

## Krise am Ball

Frankfurt/Main. Finanzkrise schön und gut, aber hat das auch was mit der Bundesliga zu tun? Ein bißchen. So hat es Bernd Hoffmann, Vorstandschef des Tabellenführers Hamburger SV, gegenüber Springers Welt vom Mittwoch eingeschätzt: »Die Unternehmen, die in der Liga involviert sind, werden ihre Engagements noch genauer überprüfen«. Einige Sponsoring-Verträge könnten hinfällig werden, einige Logen in Stadien leer bleiben. Andere hätten viel Schlimmeres zu befürchten.

Ähnlich äußerte sich Christian Seifert, Geschäftsführer der Deutschen Fußball-Liga (DFL), gestern in der FAZ: »Die Bundesliga ist vielleicht ein bißchen weniger glamourös als andere Ligen, aber dafür ganz sicher gesünder, verlässlicher, planbarer. Das sind Werte, zu denen man sich ruhig mal bekennen darf, statt verschämt zu Boden zu sehen, wenn mal wieder zwei Schuldenklubs im Champions-League-Finale stehen.« Stolz bis zur Häme führte Seifert aus: »Im spanischen Fußball stehen Klubs an der Grenze zur Insolvenz, weil sich dort traditionell immer wieder Bauunternehmer Profiklubs als Hobby gehalten haben und der Immobilienmarkt in der Krise ist. Die Serie A wird das Problem ihrer völlig veralteten Stadion-Infrastruktur kurzfristig nicht lösen können. Und über die Premier League ist auch genug geschrieben worden.«

In »besseren Zeiten« hätte sich die DFL selbst gerne völlig privatisiert. Es ist den Widerständen der kleinen Klubs zu verdanken, daß hier bis heute vergleichsweise solide gewirtschaftet wird und Vereine nicht ständig den Besitzer wechseln (nach einer Privatinsolvenz wurde am Mittwoch z.B. der spanische Erstligist Real Mallorca für 38 Million Euro an den Briten Paul Davidson verhöckert).

Was den Verkauf der Bundesliga-TV-Rechte ab 2009 angeht, der demnächst von vorne losgeht, ist HSV-Boß Hoffmann im übrigen »optimistisch, daß wir die Summe aus dem vergangenen Vertragszeitraum erzielen«. Das wären 409 Millionen Euro pro Saison nur fürs Inland. Woher er den Optimismus nimmt? Aus der Geschichte. Die lehrt nämlich, »daß in Krisenzeiten immer der Marktführer gewinnt«. (sid/jW)

<https://www.jungewelt.de/artikel/114183.krise-am-ball.html>