

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 113 (1987)
Heft: 8

Artikel: Hass-Ehe zwischen Sport und Wirtschaft
Autor: Meier, Marcel
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-603663>

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: 25.02.2026

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

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 Liftaffäulen 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 Werbeetats 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 Wettkampf-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 Sportstums und des Berufssports die hochstehende Körperfunktion, 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 Gladiatorenenschulen ihre Gladiatoren gegen Gebühr an Veranstalter von Spielen und Zirkusvorstellungen ausliehen. In Capua soll Cäsar allein eine Gladiatorenenschule 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 Antwerbung: «Über 100 internationale Werbefilme, darunter 1 (!) Schweizer, alles toll zusammengeschnitten. Sie lassen 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 könnte 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 Berührungsangst und die Freude an Gedränge. *ba*

Menetekel

Schreckengeschichte aus dem allerneusten Testament: Kondom und Gomorra. *ea*

Bad Ragaz

vielseitig attraktiv zu jeder Jahreszeit!

Familiär 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 / 9 13 15