

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 111 (1985)
Heft: 17

Illustration: Das photographierte Zitat
Autor: Graffenried, Michael von

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 12.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Wer muss das bezahlen?

Wie grosszügig weltweit gesponsert wird, zeigen einige wenige Beispiele aus jüngster Zeit:

- Der Ludwigshafener Chemie-Konzern BASF investierte rund drei Millionen Mark in den Ski-Weltcup. Fünf weitere Firmen stellten ähnlich hohe Summen bereit.

- Die Hochsprung-Olympiasiegerin Ulrike Meyfarth soll, laut deutschen Pressemeldungen, für ihre Werbung (Damenstrümpfe) eine sechsstellige Summe erhalten haben.

- Ein Süsswarenhersteller in der Bundesrepublik schloss im Olympiajahr mit den Leichtath-

leten einen Ausrüstervertrag in der Höhe von einer Million Mark ab.

- Für den Wechsel von Tachini (Tennisbekleidung) zu Nike (amerikanischer Schuhhersteller) erhielt John McEnroe 1,2 Millionen Dollar.
- Seit vier Jahren unterstützen die schwedischen Volvo-Werke den Tennis-Grand-Prix mit rund fünf Millionen Franken pro Saison.
- Die Wintersportindustrie hat 1984 runde 700 000 Franken Pauschalentschädigungen an Trainings- und Wettkampfkosten aufgebracht. Hinzu kamen noch 1,7 Millionen Franken an Entschädigungen an die unter Vertrag stehenden Fahrerinnen und Fahrer.

Und der Geldstrom sollte noch stärker fließen. Der amerikanische Profi-Manager Mark McCormack z.B. ist überzeugt, «dass der Sport nur wachsen kann, wenn mehr Geld zur Verfügung steht». (Wahrscheinlich sagte er Sport und meinte die Bankkonten von Managern und einzelnen Superstars.) Nicht der Staat, sondern die Unternehmer seien vor allem bereit, im Sport zu investieren. Dafür wollten sie etwas sehen, ihren Namen oder ihre Produkte im Fernsehen etwa. Die Sportverbände, die sich gegen diese Entwicklung zu wehren versuchen, seien oft «einfach unfähig, die wirtschaftlichen Realitäten zu erkennen».

Die Sportverbände erkennen sie nicht nur, sie bekommen sie vor allem empfindlich zu spüren. Schon seit geraumer Zeit befinden sie sich nämlich in einem verzwickten Teufelskreis. Auf der einen Seite wollen und müssen sie sich gemäss ihren Statuten für

den Breitensport einsetzen, wobei sie durch den Landesverband für Sport mit seinen Aktionen «Sport für alle» unterstützt werden, der aber ohne Sponsoren auch nicht auskommt. Das Ziel all dieser Anstrengungen: Möglichst das ganze Volk zum Sport treiben zu animieren – auch die mit dünnen Geldbeuteln, die Arbeitslosen, die Randgruppen. Auf der andern Seite suchen die gleichen Verbände und Klubs für ihr Aushängeschild, den ständig teurer werdenden Spitzensport nämlich, laufend Sponsoren, ohne deren Gelder sie gar nicht mehr existieren können. Je mehr die Wirtschaft im Sport investiert, desto mehr wollen die Geldgeber mitreden und, was dabei oft übersehen wird, desto teurer werden auch ihre Produkte, denn das Geld, das sie in den Sport hineinbuttern, muss ja irgendwo eingenommen werden.

Ist es da zu verwundern, wenn z.B. die Sportartikel, besonders die Markenartikel, ständig teurer werden, man dafür das Doppelte, ja das Dreifache der Preise für «namenlose» Ware bezahlen muss!

Immerhin, einige sind schon draufgekommen, dass man auch

in sogenannten Billig-Dresses Sport treiben, ja darin sogar erfolgreich abschneiden kann ...

REKLAME

Warum

zeichnen Sie lediglich auf die Wände der Telefonkabine, wo Sie Ihr Talent in unserem Malkurs Anfang Juni entfalten könnten?

Auskunft erteilt:

Ines und Paul Gmür
Albergo Brè Paese
6911 Brè s. Lugano
Tel. 091/51 47 61

Von Speer

leten einen Ausrüstervertrag in der Höhe von einer Million Mark ab.

- Für den Wechsel von Tachini (Tennisbekleidung) zu Nike (amerikanischer Schuhhersteller) erhielt John McEnroe 1,2 Millionen Dollar.

- Seit vier Jahren unterstützen die schwedischen Volvo-Werke den Tennis-Grand-Prix mit rund fünf Millionen Franken pro Saison.

- Die Wintersportindustrie hat 1984 runde 700 000 Franken Pauschalentschädigungen an Trainings- und Wettkampfkosten aufgebracht. Hinzu kamen noch 1,7 Millionen Franken an Entschädigungen an die unter Vertrag stehenden Fahrerinnen und Fahrer.

Und der Geldstrom sollte noch stärker fließen. Der amerikanische Profi-Manager Mark McCormack z.B. ist überzeugt, «dass der Sport nur wachsen kann, wenn mehr Geld zur Verfügung steht». (Wahrscheinlich sagte er Sport und meinte die Bankkonten von Managern und einzelnen Superstars.) Nicht der Staat, sondern die Unternehmer seien vor allem bereit, im Sport zu investieren. Dafür wollten sie etwas sehen, ihren Namen oder ihre Produkte im Fernsehen etwa. Die Sportverbände, die sich gegen diese Entwicklung zu wehren versuchen, seien oft «einfach unfähig, die wirtschaftlichen Realitäten zu erkennen».

Die Sportverbände erkennen sie nicht nur, sie bekommen sie vor allem empfindlich zu spüren. Schon seit geraumer Zeit befinden sie sich nämlich in einem verzwickten Teufelskreis. Auf der einen Seite wollen und müssen sie sich gemäss ihren Statuten für

Das fotografierte Zitat



«Der Umgang mit Frauen
ist das Element guter Sitten.»
(GOETHE: MAXIMEN UND REFLEXIONEN)