



EHC KLOTEN SPORT AG

SAISON- RÜCKBLICK

SAISON 2025/2026



JAHRESRÜCKBLICK

Die Saison 2025/26 war für den EHC Kloten mehr als nur ein weiteres Jahr in der National League. Sie war geprägt von wichtigen Entscheidungen, strukturellen Entwicklungen, sportlichen Herausforderungen und intensiven Emotionen, auf und neben dem Eis. Dieser Rückblick soll unseren Partnern, Fans, Wegbegleiter und damit der ganzen EHC Kloten Familie einen transparenten Einblick geben, wo wir stehen, was uns bewegt hat und wohin der gemeinsame Weg führt.

RÜCKBLICK DES VERWALTUNGSRATS-PRÄSIDENTEN JAN SCHIBLI

Die Saison 2025/26 war bereits unsere vierte in der National League. Einfach zusammengefasst zeigt sich rückblickend ein klares Bild: Zwei starke Saisons über den Erwartungen, eine schwache und eine durchgezogene sportliche sowie emotionale Saison 2025/26. Nebst einer intensiven sportlichen Saison stellten wir uns der Herausforderung, den EHC Kloten strukturell so auszurichten, dass wir nachhaltig den hohen Ansprüchen auf und neben dem Feld gerecht werden können. Klar ist, wir sind nach vier Saisons noch nicht am Ziel unserer Vision, denn dies braucht Zeit und Vertrauen in den eingeschlagenen Weg.

Der Weg von der Swiss League in die National League ist kein Spaziergang in eine Richtung. Im Zentrum stand die finanzielle Sanierung und Sicherstellung der nötigen zusätzlichen Gelder, verbunden mit dem Aufbau einer klareren übergeordneten Strategie, welche der nachhaltigen Entwicklung der sportlichen und wirtschaftlichen Strukturen dient. Wir mussten viele, zum Teil auch mutige, Entscheidungen treffen. Prozesse wurden optimiert und professionalisiert, neue Ideen geprüft und erste Zukunftsinvestitionen für weitere Ertragsstränge vorbereitet. Heute können wir sagen: Der EHC Kloten hat sich stabilisiert und muss den Blick nach vorne richten können. Das Potential ist aktuell nicht ausgeschöpft. Nebst dem unermüdlichen Willen besser zu werden, ist es uns ein Anliegen zu erwähnen: Was in den

letzten Jahren aufgebaut, respektive erarbeitet wurde motiviert extrem. Der Dank gilt nebst den Mitarbeitenden auch allen Partnern und Fans, die unserer Organisation seit Jahren treu sind und die Geschichte des EHC Kloten weiterschreiben.

«Unsere gemeinsame Motivation ist es, dem EHC Kloten die Chance zu geben sich nachhaltig zu positionieren. Wir wissen, woher wir kommen und wohin wir wollen. Mein Rezept für den Erfolg basiert auf gegenseitiges Vertrauen, klaren Strukturen und der Bereitschaft miteinander am selben Ziel zu arbeiten – so führe ich auch den EHC Kloten.»

JAN SCHIBLI (VRP, EHC Kloten Sport AG)

Die grösste Herausforderung auch bei strategischen Entscheidungen ist die Diversität, mit welcher der EHC Kloten konfrontiert ist. Im Stadion treffen unterschiedliche Zielgruppen, Meinungen und Interessen aufeinander. Die Herausforderung besteht darin, diese Vielfalt zu berücksichtigen, Kompromisse zu suchen und gleichzeitig gewisse Regeln zu respektieren. So werden wir uns langfristig in diesem kompetitiven Umfeld entwickeln können.



SPORTLICHER RÜCKBLICK



Wir nehmen hier gleich klar Stellung und halten fest: Das für uns weiterhin hoch gesteckte und übergeordnete Saisonziel Play-Ins wurde leider verpasst und das primäre Ziel, die Ligaquali zu umgehen konnte erreicht werden. Nüchtern betrachtet eine durchgezogene Saisonbilanz, denn jeder spürte: «Hier wäre mehr möglich gewesen!» Phasenweise wurde sehr gutes Eishockey gespielt, dennoch haben wir zu viele Punkte liegen gelassen, die möglich und teilweise auch verdient gewesen wären. Genau hier setzen wir an: Die gemachten Fehler müssen und wurden zum Teil bereits analysiert, kritisch hinterfragt sowie justiert. Gleichzeitig werden positive Elemente konserviert und weiterentwickelt.

«Wir haben einen klaren sportlichen Plan und diesen auch kommuniziert. Dass der Weg nicht in eine Richtung geht, haben wir gewusst. Uns fehlten 5 Punkte für die Play-Ins, was uns viel Mut gibt für die kommende Spielzeit, denn einiges lief nicht perfekt in unserem Sinne. Wir haben viel Arbeit vor uns, hohe Erwartungshaltungen und einen enorm starken Teamspirit.

Wir werden unsere Ziele auch in der Saison 2026/27 nur über das Kollektiv erreichen können.»

RICARDO SCHÖDLER (GM, EHC Kloten Sport AG)

Erfreulich ist die signifikante positive Entwicklung der «Special Teams». Hier gilt es dranzubleiben, denn gerade in engen Spielen, die wir auch in der Saison 2026/27 erwarten, können Spiele in Unter- und Überzahl entschieden werden. Die Torproduktion war primär ungenügend und einer der Hauptgründe für die vielen knappen Niederlagen. Wir möchten uns auch nicht hinter Glück oder Pech verstecken, sondern müssen Wege erarbeiten, indem wir unsere besten Torschützen bestmöglich in Position bringen können.

BLICK HINTER DIE KULISSEN DER GESCHÄFTSLEITUNG

FINANZEN

Seit Ende 2022 arbeitet das Team der EHC Kloten Sport AG konsequent daran, das operative Defizit zu reduzieren – ein leider unspektakuläres Thema, jedoch entscheidend für die tägliche Arbeit. Das Controlling wurde massiv verbessert, Kostenstrukturen überprüft sowie optimiert und nun konnten erste neue Ertragsquellen aufgebaut werden. Ein besonders wichtiger Meilenstein war die Sanierung der Bilanz. Wie im April 2025 kommuniziert, bestand über Jahre hinweg ein erheblicher Verlustvortrag. Vereinfacht gesagt: Die Organisation hatte mehr Schulden als Vermögenswerte. Diese Situation konnte bereinigt werden. Für den EHC Kloten bedeutet das ein echter Wendepunkt, nun kann nachhaltig in die Zukunft und nicht in die Vergangenheit investiert werden. Auch die Liquidität wurde verbessert – das vorhandene, sofort verfügbare Kapital erlaubt es nun, kleinere zukunftsorientierte Investitionen zu tätigen.

«Über Finanzen zu sprechen ist selten populär, doch sie bilden den Rahmen dafür, wie

sich unsere Organisation entwickeln kann. 70 % der Mittel fließen direkt in den Sport, während unsere aktuelle Herausforderung in der Geschäftsleitung darin besteht, aus den verbleibenden 30 % eine Struktur aufzubauen, die künftig höhere Erträge ermöglicht.»

PATRICK HAGEN (CFO, EHC Kloten Sport AG)

Das Fazit ist klar: Die Aufwände konnten stark reduziert werden und der Fokus liegt nun auf der Ertragsseite. Dennoch bleibt jede Saison neben den klassischen Herausforderungen auch eine finanzielle Herausforderung und wir können uns nur in kleinen Schritten weiterentwickeln.



ZUSCHAUER, FANERLEBNIS UND DIE KOMMUNIKATION DAHINTER

Sportlicher Erfolg beeinflusst die Zuschauerzahlen primär, dies hat sich in den letzten drei NL-Saisons deutlich gezeigt. Unabhängig davon arbeiten wir intensiv daran, das Stadionerlebnis weiter zu verbessern und die Zielgruppen besser kennen zu lernen. Was die moderne Zielgruppenanalyse und -kommunikation angeht, waren wir bis heute sehr schwach aufgestellt. Um künftig gezielter, professioneller und transparenter informieren zu können und mehr Fans sowie weiteren Stakeholders gerecht zu werden, konnten wir in der laufenden Saison einige Massnahmen tätigen, die uns helfen werden, diesen Aufgaben besser umzusetzen.

Gleichzeitig wächst das Angebot rund um den Spieltag stetig an. Die Aufwertung des Bistros oder die neu geschaffene EHC-K Business Lounge sind zwei kleine sichtbare Beispiele dafür, wie das Angebot gesteigert wird. Beim Kids Corner und bei den Apéro-Boxen konnten wir diese Saison die Buchungen massiv steigern. Den Spezialgames in der Regular Season wurde mehr Aufmerksamkeit geschenkt und entsprechend konnten attraktivere Events für unsere Fans lanciert werden.

«Wir haben soeben erst beginnen können, modernes und zielgruppenspezifisches Marketing zu betreiben. Die Infrastruktur dafür wurde in den letzten Jahren entwickelt und nun braucht die Implementierungen etwas Zeit und eine klare Strategie, damit wir gemeinsam den EHC Kloten voranbringen können. Die Marke hat noch grosses Potential und wir konzentrieren uns auf die Themenfelder, welche wir direkt beeinflussen können. Unser Anspruch ist es, dass bei jedem Event, jedem Happening und allen Heimspielen des EHC Kloten möglichst

viele Besucherinnen und Besucher zufrieden nach Hause gehen.»
DOMINIQUE NIGG (CMO, EHC Kloten Sport AG):

Die Positionierung der Marke EHC Kloten wird immer wichtiger für die Organisation und damit verbunden unser Auftritt auf allen Ebenen. Ein modernes Sportunternehmen muss sich online, vor Ort bei allen Stakeholdern und medial klar positionieren. Unsere Werte sind definiert und werden bis zur ersten Mannschaft vorgelebt. Ein roter Faden, muss durch alle Abteilungen gezogen werden können und dient der gemeinsamen Vision für grössere Ziele.

Auch die Infrastruktur spielt eine zentrale Rolle. Als Mieter haben wir nur begrenzten Einfluss, verstehen uns jedoch als treibende Kraft für eine moderne, zeitgemässe SWISS Arena. Wir unterstützen die Stadt Kloten aktiv und möchten bereits mit kleineren Projekten und Neuerungen das Stadionerlebnis schon ab der kommenden Saison spürbar verbessern.

Das Potential in diesen Bereichen ist enorm hoch und wir müssen unseren Gästen neben dem Feld mehr bieten. Es ist nicht nur ein Potential, wir auf der Geschäftsstelle sind gefordert, diese Bereiche in die genannten professionelleren Strukturen zu führen. Wir befinden uns hier in einem Arbeitsfeld, indem jeder eine eigene Meinung hat sowie haben soll, eigene Interessen verfolgt und verschiedene Geschmäcker aufeinandertreffen. Der schmale Grat, dass für jeden Gast etwas geboten werden kann und am Ende jeder seinen Besuch geniessen kann ist die Grundmotivation und Herausforderung für uns im Marketing.



STRUKTUREN STÄRKEN - GEMEINSAM VORWÄRTS

Der Verwaltungsrat, gemeinsam mit dem Vereinsvorstand und der Geschäftsleitung, verfolgt seit längerer Zeit das Ziel, Synergien zu stärken, Prozesse zu optimieren und die Professionalisierung der gesamten Organisation von Verein und AG weiter voranzutreiben. Im vergangenen Jahr konnten in diesem Zusammenhang wichtige erste Schritte umgesetzt werden. Ricardo Schödler und Martin Büsser hatten ihre Zusammenarbeit intensiviert, den Athletenweg von der U21 und den weiteren U-Teams, unter Berücksichtigung der Kooperation mit dem HC Thurgau und der 1. Mannschaft, besser zu strukturieren und zu definieren. Ein erster wichtiger Schritt einer vertieften Zusammenarbeit, die nun weiter ausgebaut werden kann – mehr dazu im Kapitel Ausblick.

Die EHC Kloten Sport AG hat im Zuge der gesamten Weiterentwicklung, zudem ein Teil der operativen Aufgaben organisatorisch stärker dem Marketing zugeordnet. Diese Verschiebung trägt dazu bei, die vorhandene und aufgebaute Infrastruktur gezielter für Marketingaktivitäten zu nutzen und stärker auf individuelle Interessen einzugehen. Durch die engere Verzahnung entstehen qualitativ hochwertigere Events, zielgruppenspezifische Kommunikation, die mit einem klaren roten Faden,

der sich durch das gesamte Erlebnis zieht. «Die sportliche Strategie und DNA ist definiert, die technische Basis wurden gelegt und das finanzielle Controlling zeigt uns unser Spielraum klar auf. Nun gilt es, das Produkt und die Marke EHCK auch neben dem Feld für unsere Kunden konsequent weiterzuentwickeln und noch attraktiver zu gestalten. Hier liegt eines unserer grössten Potenziale – von der Kommunikation über die Zuschauerentwicklung bis hin zum ganzheitlichen Erlebnis rund um den EHC Kloten. Dies hat uns bereits und wird uns im gesamten Team stark fordern. Wir freuen uns diese Challenge gemeinsam anzugehen.»

ANJO URNER (CEO, EHC Kloten Sport AG)



DISKURS STEHPLÄTZE SCHLUEFWEG

Gleich vorweg: der EHC Kloten hat nur ein Interesse und das ist möglichst viele friedliche Fans in der SWISS Arena begrüßen zu dürfen. Auch klar ist, Leidenschaft, Emotionen und Unterstützung gehören zu unserem Stadionerlebnis und zum Sport dazu – solange sie im Einklang mit unseren klaren Werten und Regeln stehen. Keiner ist wichtiger als der andere und jeder ist Teil des Ganzen, nur so ist das gemeinsame Erlebnis mit sehr unterschiedlichen Interessensgruppen möglich.



DER DISKURS WURDE UND WIRD GESUCHT

Der Verwaltungsrat, Teile der Geschäftsleitung und weitere Mitarbeiter aus der Organisation haben sich stets und in dieser Saison noch intensiver, mit Vertretern der Stehplätze Schluefweg getroffen und sich auch mit ihren Anliegen auseinandergesetzt. Die jüngsten kollektiven und öffentlichen Kommunikationen der Stehplätze Schluefweg haben wir zur Kenntnis genommen und uns bewusst entschieden, zurzeit nicht öffentlich darauf zu reagieren. Die

Enttäuschung über die einseitige Darstellung von einzelnen Geschehnissen ist gross und es ist uns wichtig ein paar Grundlegende Themen aufzugreifen. Wir halten fest, der grösste Schaden für den EHC Kloten entsteht, wenn versucht wird, unsere verschiedenen Stakeholder gegeneinander auszuspielen oder zu spalten.

VERANTWORTUNG

Der EHC Kloten hat eine Verantwortung für Alle und übernimmt diese. Es ist ein breiter Katalog und Spagat zwischen betriebswirtschaftlichen, emotionalen, infrastrukturellen und auch sicherheitstechnischen Faktoren. Verantwortung heisst für uns, nicht primär als Kollektiv zu agieren, sondern auch persönlich Haltung zu zeigen und gemeinsam Lösungen zu finden. Unsere Verantwortung geht weit über die Stadions- und Stadt- Grenze hinaus. Der EHC Kloten ist eine nationale Traditionsmarke und wer in den Clubfarben auftritt, ist Teil des Ganzen und wird auch so wahrgenommen. Dazu gehört unter anderem die Umsetzung der Richtlinien der National League sowie der Anspruch, regionalen und auch nationalen politischen Interessen gerecht zu werden. Gleichzeitig pflegen wir eine enge Zusammenarbeit mit verschiedenen privaten Stakeholdern. Unsere Verantwortung ist es: Ein Eventerlebnis zu erarbeiten, das dem EHC Kloten, dem Schweizer Eishockey und möglichst vielen verschiedenen Interessen gerecht wird. Verschiedene Meinungen und Ansichten und der Frust über verlorene Punkte gehören dazu. Klar unverantwortlich sind jene, die sich an Ausschreitungen, Sachbeschädigungen oder sogar persönlichen Angriffen in irgendeiner Form beteiligen. Wer diese Werte verletzt oder in irgendeiner Form schützt, ist beim EHC Kloten nicht willkommen und schadet der gesamten Organisation.

WIR ALLE SIND DER EHC KLOTEN

Wir sehen uns in dieser Thematik nicht über den Dingen, sondern selbstverständlich als Teil davon. Es handelt sich um ein anspruchsvolles Umfeld, in dem Entscheidungen vor Ort häufig in hektischen Situationen getroffen werden müssen, die auch durch das Umfeld und die Emotionen rund um das Spiel beeinflusst werden. Entscheidungen können für Einzelne oder für das Kollektiv einschneidend sein, gerade deshalb sind wir uns der Verantwortung bewusst und versuchen stets objektiv zu handeln. Wir beurteilen unser Handeln auch kritisch und bemühen uns, in zum Teil unübersichtlichen Situationen möglichst fair und angemessen zu entscheiden. Das Sanktionen selten als gerechtfertigt wahrgenommen werden, liegt in der Natur der Sache. Ein übergeordneter Vorwurf, willkürlich zu handeln oder gar eine besondere Motivation zu verspüren, Sanktionen auszusprechen, weisen wir jedoch entschieden zurück. Fakt ist, dass wir auch in dieser Saison leider erneut zu häufig mit gewalttätigen Auseinandersetzungen bei Spielen, diversen Schmierereien, Sachbeschädigungen sowie Vandalismus an verschiedenen Anlagen konfrontiert waren. Besonders bedauerlich sind zudem gezielte Aktionen im privaten Umfeld, gegen Mitarbeitende der Sport AG und da sprechen wir nicht allein von den Sprühereien in Kloten. Darüber hinaus mussten wir uns mehrfach mit Bussen und Verfahren aufgrund von Verstößen gegen die Ordnung der National League auseinandersetzen. Ohne auf Details einzugehen, der EHC Kloten muss Verantwortung übernehmen und stellt sich den Themen. Die aktuellen Darstellungen rund um das Thema «Goodhosting» oder anderen Aktionen rund um den Spielbetrieb entsprechen nicht der vollständigen Realität und wird derzeit stark verzerrt wiedergegeben. Sanktionen bleiben leider ein notwendiges Instrument, um Regeln durchzusetzen und die Integrität der Organisation und alle die sich an die Regeln halten zu wahren. Wir setzen auf die Einzeltäter Verfolgung, beziehen aber auch klar Stellung und betonen, dass dies nicht immer möglich ist und diese zum Teil auch aktiv geschützt werden. Ergo wird die kleinstmögliche Gruppe sanktioniert, damit auch die Rechten und Pflichten aller andern Besucherinnen und Besucher geschützt werden können.

DER FAN-RAT

Es ist für uns eines der belastendsten Themenfelder dieser Saison, weshalb wir neue Wege finden müssen. Als konstruktiven Lösungsansatz wird der Fan-Rat wieder ins Leben gerufen. Dies wurde den Vertretern der Stehplätze Schluiefweg auch bereits mitgeteilt. In diesem Rat sollen Vertreterinnen und Vertreter der Stehplätze Schluiefweg ebenso wie weitere Protagonisten von diversen Zuschauersegmente gemeinsam über wichtige Klubthemen informiert werden. Es wird die Möglichkeit geben einige Themen zu diskutieren und gemeinsam die Ideen nach aussen zu tragen. Damit entsteht eine repräsentative, strukturierte und im Interesse Aller konzipierte Diskussionsrunde. Die Endverantwortung für den Klub und die finale Ausrichtung obliegt selbstverständlich bei dem Verwaltungsrat und dessen gesamten Geschäftsleitung und gleichzeitig wird der Fan-Rat ein wichtiger Barometer repräsentieren, der in Entscheidungsprozesse miteinbezogen wird. Es wird damit zwischen Sicherheit und Fanarbeit unterschieden – die Fanarbeit findet ab der kommenden Saison im Fan-Rat statt.

KONKLUSION

Der EHC Kloten unternimmt alles gegen Gewalt und Vandalismus und trägt die Verantwortung dafür, die Organisation und damit auch die Marke zu schützen. Die bestehenden Regeln gelten für Alle und stecken einen verlässlichen Rahmen ab, damit ein Zusammenkommen diverser Interessen möglich ist. Hier sprechen wir von unterschiedlichen Faninteressen, diverse kommerzielle Interessen und allgemeiner Fairness gegenüber allen Besucherinnen und Besucher. Gleichzeitig bleibt im Stadion genügend Raum für Emotionen und Fan-Kultur. Wieso verzichten wir auf einzelne Beispiele einzugehen? Dies, weil jeder Fall seine eigene Geschichte hat und eine öffentliche Darstellung weder der einen noch der anderen Seite je gerecht werden wird – diese Fälle werden einzeln mit den Protagonisten besprochen. Dass man nicht immer dieselben Meinungen vertritt, ist verständlich und können wir akzeptieren. Nicht akzeptieren können wir eine Kommunikation, die eine mögliche Spaltung herbeiführt und gezielt Details unkommentiert lässt. Solche Entwicklungen sehen wir in der Welt bereits zu Genüge. Es braucht klare Regeln, damit sich alle wohlfühlen können und gleichzeitig gewisse Freiheiten.

Diesen schmalen Grat zu finden ist und bleibt eine Herausforderung. Im Grundsatz gilt: Wer fordert muss auch Verantwortung übernehmen. Es handelt sich um den gemeinsamen

Willen, tragfähige Lösungen für den EHC Kloten zu finden.

«Gewalt, Vandalismus und persönliche Anfeindungen haben im Umfeld des EHC Kloten keinen Platz und schaden der Marke und unserer Mannschaft. Emotionen und Kritik gehören zum Sportbusiness dazu, müssen jedoch respektvoll, konstruktiv und selbstreflektierten Rahmen bleiben. Der Club steht über individuellen Interessen und es gab diverse Aktionen diese Saison, die eine akzeptierbare Grenze überschritten haben. Solange ich den Club unterstütze, dürfen unsere Grundwerte nicht untergraben werden.»

JAN SCHIBLI (VRP, EHC Kloten Sport AG)



AUSBLICK AUF DIE SAISON 2026/27

Mit einem motivierten Blick nach vorne fokussieren wir uns auf die kommende Entwicklungsphase. Für die kommende Saison liegt der Fokus darauf, die bereits gelegte Basis konsequent weiterzuentwickeln und den Club in allen Bereichen nachhaltig zu stärken. Sportlich im Fokus stehen insbesondere die Teamzusammensetzung rund um die Schlüsselspieler, neue Impulse im Trainerstab sowie die intensiviertere Zusammenarbeit des Vereins mit der AG im Zentrum. Gleichzeitig gilt es, im Bereich Finanzen und Marketing die Kennzahlen und das Controlling weiter zu schärfen und neue sowie bestehende Ertragsstränge gezielt zu entwickeln. Auf organisatorischer Ebene wollen wir von Saison zu Saison professioneller und attraktiver werden. Ziel ist es, das Gesamtprodukt konsequent in die moderne Welt des Sportbusiness zu führen, um in einem zunehmend kompetitiven Umfeld langfristig bestehen zu können. Auch dafür wurde die umfangreiche Fan-Umfrage erstellt. Wir wollen die Interessen unserer Kundinnen und Kunden noch besser verstehen und möglichst gezielt darauf eingehen. Die Umfrage wurde bewusst extern von Spezialisten konzipiert, um möglichst neutrale, ehrliche und auch empirisch belastbare Daten zu erhalten.

SPORTLICHER AUSBLICK

Die Teamplanung beim EHC Kloten erfolgt stets über mehrere Jahre. In der Regel wird über drei bis vier Saisons hinweg geplant. Entsprechend zu berücksichtigen sind klar definierte Profile, Schlüsselpositionen und den entsprechenden Vertragslaufzeiten. In diesem Sommer liegt der Fokus insbesondere auf wichtigen Schlüsselspielern, die für die langfristige sportliche Ausrichtung zentral sind. Das Budget setzt dabei den Rahmen mit welchen Spielern geplant werden kann, gleichzeitig sind Faktoren wie die sportliche Infrastruktur und das Umfeld allgemein entscheidend und werden entsprechend laufend verbessert. Die Veränderungen im Coachingstaff geben

der Mannschaft neue Impulse und gleichzeitig wird das bestehende Grundkonzept konsequent weitergeführt sowie weiterentwickelt. Wie bereits angesprochen, arbeiten Verein und AG zusätzlich noch enger zusammen als je zuvor. Mit der Einführung der Rolle eines Youth GM wird der Athletenweg unserer Junioren gezielter und individueller gestaltet. In enger Zusammenarbeit mit Ricardo Schödler werden die Juniorenabteilungen durch den Youth General Managers geführt. Ziel ist es, Talente im richtigen Moment auf das nächste Level zu führen und am Ende ihre Chancen auf Einsätze in der National League zu erhöhen. Ein bewusst etwas schlankeres Kader soll zudem ermöglichen, dass Junioren wertvolle Eiszeit in der ersten Mannschaft erhalten. Dieser Prozess ist filigran und muss individuell auf die einzelnen Spieler abgestimmt werden, während gleichzeitig die Organisation des Vereins näher an die AG rückt, um vorhandene Synergien noch besser zu nutzen.



TICKETING

Im Bereich Ticketing wird es leichte Justierungen zugunsten des Fans geben. Nach einigen Anpassungen in den vergangenen Jahren, verfügen wir heute über ein funktionierendes System, das sich logistisch bewährte und auch die effektiven Verkaufszahlen im gesamten Stadion sich positiv entwickelten. Ausgebaut wird zudem das Familienangebot und die Altersgrenze bei den ermässigten Tickets wird nochmals zugunsten der Kunden angehoben. Diese Massnahmen sind auch ein Ergebnis der Fanumfrage. Dabei berücksichtigen wir insbesondere das Feedback, dass der Kids Corner sehr geschätzt wird, gleichzeitig aber noch ein klassisches Familienangebot rund um den Spielbesuch gewünscht wird.

Zurück zu der allgemeinen Altersgrenze für ermässigte Tickets: Mit den angepassten Altersregelungen haben wir den Fächer weiter geöffnet, wodurch das durchschnittliche Alter von Studierenden besser berücksichtigt wird. Eine Kritik, der wir mit diesem Kompromiss Rechnung tragen. Weiterhin wir ein Kind bis Jahrgang 2015 für lediglich fünf Franken im Kids-Corner oder auf den Stehplätzen ein Spiel besuchen können. Wer als Familie sitzend ein Spiel geniessen möchte, profitiert von dem neu reaktivierten Family-Corner.

TRADITION UND ZEITGEMASSE ANSPRÜCHE

Die Infrastruktur kann nur begrenzt optimiert werden. Umso wichtiger ist die gezielte Aufwertung des Gesamterlebnisses im Stadionring, ein zentrales Projekt für den Sommer 2026. Gemeinsam mit der Stadt Kloten und einigen Partnern treiben wir dazu mehrere konkrete Vorhaben voran: die Schaffung einer Hall of Fame im Stadionring, eine visuelle und funktionale Aufwertung der Buvetten sowie deren Digitalisierung. Das Bistro wurde bereits modernisiert; hier sind noch punktuelle Feinjustierungen vorgesehen. Insgesamt zeigen diese Massnahmen klar, in welche Richtung sich der EHC Kloten entwickelt: Wir sind ein Traditionsverein, aber kein Museum. Wir pflegen unsere Geschichte und wollen gleichzeitig den hohen Erwartungen unserer Besucher mit einem zeitgemässen Stadionerlebnis gerecht werden.

In der Kommunikation werden wir künftig stärker auf individuelle und zielgruppen-gerechte Ansprache setzen. Wir müssen unsere Zielgruppen noch besser kennenlernen und entsprechend bespielen. Diverse Kommunikationsmittel helfen, die Spiele, externe und interne Events und auch spielerische Integrationen oder kleinere Benefits für die Fans zu den Fans zu transportieren. Gerade auch das Weiterentwickeln der App wird hier eine zentrale Rolle einnehmen. Auch im Bereich Merchandise werden einige konkrete Feedbacks gehört. Hier sind wir bestrebt, die Zusammenarbeit mit Ochsner Hockey weiter zu intensivieren und das Angebot gezielt weiterentwickeln. Ein Projekt für einen verbesserten Fanshop beim Stadion ist in Planung. Die Produkte sollen stärker aufeinander abgestimmt sein und die Identität des EHC Kloten klar und einzigartig widerspiegeln.

Ebenfalls sehr nennenswert ist die Entwicklung der noch sehr junge Event-Sparte des EHC Kloten, welche sich in kurzer Zeit äusserst positiv entwickelt hat. Von Stadionführungen über «Money can't buy»-Erlebnissen bis hin zu Firmenanlässen, diversen Weihnachtsessen oder Sitzungsformaten sind neue Ertragspfeiler entstanden, die nun gezielt auf das nächste Level gehoben werden. Unser Anspruch ist klar: Wer ein Speziaispiel besucht, soll dieses als besonderes Erlebnis im Herzen behalten. Wer beim EHC Kloten rund um das Spiel Dienstleistungen oder Events bucht, soll auf eine professionelle Organisation zählen können. Die qualitative Weiterentwicklung des Portfolios sowie der Ausbau diverser Angebote sind daher ein wichtiger Teil der Wachstumsstrategie – denn der EHC Kloten bietet weit mehr als die 26 bis 30 Eishockeyspiele zu Hause pro Saison.

«Erträge neben dem klassischen Eishockey generieren – dieses Ziel haben wir uns vor rund zwei Jahren auf die Fahne geschrieben. In der Saison 2025/26 haben wir diesbezüglich wichtige Etappenziele erreichen können. Noch nie wurden so viele Nebeneinnahmen generiert, wie in der vergangenen Saison. Mit vielen Events, speziellen Angeboten neben dem Eis und einer Tochtergesellschaft, haben wir wichtige Erfolge erzielen können. Diese gute Basis gilt es nun weiter auszubauen. Gerade der Bereich Corporate-Events birgt weiter viel Potential. Die Infrastruktur bleibt weiterhin ein grosses Thema. Wir arbeiten intensiv an verschiedenen Fronten, um allen Anspruchsgruppen die bestmögliche Infrastruktur bieten zu können.»

FABIAN FRAUENFELDER (COO, EHC Kloten Sport AG)

DIE GESAMTE ORGANISATION EHC KLOTEN VEREIN UND EHC KLOTEN SPORT AG

Bis heute besteht ein Kooperationsvertrag zwischen dem EHC Kloten Verein und der EHC Kloten Sport AG. In der Saison 2025/26 wurde das Konzept verfeinert, dass die Zusammenarbeit der beiden juristischen Personen neu definiert.

Mit der Einführung der Rolle eines Youth General Managers wird ein Profil neu definiert,

welches die sportliche Entwicklung der Junioren gemeinsam mit dem General Manager der NL koordiniert und über die gesamte Organisation hinweg führt. Dadurch wird sichergestellt, dass sportliche Leitlinien und Entwicklungsziele vom Nachwuchs bis in den Leistungsbereich kohärent umgesetzt werden.

Parallel dazu wurden auch in den administrativen Bereichen verstärkt Synergien geschaffen. Administration-, Marketing- und Officearbeiten, welche auch für den Verein viel Aufwand bedeuten, rücken enger zusammen und nutzen noch koordinierter gemeinsame Strukturen und Abläufe. Diese Bündelung von Kompetenzen und personellen Ressourcen ermöglichen effizientere Prozesse mit gleichen personellen Ressourcen und eine stärkere interne Abstimmung.



SCHLUSSWORT

Der EHC Kloten war schon immer mehr als ein Eishockeyclub. Er ist Begegnungsort, Emotion, Tradition und Zukunft zugleich. Diese Saison hat uns gefordert – sportlich, organisatorisch und auch im Miteinander. Gleichzeitig hat sie uns erneut gezeigt, welche Kraft in diesem Club, in seinen Menschen und in seiner Geschichte steckt. Wir wissen, dass der eingeschlagene Weg Geduld, Vertrauen und manchmal auch kritische Diskussionen braucht. Doch wir sind überzeugt: Wenn wir unsere Werte leben, Verantwortung übernehmen und gemeinsam am selben Ziel arbeiten, kann der EHC Kloten seine Stärke entfalten – auf dem Eis und darüber hinaus. Jeder Fan, jede/r MitarbeiterIn, jede/r SpielerIn, jeder Partner ist Teil dieses Weges. Am Ende verbindet uns alle dasselbe: die Leidenschaft für den EHC Kloten. Lassen wir diese Leidenschaft weiterhin laut, emotional und stolz ausleben und lasst uns zeitgleich respektvoll und verbindend agieren. Gemeinsam tragen wir die Farben Blau, Weiss, Rot in die Zukunft.



SPONSOREN

FIRST



PREMIUM ECO



ECONOMY



EQUIPMENT



ARENA



OFFICIAL LEAGUE PARTNER & BROADCAST PARTNER TV



MEDICAL



ORTHOPÄDIETECHNIK



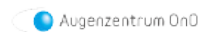
TICKETING PARTNER



WORKWEAR



PARTNER



EHK KLOTEN SPORT AG

KONTAKT

ADRESSE:

Marktgasse 13
8302 Kloten

TELEFON:

+41 44 800 10 10

E-MAIL:

info@ehc-kloten.ch

WEBSEITE:

www.ehc-kloten.ch

