

„Unverschämtheit, wie Red Bull abgestempelt wird!“

Reiner Calmund, ehemaliger Manager des Bundesligisten Bayer 04 Leverkusen, über die Kommerzialisierung des Fußballs, reiche Geldgeber, Fankultur und Zwangs-Pay-TV

€uro: Herr Calmund, der vor Geld strotzende FC Bayern München führt souverän die Bundesliga-Tabelle an, weit unten rangiert zum Beispiel der defizitäre Sparverein Bremen. Wäre Werder mit mehr Kapital wieder wettbewerbsfähig?

Reiner Calmund: Na, na, langsam. Sie waren wohl mal Stürmer? Erstens haben auch finanzstärkere Vereine wie Stuttgart, Hamburg und Dortmund schwer zu kämpfen. Und würde Geld allein Tore schießen, wären die Bayern in den letzten 20 Jahren 20-mal Deutscher Meister geworden – und nicht nur zwölfmal. Dann würde der FC Augsburg oben in der Tabelle nicht auf die internationalen Plätze schießen und Paderborn erst gar nicht Bundesliga spielen!

Bleiben wir noch kurz bei Werder, weil dieser Verein im Vergleich zu den Bayern ein Beispiel dafür ist, wie die Schere zwischen Arm und Reich in der Bundesliga auseinandergeht. Warum ist Bremen so abgestürzt? Ich sage es ungern, weil ich riesigen Respekt vor Bremer Topleuten wie Exmanager Willi Lemke oder den Trainern Otto Rehhagel und Thomas Schaaf habe, aber Bremen ist es nicht gelungen, aus ihren goldenen 2000er-Jahren Geld zu machen.

Also geht's doch nur ums Geld? Also, ich habe ja früher mal Betriebswirtschaft studiert. Da habe ich gelernt, dass Kapital, Arbeit und Boden die drei Produktionsfaktoren sind. Kennen Sie, oder? Im Fußball ist es ein bisschen anders – da gilt das 3-K-Prinzip.

Das heißt? Kapital, Kompetenz, Konzepte. K-K-K! Ab jetzt immer schön im Kopf behalten, ja? Wenn eines dieser drei Ks fehlt, wird's heutzutage schwierig im Fußballgeschäft. Bremen hat es allerdings auch schwerer, weil es in der Stadt und drumherum wesentlich we-

niger Wirtschaftsunternehmen als in Bayern oder Nordrhein-Westfalen gibt, die für größere Investments in einen Fußballklub infrage kommen.

Was war entscheidend für den Aufstieg des FC Bayern zur globalen Marke?

Die haben viel früher als andere Fußballunternehmen erkannt, dass sportliche Spitzenklasse um wirtschaftliche Kompetenz und Kapital ergänzt werden muss, wenn man im Fußball nachhaltig erfolgreich sein will. Sie haben das 3-K-Prinzip kompromisslos umgesetzt. Dazu gehörte, dass sie langfristig engagierte, finanzstarke Partner gewonnen haben, was sich für alle Beteiligten längst prächtig rentiert. Überlegen Sie mal: Adidas, Audi, Allianz! AAA – das ist sozusagen Topbonität. Erste Sahne, mein Lieber!

Die großen DAX-Unternehmen wollen aus Imagegründen vor allem in große Klubs investieren. Dagegen stecken osteuropäische, asiatische und arabische Investoren ihr Geld auch in Zweitligaklubs. Allerdings lieber in englische wie beispielsweise Wigan Athletic. Warum?

Na, weil man in England über Nacht einen Klub kaufen kann, dem man dann sagen kann, wo es langgeht. In Deutschland muss man sich normalerweise erst mal jahrelang in der Region engagieren, den Breitensport unterstützen und so weiter.

Was halten Sie für besser? Den deutschen Weg! Denn die Investoren, die Sie jetzt meinen, sind oft genauso schnell wieder weg, wie sie gekommen sind, und hinterlassen verbrannte Erde. Das passiert in Deutschland nicht, weil bei Kapitalgesellschaften die 50+1-Regel greift. Die sichert den Vereinsmitgliedern mindestens 51 Prozent der Stimmen, egal wie viel Geld der Investor in den Klub buttert. Das hat sich bewährt, so sollte es bleiben. →



„Eine Zweiklassengesellschaft im Fußball wird es immer geben.“ Reiner „Calli“ Calmund im Gespräch mit €uro-Autor Mario Müller-Dofel im Victor's Residenz-Hotel Saarlouis

Reiner Calmund (66): „Und, das können Sie mir glauben, die Bratwürste schmecken exzellent.“



In gut geführten Unternehmen wie den meisten Bundesligaklubs zählen nicht nur Umsatz und Gewinn, sondern auch die Kundenzufriedenheit."

Bei Zweitligist RB Leipzig, einer Spielwiese des Getränkeherstellers Red Bull, hat ja wohl Konzerneigner und Milliardär Dietrich Mateschitz das Sagen.

RB Leipzig hat Anfang Dezember seine Profiabteilung in eine Kapitalgesellschaft ausgliedert. Und spätestens jetzt ist glasklar: Der Klub spielt nach den Regeln des DFB, der deutschen und europäischen Gesetze und hat alles, was Profifußball braucht: Kapital, Kompetenz und Konzepte.

Für Sie sind Mateschitz' Millionen keine Wettbewerbsverzerrung?

Fußball ist ein Geschäft, das braucht Investoren. Solange sich ein Investor an die Regeln hält, ist er erlaubt. Und noch was, da nehme ich kein Blatt vor den Mund: Es ist eine Unverschämtheit, wie Red Bull in Deutschland wegen RB Leipzig abgestempelt wird! Das ist ein seriöses, profitables Unternehmen, das seit vielen Jahren weltweit als zuverlässiger Sponsor in der Formel 1, im Fußball und in anderen Sportarten tätig ist. Denken Sie nur mal an RB Salzburg! Bevor Mateschitz kam, war der Fußball in Salzburg pleite!

Dennoch befürchten Kritiker den Tod der Fankultur durch reiche Geldgeber.

Na, soweit kütt et noch! Jetzt sach ich Ihnen mal was: RB Leipzig hält den Zuschauerrekord in der vierten Liga: 30100 Zuschauer

gegen die Sportfreunde Lotte. Gegen Lotte! Das ist ja nicht gerade ein Klassiker, oder? In der dritten Liga gingen bis 40000 Zuschauer in das neue Red-Bull-Stadion. Der Mateschitz investiert nämlich nicht nur in Beine, sondern auch in Steine.

Der Kommerz schadet der Fankultur also nicht?

Das fragen Sie noch mal? Sie wollen mich doch reizen! Jetzt nimm dir mal einen Sessel und komm' mal rum zu mir, hier neben mich. *(Der Interviewer wechselt den Platz, Calmund zieht Blätter voller Zahlen aus seiner Aktentasche und hält sie dem Interviewer unter die Nase.)* Hier guck mal, jetzt gebe ich Ihnen noch ein paar gepfefferte Zahlen: In der Gründungssaison der Bundesliga 1963/64 gingen pro Spiel im Schnitt 27000 Leute ins Stadion. In der Saison 1974/75 – unsere Nationalmannschaft war gerade Weltmeister geworden, wir hatten neun top WM-Stadien, der FC Bayern hatte inzwischen einmal den Europapokal der Landesmeister, die heutige Champions League, gewonnen, und Borussia Mönchengladbach den UEFA-Cup – wie viele Zuschauer waren da in den Stadien? Raten Sie mal. 22700 pro Spiel! Zwei- und-zwanzig-tausend-sieben-hundert! Weniger als in der Gründungssaison!

Und wie ist es heute?

Sind wir im Schnitt bei 43500 Stadionbesuchern. Der Krösus der Welt! Deutschland hat die schönsten Stadien, die beste Infrastruktur und eine hohe Kundenzufriedenheit: Da stimmen die Ticketbeschaffung, die Parkmöglichkeiten, der Fanartikelversand und, das können Sie mir glauben, die Bratwürste schmecken exzellent. In gut geführten Unternehmen wie den meisten Bundesligaklubs zählen nicht nur Umsatz und Gewinn, sondern auch die Kundenzufriedenheit. So, jetzt wissen Sie über die Fankultur Bescheid.

Das kann man wohl sagen. Was war der Auslöser für den Boom bei den Stadionbesucherzahlen?

Wir dachten bis 1990, wir müssten die TV-Berichterstattung über die Bundesliga reduzieren, damit mehr Besucher zu den Spielen gehen. Angebotsverknappung im TV, verstehen Sie? Aber dann kam Bertelsmann, die Muttergesellschaft von RTL, und zahlte 135 Millionen Mark für die Übertragungsrechte. Sozusagen über Nacht! Und dann ging's genau andersherum.

Wie viel brachten die Übertragungsrechte davor?

Da zahlten die öffentlich-rechtlichen Sender 18 Millionen Mark. Und jetzt – neben dem Geld von Bertelsmann – übertrugen nicht mehr nur drei, sondern 20 und mehr Kamearas die Spiele. Da gab's plötzlich Investitionen in Übertragungstechnik und so. Und private TV-Sender wie RTL machten Dampf. Durch das Geld aus Gütersloh und den Wettbewerb durch private TV-Sender wurde das Bundesligageschäft rasend schnell professionalisiert. Da wurde das Marketing im Fußball auf ein ganz neues Niveau gehoben.

Letztlich auch die Ablössummen und Spielergehälter. Haben Bremen und Co, die sich Millionenausgaben wie die Bayern nicht leisten können, je wieder eine Chance? Oder ist die Zweiklassengesellschaft in der Bundesliga ein Dauerzustand?

Von den bisher 60 Endspielen um den Landesmeister-Pokal, heute die Champions League, haben 31-mal dieselben fünf Klubs gewonnen: zehnmal Real Madrid, siebenmal der AC Mailand, fünfmal Liverpool, fünfmal Bayern München und viermal Barcelona. Also worüber reden wir? Hatten jemals alle Teams die gleiche Chance, Titel zu holen? Eine Zweiklassengesellschaft hat es immer gegeben und wird es immer geben. Sogar in der DDR-Oberliga.

Immerhin steigen mit den TV-Einnahmen auch die Umsätze aller Bundesligaklubs seit vielen Jahren. Bleibt's dabei?

Die Einnahmen steigen weiter. Gerade erst hat die Deutsche Fußballliga verkündet, dass sie die Auslandserlöse vor allem durch TV-Vermarktung mehr als verdoppeln will. Da ist ein Riesenpotenzial! Das konnte man erst Ende November wieder sehen, als die Partie Arsenal London gegen Manchester United in den USA die höchste Quote aller Fußball-Sportsendungen hatte.

Das war ein Premier-League-Spiel.

Die Engländer haben ManU, wir haben Bayern, den Klub mit den meisten Mitgliedern auf der Welt.

Mehr als 20 europäische Fußballklubs sind börsennotiert, darunter ManU. Das einzige deutsche Fußballunternehmen an der Börse ist Borussia Dortmund. Sollten mehr Bundesligisten den Börsengang wagen, um sich Geld zu beschaffen?

Sagen wir so: Ich würde keine Fußballaktien kaufen. Bei Fußballmannschaften hängt zu viel von unberechenbaren Faktoren wie Verletzungen, Glück und psychologischen Verfassungen ab. Das sehen wir gerade bei Dortmund. Der Klub ist ja nach wie vor internationale Spitzenklasse mit Riesenpotenzial. Und doch ist er im Abstiegskampf. Das ist unglaublich!

Steigt der BVB ab?

Nee. Die kommen wieder, da bin ich mir sicher. Die kicken sich wieder hoch, vielleicht sogar bis auf die internationalen Plätze. Ich drücke den Jungs kräftig die Daumen.

Wie finden Sie es, dass die ständig steigenden Millionenkosten für die Fußball-TV-Berichterstattung teils durch die GEZ-Gebühren für ARD und ZDF finanziert werden?

Gebührenfinanzierte Fußballübertragung ist natürlich Zwangs-Pay-TV. Andererseits interessieren sich rund 50 Millionen Menschen hierzulande für die Bundesliga und die WM-Spiele erreichten bis zu 90 Prozent Marktanteil – das sind ja alles Gebührenzahler. Dass deren Grundbedürfnis nach Fußball von den öffentlich-rechtlichen Sendern mindestens versorgt wird, finde ich gut.

Obwohl die ARD für die Bundesliga-Übertragung satte 100 Millionen Euro zahlt?

Auch das ist angesichts von mehreren Milliarden Euro Gebühreneinnahmen pro Jahr in Ordnung. Die Leute wollen ja nicht nur Tatort-Wiederholungen sehen. 



Reiner Calmund wurde am 23. November 1948 in Brühl im Rheinland geboren. Der studierte Betriebswirt war von 1976 bis 1999 Vorstandsmitglied und Manager des Bundesligisten Bayer 04 Leverkusen sowie bis 2004 Geschäftsführer der Bayer 04 Leverkusen Fußball GmbH. Seither ist er bei Europa- und Weltmeisterschaften als Botschafter der Verbände UEFA und FIFA aktiv. Zudem tritt er als Fußball-Experte in zahlreichen TV-Sendungen auf. Seine 2008 erschienene Autobiografie heißt „fußball-bekloppt!“. Seit 2003 ist der vielbeschäftigte „Calli“ in dritter Ehe verheiratet. Er hat fünf Kinder und drei Enkel.