

## FC Zürich Business Club Corporate Design

### Herausforderung

Im Frühjahr 2004 wurde der FCZ-Business Club konstituiert. Sein Hauptzweck liegt darin, den FCZ zu unterstützen. Weiter dient er der Pflege und Förderung der Beziehungen seiner Mitglieder untereinander. Für uns lag die Herausforderung darin, für den neuen Club ein eigenständig-exklusives Erscheinungsbild zu entwickeln, das die enge Verbindung zum FCZ klar, und den Club für potentielle Mitglieder «heiss» macht.



## FC Zürich Business Club Corporate Design

### Lösung

#### intelligent

Fussball ist eine hochemotionale Angelegenheit. Ein Business Club dagegen ist eine seriösere Sache. Um den Fussball und das Business nun in einem Club zusammenzubringen, liessen wir uns von den Auftritten von Gentlemen's Clubs im Mutterland des Fussballs, England, inspirieren. Und zwar war es unsere Absicht, eine gewisse klassisch-britische Strenge mit einem aussergewöhnlichen Element, welches für Wirtschaftsleute aber keinesfalls «too much» sein durfte, in Verbindung zu bringen.

#### emotional

Wir setzten auf ein eigenständiges Club-Logo in Form eines alten Wappenschildes – das Logo des FCZ ist prägnant eingebunden, umgeben ist das Ganze von einem Strahlenkranz – und einen ebensolchen Look. So haben wir sämtliche Club-Massnahmen ganz in edlem Silber gehalten. Das silberne Logo strahlt sogar von der «züriblauen» Club-Krawatte aus reiner Seide oder den Manschettenknöpfen. Damit hebt sich der FCZ-Business Club schon im Auftritt stark von anderen Supporter-Clubs ab und erreicht so die angestrebte Exklusivität.

#### powerful

Der FCZ-Business Club ist eine Success Story: Bis im Herbst 2009 konnten über 50 Unternehmen und Privatpersonen zu einer Mitgliedschaft bewogen werden. Unser Auftritt und die diversen Massnahmen trugen ihren Teil dazu bei, dass der FCZ-Business Club als exklusiver Club bekannt, und eine Mitgliedschaft in ihm entsprechend begehrt ist.

