

Dossier

Fußball

Der Kick für Millionen

Das Spektakel Fußball hat sich dem Neoliberalismus in der Wirtschaft bestens angepasst. Der Sport droht auf der Strecke zu bleiben. Symbolische Gesten füllen das Portemonnaie der Superstars.

Für die Welt war es besser, dass Deutschland gewonnen hat“, erklärte der ungarische Schriftsteller Péter Esterházy. 1954, das „Wunder von Bern“ hätte ebenso in die Geschichte Ungarns oder des WM-Dritten Österreichs eingehen können. Doch es kam anders. Der 3:2-Sieg der Deutschen gegen Ungarn gilt in der deutschen Geschichte als Ausgangspunkt für so vieles – ein neu erwachtes Selbstbewusstsein und sogar den Anpfiff zum Wirtschaftswunder. Das Erfolgsmodell schlechthin.

Esterházy, der im Jahr 2004 mit dem Friedenspreis des Deutschen Buchhandels ausgezeichnet wurde und selbst aktiver Fußballer in Ungarns vierter Liga war, weint dem verlorenen Finale kaum eine Träne nach. Für die Demokratie in Europa sei das wichtig gewesen. „Ungarn war ja 1954 eine Diktatur. Und Diktaturen sind ja nicht so beweglich, wie die Geschichte bewiesen hat.“

Nach dem Wunder-Team Österreichs der Jahre 1931 bis 1933 hätte es die Mannschaft der frühen 1950er Jahre mit Ernst Ocwirk, Ernst Happel, Gerhard Hanappi und Walter Zeman ebenso zu einem „Wunder von Bern“ schaffen können. Österreich bezog im Halbfinale gegen die Deutschen eine empfindliche 1:6-Niederlage. Im Spiel um den dritten Platz holte das Team mit einem 3:1 gegen Uruguay noch die Bronze. Im Übrigen war dies nach der WM 1934 in Italien, wo der vierte Platz erzielt wurde, das beste Ergebnis einer österreichischen Auswahl.

Die Legenden der Nachkriegszeit des einstigen Arbeitersports nahmen aber in Bern ihren Lauf. Ein gewisser Adolf Dassler, der 1949 seine Namen zu „Adidas“ als Firmenname kombinierte,

soll die Deutschen extra zum WM-Turnier 1954 mit einem speziellen Schuh ausgerüstet haben, der beim Finale den Ausschlag gegeben haben soll. Eine Legende? Der Erfinder der „Dreistreifenmarke“ Adidas hatte einen leichten, niedrig geschnittenen Schuh entwickelt, der erstmals mit einer Polyamid-Sohle und sechs Schraubstollen ausgestattet war. Für schwer bespielbare Böden, wie beim Regenwetter im Berner Finale, soll dies geradezu ein optimales Schuhwerk gewesen sein.

Ein halbes Jahrhundert danach kräht kein Hahn mehr von wundersamen Schuhen. Profis kennen eine „Materialschlacht“ vergangener Jahrzehnte nur noch vom Hörensagen. Das Material ist im Sinne der MacDonaldisierung der Schuhindustrie zwischen den Herstellern so gut wie kompatibel, meist nur wenige hundert Meter nebeneinander werden die Schuhe in China gefertigt.

Produktionsfaktor „Kicker“

Die Globalisierung hat in jeder Hinsicht Platz gegriffen. Hat sich der deutsche Superstar Fritz Walter nach dem WM-Finale 1954 aus patriotischen Gefühlen gerade noch den Lockrufen des Geldes aus Italien widersetzen können, ist heute Fußball auf höchstem Niveau Geschäft und Unterhaltung. Die Kicker sind willfähige Produktionsfaktoren, deren Marktwert wie der von Goldbarren schier täglich gehandelt werden könnte.

Der Neoliberalismus hat spätestens ein halbes Jahrhundert später Einzug gehalten. Die Globalisierung, der Kampf Arm gegen Reich, der ehemaligen Straßen-Kicker aus Afrika gegen Fußballmillionarios aus Lateinamerika, Europa und Asien, ist voll im Gange. Es geht nicht mehr um Antrittsgagen von tau-



Foto: dpa/epa Oliver Berg Bearbeitung: economy

send Mark. Kurzfristiges Werbegeschäft vor der WM versprechen Super-Kickern wie dem Deutschen Michael Ballack Werbeeinnahmen von neun Mio. Euro – nur für die Werbestrecken binnen weniger Monate vor dem Anpfiff der WM in Deutschland.

Der zur Nummer zwei degradierte Oliver Kahn soll ebenso gut vier Mio. Euro kassiert haben. Die Nachdenkpause, ob die Nummer eins der Werbung, aber hinter Jens Lehmann die Num-

mer zwei im deutschen Tor, sich vom WM-Auftritt abmeldet, soll durch bestehende Werbeverträge nur besonders kurz ausgefallen sein. Hätte ein Oliver Kahn einfach die WM auf dem Fernseher verfolgen können, wo er als Testimonial im Werbefernsehen sein breites Lächeln zur Schau stellt, aber nicht im Stadion präsent ist? Wohl kaum.

Weltmeisterlich und allen voran im Globalisierungsgeschäft sind aber immer noch die Ballkünstler vom Zuckerhut. Die

Professionisten des gepflegten Fußballs aus dem Land des fünfmaligen Weltmeisters Brasilien verstehen das Geschäft mit Brillanz. Nicht nur, dass vom Atlantik bis zum Ural, dem Nordkap und Sizilien gut 2.500 Brasilianer harte Euros oder US-Dollars verdienen. Der erst 22-jährige Neuzugang von Real Madrid, Robinho, heranwachsender Spross aus Brasilien, bringt es auf den Punkt.

Fortsetzung auf Seite 26