

01.11.2018 - Das große Geld verdirbt den Spaß

Warum viele Fußballfans rebellieren

von Manuel Kellner

Zwanzig Schweigeminuten in den Stadien aus allen drei Profiligen ? so in Berlin, Bremen, München, Hannover, Freiburg und Köln ? was ist da los? «Stimmungsboykott»! Zu sehen sind Transparente mit Aufschriften wie «United by money. Korrupt im Herzen Europas», oder «Fußball is for you and me ? not for fucking Pay-TV».

Der Korruption höchst verdächtig sind den Fans die Verbände: der Deutsche Fußballbund (DFB), die DFL, in der die Vereine der ersten und der zweiten Bundesliga vertreten sind, der europäische Fußballverband UEFA und der Weltfußballverband FIFA, der mehr Mitglieder hat als die Vereinten Nationen (wo z.B. Wales, Schottland und Nordirland nicht vertreten sind). Die Fans rebellieren dagegen, wie das große Geld den Fußball und offenbar auch die Entscheidungen der Offiziellen regiert. Es geht um Millionen und Abermillionen, und einige der jüngsten Entscheidungen bringen das Fass zum überlaufen. Aber regierte das Geld den Profifußball nicht von Anfang an?

Kapitalismus gab's auch in den 60er und 70er Jahren des 20. Jahrhunderts schon lange ? sind da die kapitalistischen Katzen nicht alle grau, und warum sollten sich Fans heute mehr darüber aufregen als damals? Nun, die Katzen sind eben nicht alle grau, und in den 70er Jahren gab es eine entscheidende Wende. Als erster Verein führte Eintracht Braunschweig die bis dahin verbotene Trikotwerbung im Jahre 1973 ein. Der Sponsor hieß Günter Mast. In einem Spiel gegen Kickers Offenbach drohte der Schiedsrichter Walter Eschweiler noch damit, das Spiel abubrechen, denn die Embleme waren höher als die maximal erlaubten 14 cm. Wohlgermerkt, der Name der Firma und des bekannten klebrigen Kräuterlikörs stand gar nicht drauf. Aber jeder kannte den Hirschen. Eintracht Braunschweig umging das Verbot bauernschlau, indem der Verein sein Wappen kurzerhand tauschte ? statt des tief in der Stadtgeschichte verankerten Löwen war es nun der Hirsch. Im März 1973 gab es so im Spiel gegen Schalke 04 keine Probleme mehr.

Der Aufschrei war laut, und es folgte eine aufgeregte öffentliche Debatte. Immerhin können ja auch Fußballprofis, die in entsprechender Menge alkoholische Getränke zu sich nehmen, als Spitzensportler nicht wirklich bestehen ? und überhaupt: wo bleibt ihre Vorbildfunktion für die sportbegeisterte Jugend? Doch im November 1973 erlaubte der DFB dann offiziell die Trikotwerbung. 1974 liefen schon fünf Teams mit Brustwerbung auf. Dann brachen alle Dämme. Heute haben wir die Werbung auf den Trikots von allen Fußballprofis aller Vereine, und auch die Stadionwerbung, die bei großen, im Fernsehen

übertragenen Spielen auf den Banden der Stadien elektronisch projiziert wird und alle paar Sekunden wechselt. Darüber hinaus machen sich die am besten bezahlten Stars individuell zu Werbeträgern für Konzerne, Banken, Unternehmen aller Art, indem sie irgendwelche Gadgets zur Schau stellen und den Fernsehsendern für Werbespots zur Verfügung stehen, was ihnen dann ein sehr erkleckliches «Zubrot» einbringt.

Damit der Rubel besser rollt, wurden die Zweite und die Dritte Liga eingeführt ? früher kamen unter der Bundesliga die Regionalligen und darunter die Amateurligen. Das Sponsorentum griff immer tiefer in die Wirklichkeit des Spitzenfußballs ein. Die Namen der Stadien änderten sich. Statt der traditionellen Namen, an denen viele Fans von ganzem Herzen hingen, wurden nun die Stadien nach irgendwelchen Geldgebern benannt. In Köln haben wir nicht mehr das Müngersdorfer Stadion, sondern das Rheinenergie-Stadion. In Ingolstadt haben wir einen Audi Sportpark. Wenn wir vom Schwarzwald-Stadion in Freiburg hören, dann scheint die Welt noch in Ordnung. Bloß hat da die Schwarzwaldtourismus GmbH die Namensrechte, für schlappe 530000 Euro im Jahr. Das Stadion des FC Augsburg heißt nach einem Versicherungskonzern WWK-Arena. Der FSV Mainz 05 spielte bis 2011/2012 am traditionsreichen Bruchweg, inzwischen in der Opel Arena, für 2 Millionen Euro im Jahr. Eintracht Frankfurt, das wusste jedes Kind, spielte im Waldstadion. Pustekuchen! Seit 2005 in der Commerbank-Arena, wofür es 4 Millionen Euro im Jahr gibt. Borussia Dortmund spielt auch nicht mehr im Westfalenstadion, sondern ? ebenfalls seit 2005 ? im Signal-Iduna-Park, was 5,8 Millionen Euro im Jahr in die der Vereinskasse spült. Schalke 04 spielte einst im Gelsenkirchener Parkstadion. Doch die Namensrechte gingen für 6 Millionen Euro im Jahr an Veltins ? bekanntlich verhilft viel Bier zu eleganteren Dribblings. Bayern München, der reichste Bundesligaverein, spielt in der Allianz-Arena und kriegt dafür 6 Millionen Euro im Jahr.

Für den MSV Duisburg wollte RWE unbedingt Sponsor werden. Fanproteste verhinderten das gottlob. Inzwischen müssen die Fans in die Schauinsland-Reisen-Arena gehen. Da protestierten sie vergebens, das gute alte Wedau-Stadion kommt nicht wieder. In Nürnberg wollten die Fans seit langem ihr Stadion nach dem alten Idol, dem Spieler Max Morlock benannt wissen. Das kommt aber nicht ? erst waren Credit und Grundig nacheinander Namensgeber, jetzt heißt es schlicht Stadion Nürnberg, denn ein Geldgeber wird gesucht. Eigentümlich ist auch, dass der HSV wieder im Volksparkstadion spielt, nicht mehr in der Imtech-Arena. Aber auch hier steckt ein reicher Mann dahinter, denn der «Edelfan» Klaus-Michael Kühne (gelobt sei er) kaufte dem Unternehmen die Namensrechte für 4 Millionen Euro im Jahr ab.

Ein besonderes Kapitel sind die sog. Werksvereine. Bayer Leverkusen hängt am Tropf

von Bayer und spielt folgerichtig in der BayArena. Der VfL Wolfsburg spielt nicht ohne Grund in der Volkswagen-Arena. Den Zorn der Fans haben zwei Newcomer auf sich gezogen: RB («Rasenball-Spiele») Leipzig spielt in der Red Bull Arena, zu Ehren des Zuckerbrausen-Konzerns, der ja u.a. auch den Salzburger Fußballverein und eine Formel-1-Marke gekauft hat. Zuvor schon hatte ein einzelner schwerreicher Kapitaleigentümer mit Namen Dietmar Hopp die TSG Hoffenheim gekauft und mit viel Geld aus den unteren Ligen in die erste Bundesliga gehievt ? zulasten von Traditionsvereinen, die sich seitdem mehr und mehr in der Zweiten und Dritten Liga oder noch weiter unten tummeln. Dietmar Hopp ist seit geraumer Zeit das Hassobjekt der mehr oder weniger antikapitalistisch eingestellten Fußballfans. So langsam fängt er an, gegen Beleidigungen wie «Mutter Hure, Vater Nazi» ? ersteres ist eine frauenverachtende Gemeinheit, letzteres lautere Wahrheit, bloß kann niemand sich den Vater aussuchen ? vor Gericht zu ziehen. Es gab auch schon riesengroße Transparente mit dem Konterfei von Hopp im Fadenkreuz. Dies mag hier als Symbol dafür dienen, dass in der sog. Ultra-Szene der Antikapitalismus in der Regel weder mit gutem Benehmen im Sinne der politischen Korrektheit noch mit kritisch-theoretischem Tiefgang einhergeht. Das sollte Linke aber nicht davon abhalten, an dem rebellischen Anteil dieses widersprüchlichen Bewusstseins anzuknüpfen, um zu gemeinsamen antikapitalistischen Aktionen zu kommen, innerhalb wie außerhalb der Stadien.

In England sind Spitzenvereine wie Manchester United bekanntlich von noch größerem Geld gekauft worden, nämlich von Ömilliarden aus dem Nahen Osten. Beim internationalen Menschenhandel im Spitzenfußball fließen immer größere Ablösesummen. Medienwirksam den Vogel abgeschossen hat in dieser Hinsicht bislang Neymar Júnior, der für 222 Millionen Euro von Paris St.Germain gekauft wurde. Das Geld stammt aus Qatar (das ist das Land, in dem Franz Beckenbauer keine Sklaven mit Eisenkugel und Kette gesehen hatte). Appetitlicherweise ist Neymar WM-Botschafter für Qatar geworden, das bekanntlich im Jahr 2022 die Weltmeisterschaft ausrichtet. Was Deutschland betrifft, so wurde Ousmane Dembélé für 147 Millionen Euro von Dortmund an den FC Barcelona verkauft ? mit zuzüglich bis zu 42 Millionen Euro Bonizahlungen; Kevin De Bruyne ging von Wolfsburg an Manchester United für 75 Millionen Euro, während Mats Hummels und Mario Götze für schlappe 38 bzw. 37 Millionen Euro zu Bayern München wechselten. Darüber hinaus könnte von der Bezahlung der Spitzentrainer und Spitzenspieler gesprochen werden, die oftmals mehrere Millionen Euro im Jahr «verdienen». Fans fragen sich, wieso vielfache Millionäre sich eigentlich auf dem Platz noch besonders anstrengen sollen, und ärgern sich darüber, dass die Traditionsvereine mit ihrer

Jugendarbeit Spitzenfußballer heranbilden, die dann nach den ersten Erfolgen auf großer Bühne weggekauft werden ? manchmal sogar nicht, damit sie spielen, sondern damit sie auf der Bank sitzen und nicht für einen anderen Verein auf den Platz kommen.

Aktueller Stein des Anstoßes ist nicht so sehr, dass Deutschland das Gezerre um die Ausrichtung der Europameisterschaft 2024 gegen die Türkei gewonnen hat ? erinnert sei an den Korruptionsgeruch des «Sommermärchens» 2006 mit seinem schwarzrotgoldenen Taumel, der Franz Beckenbauer seine Rolle als «Lichtgestalt» gekostet hatte ?, sondern es sind die Änderungen des Spielbetriebs, die ebenfalls offensichtlich vom großen Geld diktiert sind und zulasten der Fußballfans gehen. Immer mehr Spitzenspiele, immer mehr neue internationale Wettbewerbe ? wie jüngst die Euroleague ? dienen als Dukatenesel für immer mehr Einnahmen, was in der Tendenz die Qualität der Spiele und das Interesse an ihnen untergräbt. Und wenn früher die Freude groß war beim Anstoß am Samstag um 15.30 Uhr in der Bundesliga, und auch auf die Sportschau am Samstag ab 18 Uhr, wird inzwischen an immer mehr Tagen gespielt (Freitag, Sonntag, Montag, Dienstag...) und zu verschiedenen Anstoßzeiten. Diktiert wird auch das vom Kommerz, nämlich von den Interessen der Bezahlfernsehsender. Da müssen Einzelne oder auch Gaststätten viel Geld für Dinge bezahlen, die früher im öffentlichen Fernsehen zu sehen waren, und viele Fans können die Spiele ihrer Leib- und-Magen-Mannschaften nicht mehr live sehen, weil sie zu unmöglichen Zeiten ausgestrahlt werden. Klar, wer die Dinge zu Ende denkt, plädiert für aktive Teilnahme an Ballspielen statt Profifußball als Projektionsfläche der Sehnsüchte und Realitätsflucht für passiv zuschauende Fans. Das gilt ja auf vielen Gebieten. Doch die Auflehnung gegen die Exzesse der Kommerzialisierung im Spitzenfußball sind ein erster Schritt, aus dem sich kritisches Denken und Auflehnung gegen die kapitalistische Klassengesellschaft entwickeln können.