

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin
Band: 132 (2006)
Heft: 5

Artikel: Marketing : schlecht gebrüllt, Goleo : FIFA - BGH 0:1
Autor: Martens, Joachim
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-601045>

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: 13.01.2026

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

Finden Sie Viktor!

Irene Busch

Eines Tages taten sich die leitenden Herren der Grosskonzerne zusammen und der bedeutendste von ihnen hielt eine Rede: «Es geht nicht, dass drei Viertel unseres Geldes in die Werbung fliesst und dass Fussballer ebenso viel wie wir verdienen können», sagte er. «Deshalb haben wir Viktor anfertigen lassen. Mit ihm steht uns ein preiswerter Star zur Verfügung.» Die leitenden Herren nickten. Viktor war ein Roboter, der jedes Tor halten konnte und aussah wie ein Profispieler. Gegen so einen kam auch der beste Stürmer nicht an. So wurde er Star einer unbekannten Mannschaft und bald sprach sich herum, dass er erste Sahne war. Petr Cech, Kasey Keller, Coltori und Kahn staunten. Dieser Viktor sprang hoch wie eine Feder, warf sich wie der Blitz jedem Freistoss entgegen und hielt eisern jeden Elfmeter. Das Publikum brüllte: «Viktor ... Viktor ... Viktor ...!» Alles lief wie geplant.

An einem Frühlingstag fand ein Spiel gegen den AC Mailand statt. Johann Vogel dachte: Heute knallen wir dem Viktor ein Tor rein, und er dribbelte und lief und lief und gab im richtigen Moment an Pirlo ab.

Der wollte den Ball Shevchenko zuspielen, doch plötzlich kam Viktor seelenruhig aus dem Tor, hob siegessicher die Arme und wollte sein Trikot mit Shevchenko tauschen. Entsetzt unterbrach der Schiedsrichter das Spiel und rief Sanitäter. Viktor schüttelte diesen erfreut die Hände, winkte dem Publikum, verneigte sich und liess sich ruhig hinausführen. Das Spiel ging mit einem Ersatztorhüter weiter und wurde vom AC Milano gewonnen. – Doch was wurde aus Viktor? «Ein Fehler im Programm», sagte sein Konstrukteur. «Das Timing stimmte nicht mehr. Viktor nahm an, das Spiel sei beendet und verhielt sich wie nach einem Sieg. Der Schaden ist bald behoben.» – Die Presse meldete: «Torhüter erlitt leichten Schwächeanfall», und alle waren beruhigt.

Bis zur WM ist Viktor wieder fit. Er wird für eine Nationalmannschaft spielen und die wird gewinnen. Die Torschützenkönige werden vergeblich stürmen und alle Fussballstars werden ebenso vergeblich auf Werbeverträge warten. Es gibt Viktor – und der wirbt in Zukunft für sämtliche Grosskonzerne völlig umsonst. Wir werden es erleben.



Christof Eugster

Marketing

Schlecht gebrüllt, Goleo

Goleo VI, das nicht sehr gelungene Maskottchen der Fussball-WM, mutet zusammen mit den deutschen Organisatoren den Fans einiges zu: Sie mussten für so genannte «Optionstickets» sieben Monate im Voraus bezahlen, erfahren aber erst spätestens 36 Stunden vorher, ob sie auch ins Stadion dürfen. Wer draussen bleiben muss, kann auf die Rückzahlung seines Geldes warten, wird aber trotzdem 16 Franken für erfolglose Bemühungen zahlen müssen. Der Löwenhunger nach Karten für Fans wird nicht befriedigt, pro Person und Spiel gibt es nur vier Tickets. Fanblocks, die Stimmung im Stadion erzeugen, fehlen damit. Ein Löwenanteil von Karten geht an Sponsoren. Wer gut betucht ist, kann sich zu einem hohen Preis eine VIP-Loge mit Hostess mieten. So wird jedes Spiel weniger ein Volksfest als ein Event der Salonlöwen, der Schönen und der Reichen. Die Masse sieht in die Röhre, steht vor den Grossleinwänden auf öffentlichen Plätzen oder hängt an den Fernsehern in Kneipen oder im trauten Heim.

Bei diesem Missklang zum Auftakt der WM hat Goleo schlecht gebrüllt. Es gibt nur einen schwachen Trost: Für die WM 2010 will die Fifa den Kartenverkauf wieder selbst übernehmen. Immerhin!

Joachim Martens

FIFA – BGH 0:1

Jeder, der etwas auf den Markt bringen will, wirbt und zahlt dafür. Seine Freude ist besonders gross, wenn für ihn Reklame gemacht wird, die nichts kostet. Nicht so der Fussball-Weltverband FIFA. Er treibt mit seiner Werbung gleichsam einen Ball paradox. Eifersüchtig wollte er darüber wachen, dass immerhin für mehr als 860 Waren und Dienstleistungen nur die offiziellen WM-Sponsoren werben dürfen. Doch hier spielte der Bundesgerichtshof in Karlsruhe nicht mit: Er lehnte den Markenschutz für die «Fussball-WM 2006» komplett ab. Das sei eine «sprachübliche Bezeichnung» für das bevorstehende Ereignis und nicht schutzfähig. Damit gibt es schon vor der Fussball-Weltmeisterschaft ein Ergebnis. Es steht 1:0 für den Bundesgerichtshof.

Joachim Martens