Obgleich sich nur 30 Prozent der Bevölkerung für Fußball interessieren, ist dieser Sport auf irgendeine Weise in unser aller Leben omnipräsent. Live-Übertragungen an jedem Wochentag auf einem der vielen Fernsehkanäle. Prominente Fußballspieler in jedem Werbeblock jedes Senders und jeder Zeitschrift. Keine Nachrichtensendung ohne irgendeine Meldung aus dem oder rund um das Medienspektakel Fußball. Man mag den Fußball lieben oder hassen, ihn aufregend, langweilig oder nervig finden – sich ihm völlig entziehen, vermag keiner von uns. Weder medial noch finanziell. Von Lutz Hausstein [*]

Dieser Beitrag ist auch als Audio-Podcast verfügbar.

http://www.nachdenkseiten.de/upload/podcast/150929_Die_Breite_an_der_Spitze_NDS.mp3

Podcast: Play in new window | Download

Jens Berger widmet sich auf den 256 Seiten seines Buches „Der Kick des Geldes“ – nicht nur – der Deutschen liebstem Hobby, dem Fußball. Doch schnell wird klar, wenn Berger über Strategien und Taktiken schreibt, geht es weniger um Spielsysteme, Mannschaftsaufstellungen, kontrollierte Offensive oder Forechecking. Es dreht sich um ökonomische Strategien und Taktiken, die den Wirtschaftszweig Fußball immer fester im (Würge-)Griff haben. Denn der große Fußball ist immer weniger das, was gerade die Freunde des runden Leders in der Verträumtheit ihrer eigenen, fußballerischen Jugenderinnerungen oder aus den großen Erzählungen der Alten über Rahn und Puskás, Seeler und Pelé, Beckenbauer und Lato, ja selbst Matthäus und Maradona mit ihm verbinden. Damit hat das heutige Mega-Event Fußball nur noch am Rande gemein. Doppelpässe und Übersteiger, Dropkick- und Volleyschüsse bilden nur das schmückende Beiwerk, sie sind die Garnitur auf der Schlachteplatte Fußball. Fußball ist inzwischen nicht nur ein Spiel FÜR Milliarden – vor allem ist es auch ein Spiel MIT Milliarden.

Jens Berger rollt das Geschäft mit und um den Fußball in seiner vollen Breite auf. Egal ob deutsche Bundesliga, englische Premier League, spanische Primera División, europäische Champions League oder FIFA-Weltmeisterschaft. Und er leuchtet in so ziemlich alle dunklen Ecken, die den Fußballsport allerorts umgeben. Nebenbei räumt er mit so manchem Mythos auf, der immer noch das Denken der Fans beherrscht. Die Zuschauer im Stadion als wichtigste Zielgruppe der Vereine? Nur ein Nebenprodukt. Fast noch wichtiger sind die Trikotverkäufe einzelner Fußballidole, die in der Spitze weltweit millionenhafte Auflagen erreichen. Sie beglücken damit zwar die jeweilige Ausrüsterfirma und auch den Verein mit Einnahmen in Millionenhöhe, die vielen Näherinnen in den Armutsregionen rund um den Globus hingegen sehen davon so gut wie nichts. Sie erhalten für ihre Arbeit nur ein paar

Cent pro Schuh. Supermoderne Stadien, welche die Bundesligisten mit ihren Millionenetats selbst finanzieren? Weit gefehlt. Stattdessen lassen hohe Zuschüsse von Ländern oder ansonsten klammen Kommunen, Ausfall-Bürgschaften oder dubiose Kreislaufgeschäfte wie beim Kölner Stadion uns alle dafür bezahlen – ohne dies zu wollen, ja sogar ohne dies überhaupt zu wissen. Oder weiß der „gemeine Aachener von der Straße“ wirklich, wieviel Geld ihn persönlich der Bau und der Betrieb des „Tivoli“ gekostet hat und immer noch kostet?

Jens Berger öffnet dem Leser vielfach die Augen, auch wenn dieser schon so ziemlich alles rund um den Fußball zu wissen glaubte. Den einen oder anderen Fakt hat er zwar schon einmal gehört, ihn jedoch in seinen Zusammenhängen so noch nie wahrgenommen. Berger erzählt die große Geschichte – und die dahinter stehenden vielen kleinen, oftmals vergessenen, unbekannten Geschichten. Viele Leser haben eventuell noch verständnislos mit dem Kopf geschüttelt, wenn Berger darüber schreibt, dass sich Adidas nach dem WM-Gewinn der deutschen Nationalmannschaft die Hände vor Freude rieb, da nur aufgrund dieses hinzugekommenen vierten (Weltmeister-)Sterns der Verkauf des nunmehr aktuellen Trikots millionenhaft neu angeheizt wurde. Dass es sich bei dieser Darstellung Bergers keineswegs um den Einzelfall eines verwirrten Fußballfanatikers handelt, lässt sich jedoch auch anderweitig belegen. Nach dem Wechsel Bastian Schweinsteigers von Bayern München zu Manchester United sollte er bei seinem neuen Verein die Trikotnummer 23 erhalten. Viele seiner Fans kauften umgehend Schweinsteigers neues Trikot bei den Red Devils mit dieser Nummer. Bald darauf verkündete Schweinsteiger jedoch den kurzfristigen Wechsel auf seine Lieblingstrikotnummer 31, die er schon bei den Bayern getragen hatte. Unter den enttäuschten Fans, die sich daraufhin hilfesuchend per Facebook an ihn wandten, weil sie für mehr als 100 Euro das neue, nun schon wieder „alte“, Trikot erworben hatten, verloste er anschließend 31 aktuelle Trikots. Was nahelegen dürfte, dass sich mehr als 31 Fans in den wenigen Tagen nach der Vorstellung Schweinsteigers bei ManU schon dessen Trikot mit der Nummer 23 gekauft hatten. Um wieviel schwerer wiegt dann erst ein neuer Stern auf einem Nationalmannschaftstrikot des aktuellen Weltmeisters?

Es sind diese Geschichten, die hinter den nackten Zahlen stehen und die Bergers Buch so unterhaltsam machen. Er begnügt sich nicht mit der Aneinanderreihung von Zahlen und Fakten, die in ihrer schieren Menge den Leser manchmal fast schon zu überfordern drohen. Berger gelingt es immer wieder, diese Zahlen in die dazugehörigen Geschichten so einzubetten, dass sie den Leser fesseln. Es ist ohnehin die besondere Art seines Schreibstils, die den aufmerksamen Leser immer wieder schmunzeln lässt. Seine häufig leicht augenzwinkernden Formulierungen – sei es nun die vom „Todesstern des Südens“, mit der er den „Stern des Südens“ aus Bayern Münchens Vereinshymne mit dem Todesstern aus

„Star Wars“ verbindet und damit auf die Schippe nimmt oder seine Bezeichnung des, ausschließlich für die Weltmeisterschaft 2014 in Brasilien, mitten in den Dschungel gesetzten Stadions von Manaus als „teuerste Vogeltoilette der Welt“ – hinterlassen beim Leser regelmäßig ein Grienen im Gesicht.

Immer wieder gelingt es Jens Berger, auch eingefleischten Fußballfans neue Fakten zu servieren. So waren zwar die Arbeitsbedingungen auf den Stadionbaustellen für die Weltmeisterschaft in Katar 2022 schon vielfach heiß diskutiertes Gesprächsthema. Doch wer wusste schon, wie akribisch die katarische Führung auf eine möglichst erfolgreiche, sportliche Teilnahme an ihrer Heim-WM hinarbeitet? Mit einer Vorlaufzeit von immerhin 12 Jahren zwischen WM-Vergabe und WM-Ausrichtung lotst Katar schon jetzt erfolgreiche Trainer und talentierte Kinder aus verschiedenen Ländern mit viel Geld ins Land, um sich so 2022 auch einen sportlichen Erfolg zu sichern. Einen ersten Vorgeschmack darauf bekam die Sportwelt, als der Gastgeber der Handball-Weltmeisterschaft 2015, zufälligerweise ebenfalls Katar, mit einem aus aller Welt zusammengekauften All-Star-Team sensationell Vize-Weltmeister wurde. Bei der vorherigen WM 2013 in Spanien war Katar als 20. und damit Fünftletzter eingekommen. Das zeigt doch, dass mit richtig viel Geld der Erfolg nicht nur für Clubmannschaften käuflich ist, sondern auch vor Nationalmannschaften bald nicht mehr Halt machen könnte. Wer weiß, was passiert, falls eines Tages ein reicher Ölscheich seine Vorliebe für den Wintersport entdecken sollte. Dann könnten möglicherweise die kommenden Biathlon- und Skiflugweltmeister die Staatsbürgerschaft eines Wüstenstaates tragen.

Bei aller Kritik Bergers an den Entwicklungen rund um das Finanzprojekt Fußball spürt man als Leser sein ehrliches Interesse am Fußballsport an sich. Er belässt es nicht bei der akribischen Auflistung der bedenklichen Entwicklungen rund um die „schönste Nebensache der Welt“. Er arbeitet Ideen heraus, die diesen Tendenzen entgegenwirken könnten. Manches mag auf den ersten Blick zwar unkonventionell, gar undurchführbar klingen. Dies haben jedoch neue Gedanken an sich, die nun einmal abseits der ausgetretenen Wege liegen. Doch eines muss uns allen – am Fußball Interessierten ebenso wie den weniger Interessierten – klar sein: Die ungehinderte Fortentwicklung in Richtung eines vollumfänglich kommerzialisierten „Volkssports“ Fußball bringt keinem der beiden Vorteile. Auch die Freunde des runden Leders werden schon mittelfristig keinen Spaß mehr daran verspüren, beständig schon vor der Saison den neuen Meister voraussagen zu können. Der Spaß eines jeden sportlichen Wettkampfes liegt vor allem auch in seiner Spannung. Wenn hingegen nur noch ein oder maximal zwei Mannschaften eine Meisterschaft mit immerhin 34 Spieltagen deutlich dominieren, werden auch die eingefleischtesten Fußballfans bald das Interesse daran verlieren. Pro Saison zwei spannende Spiele und die restlichen 32 Spieltage

gähnende Langeweile dürften kaum das Umfeld sein, das Spieltag für Spieltag 400.000 Zuschauer in die Bundesligastadien strömen lässt.

Um jedoch erst einmal bis zu dieser Erkenntnis zu gelangen, ist es notwendig, um die verschiedenen Entwicklungen auch zu wissen. Jens Bergers Buch bietet hierfür mit seiner Vielzahl an Zahlen und Fakten sowie den dahinterstehenden, grundsätzlichen Tendenzen das nötige Wissen.

(Denn erst) mit dem Wissen wächst der Zweifel (Johann Wolfgang von Goethe).

Jens Berger, „Der Kick des Geldes oder wie unser Fußball verkauft wird“, Westendverlag Frankfurt, 256 Seiten, 17,99 Euro

---

[«*] Lutz Hausstein (46), Wirtschaftswissenschaftler, ist als Arbeits- und Sozialforscher tätig. In seinen 2010, 2011 und 2015 [PDF – 1.3 MB] erschienenen Untersuchungen „Was der Mensch braucht“ ermittelte er einen alternativen Regelsatzbetrag für die soziale Mindestsicherung. Er ist u.a. Ko-Autor des Buches „Wir sind empört“ der Georg-Elser-Initiative Bremen sowie Verfasser des Buches „Ein Plädoyer für Gerechtigkeit“.