

Profifußball in der Krise, zwischen Moral und Anspruch

Perversion und Entfremdung:

Nur einige Beispiele:

Real Madrid, hat 2017 aus kommerziellen Gründen in den Vereinigten Arabischen Emiraten, Saudi-Arabien, Katar, Kuwait, Bahrain und Oman das Kreuz als christliches Symbol aus ihrem Vereinswappen genommen.

Informationen über den mehrfachen Weltfußballer Cristiano Ronaldo besagen, dass dieser, um Steuern zu sparen, bis 2014 eine Briefkastengesellschaft nutzte, in die seine Werbeeinnahmen flossen. Des Weiteren verkaufte Ronaldo seine Werberechte bis 2020 an zwei weitere, von ihm selbst gegründete Briefkastenfirmen auf den Britischen Jungferninseln. Die Einnahmen aus diesem Verkauf in Höhe von knapp 75 Millionen Euro wurden auf Ronaldos Konto bei einer Privatbank in der Schweiz überwiesen. Ronaldos Verhalten war strafrechtlich nicht relevant, da die Firmen dank einer zu diesem Zeitpunkt geltenden Sonderregelung des spanischen Steuerrechts legal waren. Quelle: wikipedia.org/wiki/Football_Leaks

In den USA wurden dutzende von FIFA Fußballfunktionären wegen Bestechung angeklagt und teilweise verurteilt. Das FBI schätze die Bestechungssummen auf ca. 150 Mio. USD.

Staaten die u. a. massiv gegen Menschenrechte verstoßen, wie Katar, richten eine Weltmeisterschaft aus und machen „National-Branding“ in dem sie Fußballclubs wie PSG finanzieren. Chinesische Staatsfonds und Oligarchen fluten ebenso Clubs in der spanischen, italienischen und englischen Liga.

Spieler verlängern während der Corona Krise ihren Vertrag mit einer Gehaltsteigerung auf ca. 15 Mio Euro im Jahr, gleichzeitig bitten Vereine ihre Fans darum, auf die Rückerstattung ihrer Tickets zu verzichten.

Club Mitarbeiter wie Fans sind teilweise in der Kurzarbeit und einige Spieler streiten sich über 10% Gehaltskürzungen.

Football Leaks hat massenhafte moralisch Verfehlungen und strafrechtlich relevante Fakten ans Licht gebracht. Das Schlimme dabei ist, kaum Jemanden schien es in der Vergangenheit wirklich zu interessieren, nach dem Motto „was interessiert mich der Krieg und das Elend in der Welt, solange es nicht vor meiner Haustür stattfindet“. Auch Fans müssen sich teilweise den Vorwurf gefallen lassen, ihre Forderungen nach Glaubwürdigkeit, weniger Kommerzialisierung, höhere Identifikation der Spieler mit dem Club, Ethik und Moral, selektiv anzuwenden. Der Drang zum Erfolg für den eigenen Club verwässert oft die Wahrnehmung, diese gilt natürlich auch für die Manager und Funktionäre.

Faszination und volkswirtschaftlicher Input :

Fußball ist faszinierend, für viele Menschen der Lebensmittelpunkt und Sinn Stifter. Fußball sozialisiert, macht Menschen gleich und hat sogar, wie im Fall der Elfenbeinküste im Rahmen der FIFA WM 2006, die Kraft als Friedensstifter. Fußball schafft Identifikation, wie kaum ein anderer Lebensbereich. Er verändert den Blick auf Länder und ihre Menschen, wie der positive Effekt für Deutschland zur FIFA WM 2006. Ca. 300 Mio Menschen spielen weltweit aktiv Fußball, keine andere Sportart ist so verbreitet wie der Fußball. Fußball ist eine Weltmacht, ob am Strand, in den Slums, oder in den modernsten Stadien, Fußball begeistert weltweit die Massen und sorgt schon lange für eine Globalisierung.

Laut Sport Satellitenkonto 2019 beträgt die gesamte Wirtschaftsleistung Sport, mit ca. 1,3 Mio Beschäftigten und ca. 70 Milliarden Euro Umsatz alleine in Deutschland. Laut DFL-Bericht für die

Saison 2018/19 waren 56.081 Personen in der Saison 2018/ 19 „direkt oder indirekt rund um die Bundesliga und 2. Bundesliga beschäftigt“. Kommunen profitieren hochgradig durch Steuereinnahmen und Kommunikationswerte! Fußball ist ein enormer wirtschaftlicher aber auch gesellschaftlicher Faktor

Fußball in der Krise:

Der Fußball ist nicht erst durch Corona in der Krise.

DFL-Geschäftsführer Christian Seifert rechnet angesichts der Corona-Krise mit massiven Verlusten für die Fußball-Bundesligisten. Einschließlich der vergangenen Saison werden die Vereine bis zur Spielzeit 2021/22 etwa zwei Milliarden Umsatzverlust machen, wie Seifert bei einer Pressekonferenz der Deutschen Fußball Liga am 07.12.20 in Frankfurt sagte.

Nach der Corona-Krise wird im Milliardenbusiness Fußball nichts mehr so sein wie zuvor. Es lässt sich beobachten, dass sich der normale Fußball-Konsument aber auch die Fans und Fangruppierungen emotional aus dem Fußball zurückziehen, dass sie enttäuscht sind, weil Ihnen gerade in der Pandemie klar wird, dass die Differenz zwischen der Profifußball Blase und ihren eigenen Lebensumständen immer größer wird. Live-Erlebnisse im Stadion können nicht durch Geisterspiele ersetzt werden. Es besteht die große Gefahr, dass sich die Fans, die nicht mit einer Vereins,- oder auch regional bestimmten Fußball –DNA versehen sind, vom Erlebnis Fußball entfernen. Selbst die Ultras die ja selbst ein Stück weit von der Selbstinszenierung leben, fehlt zurzeit die Plattform. Fanclubs stehen in Pandemiezeiten teilweise außer vor und lehnen oft auch Geisterspiele ab. Diese sind aber auf Grund der TV Gelder überlebenswichtig für viele Clubs. Neben vielen Clubs, spiegelt insbesondere der DFB seit Jahren eine scheinbare Parallelwelt. Die Fans haben sich teilweise von der Nationalmannschaft emotional verabschiedet, die Auswirkungen werden sich auf die Vereine niederschlagen.

Forderungen von Fans und Teilen der Gesellschaft, wie Einhalt bei den ausufernden Gehalts- und Transferausgaben und auch weniger Kommerzialisierung, sind zwar legitim und wünschenswert, waren aber zumindest in der Vergangenheit, im finanziellen Wettrüsten der internationalen Clubs, ein Stück weit realitätsfremd. Die Deutschen Vereine stehen wie alle Top Clubs im internationalen Wettbewerb. Nur die ausufernde Kommerzialisierung zu kritisieren und gleichzeitig den Erfolg des eigenen Clubs einzufordern funktioniert leider im Profifußball nicht. Wenn man als Bayern oder BVB Fan die Meisterschaft und eine Spitzenplatzierung in der Champions League wünscht, gleichzeitig aber Gehalts- und Transfereinsparungen fordert, konnte dieses bisher im internationalen Wettbewerb nicht funktionieren. Das Gleiche gilt quasi für alle Vereine, auch die, die sich in der Tabelle oben nachhaltig positionieren wollen. Um die Kluft der regelmäßigen Championleague Teilnehmer und den anderen Vereinen nur ansatzweise anzugleichen, benötigt man Geld, viel Geld um einen nachhaltigen sportlichen Erfolg herbei zu führen. Das es auch ohne Champion League Teilnahme geht, hat Hertha BSC zum Beispiel gezeigt. Eine Weg, dass Investoren unter dem Dach von 50+1 einbezogen werden können, ohne maßgebliches Mitspracherecht, eben anders als Finanzinvestoren in den anderen Europäischen Fußballligen. Das Geld alleine nicht ausreicht haben Vereine wie der HSV, Schalke aber auch Wolfsburg in den letzten Jahren bewiesen. Man benötigt eine finanzielle Strategie, die sich aber im Idealfall mit einer klaren Sportlichen Strategie, Spielidee und Vereins-DNA deckt. Gladbach, Leipzig und auch Leverkusen haben gezeigt wie es im Idealfall geht, dass der Verein die Spielidee, in dem Fall attraktiven und offensiven Fußball entwickelt, step by step den Kader diesbezüglich besetzt, unter der Auswahl des passenden Trainer. Der Fairness halber muss aber berücksichtigt werden, dass dieses nur geht, mit dem nötigen Kleingeld und wenn man sich in dem sicheren Fahrwassern der 1. Liga etabliert hat.

Die Coronakrise als Chance:

Seit Jahren wird über Salary - Caps, Transferbegrenzungen in den Europäischen Ligen gesprochen. Corona trifft alle Ligen und auch die Öl- und Oligarchengelder werden nicht unendlich fließen. Die jetzige Krise bietet die Chance den Auswüchsen an Gehältern und Transferkosten europaweit zu reglementieren. Dafür Notwendig wäre natürlich eine Bereinigung durch die Europäischen Spitzenclubs und den Entscheidern der großen Ligen. Es wäre wünschenswert wenn maßgebliche Vereinsvertreter den Mut und die Kraft hätten einen Solidaritätsgipfel einzuberufen und verpflichtende Ergebnisse zu liefern. Das Gleiche gilt für die Verteilung der TV Gelder, auch wenn der aktuelle Beschluss und neue Verteilungsschlüssel der erste Schritt zur Solidarität ist. Viele schimpfen auf das Gebaren einiger reichen Englischen Clubs. Im Bereich der Verteilung von TV Geldern geht es dort aber viel Gerechter zu. Die Englische Premier League hat in der Saison 2018/19 TV-Gelder in Höhe von 2,6 Milliarden Euro an die 20 Vereine ausgeschüttet. In England werden aber nationale und internationale TV-Gelder in einem Pool vereinnahmt und gerechter verteilt. Zu einem Verteilungsschlüssel von 1,6:1. Dadurch hat FC Liverpool als Champions League Sieger 162,2 Millionen Euro bekommen, Huddersfield City als Tabellenletzter aber immer noch 100,8 Millionen.

Corona hat gezeigt, dass sich die schwächer involvierten Fußball-Interessierten noch weiter vom Fußball entfernt haben. Der Fußball muss wieder Begeisterung wecken, der „Heavy Metall Fußball aller Klopp“ ist nicht überall möglich, mangels Mittel, Kader und anderen Spielphilosophien. Der Fußball mancher Clubs und auch der Nationalmannschaft entfacht aber eben keine Begeisterung. Die Fans müssen wieder mehr in den Mittelpunkt des Geschehens, etwas weniger Commercial, weniger Hashtaks, weniger Populismus und mehr Streben nach Identifikation. Es muss wieder mehr Fokus auf die Ausbildungsakademien und eigenen Talente gelegt werden, mit allen professionellen Inhalten die zum modern Fußball notwendig sind, wie Einsatz von Tracking- und KI Tools, Neuroathletik, u.v.m.!

Fans sollten seriös und nachhaltig eingebunden werden, warum nicht verpflichtend, wie eine Arbeitnehmervertreter in den Aufsichtsräten der DAX Konzerne, verpflichtend ein Fanvertreter in den Gremien des Vereins. Die Pandemie hat gezeigt, dass das gesellschaftliche Bestreben nach Solidarität und Rücksichtnahme zugenommen hat. Diesem Bestreben muss auch der Fußball gerecht werden. Raus aus der Blase, nahbarer, transparenter und als Anker des positiven Lebensgefühls. Ein Stück weit Glück in den schwierigen Zeiten, bieten dem Fußball die Chance sich zu bereinigen und nachhaltig bei den Menschen wieder als schönste Nebensache der Welt zu manifestieren.

Der Verfasser, Klaus Brüggemann, ist Sport-und Wellnessunternehmer, Dozent für Sportökonomie an der Deutschen Hochschule DHfPG und im Aufsichtsrat von HERTHA BSC e.V.