

# Hass-Ehe zwischen Sport und Wirtschaft

Autor(en): **Meier, Marcel**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin**

Band (Jahr): **113 (1987)**

Heft 8

PDF erstellt am: **09.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-603663>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.



# Hass-Ehe zwischen Sport und Wirtschaft

«Geld», so stellte der *Sport* fest, «regiert den Skirennsport.» Die Skirennläufer/-innen demonstrierten es in den vierzehn WM-Tagen im Wallis zur Genüge, wenn sie im Zielraum oder auf dem Siegerpodest wie Litfasssäulen mit offiziellen und privaten Sponsorenaufschriften vor der Kamera posierten. Die Fäden ziehen Manager aller Sorten. Sie verwalten enorme Sponsorsummen und haben etliche Topstars unter Vertrag.

Zur Grenzziehung zwischen kommerziellen Interessen und jenen des Sportes stellte Walter Lutz, *Sport*-Herausgeber, am Ende des Sportjahres 1986 fest: «Entscheidend für den Sport wird

Von Marcel Meier

sein, dass er sich nicht (verkauft), dass er seine Unabhängigkeit und Selbständigkeit wahrt.» Bundespräsident Egli formulierte es so: «Im Verhältnis zur Wirtschaft muss der Sport auch in Zukunft seine Anforderungen und die Bedingungen selbst formulieren, nicht die Wirtschaft.» Woher kommen diese Befürchtungen?

## Sponsorenorden

Allein in der Bundesrepublik gibt es 16 Firmen und Konzerne, die für den Sport über spezielle Werbeetat von je über zwei Millionen Mark verfügen. An der Spitze steht Bayer mit zehn Millionen, gefolgt von BASF, Jägermeister und AGFA. Adidas-Chef Horst Dassler, der sich als generöser und uneigennütziger Förderer des Sports verstanden wissen möchte, soll jährlich 140 bis 200 Millionen Mark zur Förderung von Sportlern in aller Welt (und zum Nutzen der eigenen Firma) ausgeben. Zum Dank für diesen Dienst am Sport erhielt er aus den Händen von IOC-Präsident Samaranch den olympischen Orden, die höchste Auszeichnung des IOC. Ordensträger Dassler beziehungsweise sein Ableger, die «International Sports, Culture and Leisure Licensing» (ISL), mit Sitz in der Schweiz, brachte es fertig, dem IOC die werbliche Nutzung der olympischen Embleme bis Ende April 1989 abzukaufen. Wohl unter dem Motto «eine Hand wäscht die andere». IOC-Vizepräsident Willi Daume meinte: «Mit den olympischen Ringen lässt sich unendlich viel Geld verdienen.»

## Weltcup bald privatisiert?

Das jüngste Beispiel lieferte Weltcup-Schöpfer Serge Lang. In Crans-Montana lüftete er das Geheimnis der «Big Five»: «Der

Weltcup sollte von einer Gesellschaft geleitet werden, die von der FIS und nationalen Verbänden unabhängig ist, die den Kalender selber regelt.» Die FIS wäre dann lediglich noch für die sportlich-technische Abwicklung gemäss Wettlauf-Ordnung verantwortlich. Unter dem Namen «Big Five Sports International» soll im März in Zug eine entsprechende Aktiengesellschaft gegründet werden. Textil und Kosmetik sollen – nach Serge Lang und seinen Hintermännern – in Zukunft im Ski-Weltcup das Sagen haben.

Ob Olympische Spiele oder WM, ob Ski-Weltcup oder Wimbledon, ob Berufssport oder sogenannter Amateursport, überall geht es um Business. Sport und Wirtschaft sind inzwischen derart verfilzt, dass ohne Sponsoren praktisch nichts mehr läuft.

## Gladiatorenverleih

Wir greifen lediglich, so die Sportpragmatiker, auf die alten Griechen und Römer zurück. Sie haben schon vor über 2000 Jahren das Sponsortum eingeführt. Weshalb also das scheinheilige Gemecker?

Dem wäre allerdings eines ent-

gegenzuhalten: Wer die Kulturgeschichte der damaligen Zeit auch nur einigermaßen studiert, dem bleibt nicht verborgen, dass mit dem Aufkommen des Sponsortums und des Berufssportes die hochstehende Körperkultur, die in Kultfeiern eingebettet war, langsam aber sicher zugrunde ging: die Olympischen Spiele der Antike verkamen zu Gladiatorenkämpfen und Zirkusvorstellungen. Im alten Rom war es dann bereits so weit, dass «Manager» von Gladiatorenschulen ihre Gladiatoren gegen Gebühr an Veranstalter von Spielen und Zirkusvorstellungen ausliehen. In Capua soll Cäsar allein eine Gladiatorenschule mit fünftausend Kämpfern besessen haben.

Der Wandel der früheren kulturellen Sportspiele drückte sich auch im Erscheinungsbild der Teilnehmer aus. Sportfeste waren nicht mehr Zusammenkünfte wohlgestalteter Athleten, sondern muskulöser Kolosse, Berge durchtrainierten Fleisches. Rohe Kraft war die wichtigste Voraussetzung für den Sieg. Bereits im vierten und fünften Jahrhundert vor Christus kritisierten und geisselten Dichter und Denker wie Euripides, Xenophanes und andere den Berufssport, weil er ihrem Ideal der leib-seelischen Ausgewogenheit widersprach.

Wohin die Talfahrt im Altertum führte? Sowohl die Olympischen Spiele wie auch die Gladiatorenkämpfe verschwanden für Jahrhunderte. Wann wird es wieder so weit sein?

PRISMA

## Lektüre

Zu den allenthalben geforderten einschneidenden Massnahmen gegen die Überbelastung der Luft mit Schadstoffen gehört eigentlich auch der – *Nebelspalter!* *ba*

## Anti-Werbespot

In den Kinos läuft zurzeit ein «Festival der besten Werbefilme», das sich alsbald als Karikatur derselben herausstellt. Aus der Werbung für diese Antiwerbung: «Über 100 internationale Werbefilme, darunter 1 (!) Schweizer, alles toll zusammengeschnitten. Sie lachen Tränen und werden nie mehr etwas kaufen.» *bi*

## In der Opernpause

Im Zürcher Opernhaus feiert die Oper *Madame Butterfly* von Puccini grösste Triumphe. Im Pausengeplauder verstieg sich einer zur Feststellung, den englischen Titel dieser italienischen Oper könne man nicht gut auf deutsch übersetzen, da käme man ja auf «Die fliegende Butterfrau». *bi*

## Entzauberung

Der Mona Lisa im Louvre geht es nicht gut. Eines der letzten Geheimnisse, ihr Lächeln, wurde enttarnt. Ein amerikanischer Wissenschaftler will herausgefunden haben: Die Frau, die damals Leonardo da Vinci Modell stand, litt an der Bellschen Gesichtslähmung. *bi*

## Truggete

Nach einer deutschen Psychologin sind wesentliche Fasnachtsbeweggründe die verminderte Berührungssangst und die Freude an Gedränge. *ba*

## Menetekel

Schreckensgeschichte aus dem allerneuesten Testament: Kondom und Gomorrha. *ea*

**Bad Ragaz**

vielseitig attraktiv zu jeder Jahreszeit!

Familär geführtes \*\*\*\*Hotel an zentraler Lage zu den Thermalbädern. Eigene Massage- und Therapieabteilung (Spezialarrangements für Entschlackungsdiät und Cellulitis-Anwendungen), Sauna, Fitness, Solarium. Alle Zimmer mit modernstem Komfort, Spezialitäten-Restaurant im Bündner Stil, gediegene Bar, Aufenthalts-, Tagungs- und Fernsehräume, Lift, ruhiger Garten. Spezial-Angebote für Kur-Ferien oder Tagungen. **Neu: Im Frühling Schönheits-/Fitnesswochen.** Auf Wunsch Diäten. **Bis Juli Spezialangebote**

Öffnungszeiten Februar bis Ende Oktober.

Frau Vreni Martin-Feusi und Mitarbeiter  
Telefon 085/9 13 15, Telex 855 899

**Bad Ragaz**

**hotel lattmann**

Familie Vreni Martin-Feusi · Telefon 085/91315