Equipe eine Werbung für eine Krankenversicherung und wenn's schlimmer aussieht die eines Bestattungsunternehmens. Produziert ein Spieler eine Schwalbe wird sofort der Werbespot von Qualipet oder der Hinweis auf den nächsten Treff des ornitologischen Vereins über die Lautsprecher ertönen. Anstelle einer gelben Karte wird dem sündigen Spieler eine Chikita Banane vors Gesicht gehalten. Bei einem Torabstoss wird auf die neuen günstigen Flugpreise von Swiss hingewiesen. Auf der Rückseite der Hose der Spieler prangt das Hakle- Feucht Logo. Lila Pause schickt die Spieler in Kabinen und Toto-Lotto sponsort einen allfälligen Elfmeter. Hat ein Spieler ein dreckiges Tenue wird der weisse Riese ins Rennen geschickt und wenn Sascha Müller zu einem Flügellauf übers halbe Feld ansetzt wird er von Motoroil unterstützt. Falls bei einem Spieler Krampferscheinungen auftreten ist dies ein gefundenes Fressen für die Pharma Mulits vom Rheinknie. Bei einer Umarmung nach einem Torerfolg darf Bac und Ferrero Küsschen nicht fehlen. Kann ein Spieler allein aufs Tor losziehen wird auf den Tag der offenen Tür eines Sponsors hingewiesen. Wird auf den Rängen geprügelt darf Amnesty International ihren Werbespot zu Sonderkonditionen an den Mann bringen. Bieli erhält einen exklusiv Vertrag mit Duracel (die mit dem Kupferkopf) und steigt mal wieder die Lichtanlage aus kommt die Mobilair zu Ihrem Einsatz. Die Nachspielzeit wird in Zukunft von einer Striptänzerin eines Nachtclubs angezeigt. Zieht ein Torschütze sein Shirt aus kommt Beate Uhse ins Spiel.....

Werbung muss sein – aber im Rahmen

Euer Alfonscho