Zeitschrift: Traverse : Zeitschrift für Geschichte = Revue d'histoire

Herausgeber: [s.n.]

Band: 23 (2016)

Heft: 1: Masse, Märkte und Macht in der Geschichte des Sports = Masse, marchés et pouvoir dans l'histoire du sport

Artikel: Havelange - Dassler - Blatter : die Kommerzialisierung des Weltfussballs

Autor: Wey, Charles

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-650812

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: 12.07.2025

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

Havelange – Dassler – Blatter

Die Kommerzialisierung des Weltfussballs

Charles Wey

1974 wurde der Brasilianer João Havelange zum ersten nichteuropäischen Präsidenten der Fédération Internationale de Football Association (FIFA) gewählt. Gemeinsam mit dem damaligen Geschäftsführer von Adidas Frankreich, Horst Dassler, und einem jungen Schweizer, Joseph Blatter, baute Havelange anschliessend ein weltweites Sponsorennetzwerk auf, das in den folgenden Jahrzehnten erhebliche finanzielle Mittel in den Fussball einbringen sollte. Fussballweltmeisterschaften waren eine ideale Werbeplattform für multinational operierende Konzerne, was durch die allgemein zunehmende mediale Verbreitung des Fussballspiels begründet wurde. Aufgrund der Expansion der FIFA im Zug der Dekolonialisierung in Afrika und Asien benötigte der Weltverband wiederum neue finanzielle Mittel, um die finanzschwachen Mitglieder beim Aufbau funktionaler Strukturen zu unterstützen. Hat das daraus entstandene Begehren nach immer grösseren Geldeinnahmen zu einer klientelistischen Politik innerhalb der FIFA geführt? Hier gilt es zu analysieren, inwiefern die heutige Korruptionsproblematik in der FIFA, die seit über 15 Jahren die mediale Berichterstattung über den Weltfussballverband beherrscht, eine direkte Folge der Präsidentenwahl von 1974 ist.

In diesem Beitrag wird die Hypothese vertreten, dass der moderne, kommerzialisierte Fussball im Wesentlichen durch diese Wahl begründet wurde. Die ökonomische Durchdringung aus kommerziellen Interessen hat den Fussball zwar seit jeher begleitet und nationale Ligen wie die deutsche und die englische waren bereits zuvor einer zunehmenden Kommerzialisierung ausgesetzt.[1] Dennoch soll herausgefunden werden, inwiefern 1974 der Grundstein für den Aufbau eines Sponsoring- und Marketingnetzwerks gelegt wurde, das alles bis dato Dagewesene übertreffen sollte, und somit das entstand, was heute als «moderner Fussball» bezeichnet wird. Obwohl sich in anderen internationalen Sportverbänden wie beispielsweise im Internationalen Olympischen Komitee (IOK) zu dieser Zeit ähnliche Prozesse abspielten, steht hier die FIFA im Fokus der Untersuchung. Ich werde die Analysen der britischen Sportsoziologen John Sugden und Alan Tomlinson[2] sowie des deutschen Historikers Kay Schiller[3] berücksichtigen, die

ebenfalls die Bedeutung des Jahres 1974 und der Wahl Havelanges zum FIFA-Präsidenten für den Weltfussball unterstreichen. Die beiden Briten stellen vor allem die Frage nach der Regierung des Weltfussballs in den Vordergrund und Schiller analysiert in erster Linie die Weltmeisterschaft 1974 als Meilenstein in der Entwicklung des modernen, kommerzialisierten Fussballs. In diesem Beitrag sollen hingegen vor allem die Dreieckbeziehung zwischen Havelange, Dassler und Blatter sowie die Verknüpfung von entwicklungspolitischen und finanziellen Interessen bei der Kommerzialisierung des Fussballs im Fokus stehen.
FIFA-Tätigkeitsberichte aus der Zeit von 1974–1998, die im *Documentation Centre* der FIFA einsehbar sind, und journalistische Arbeiten, die sich insbesondere auf die Korruptionsproblematik beziehen, dienen in dieser Analyse als primäre Quellen. Der Zugang zum *Documentation Centre* wird durch interne Bestimmungen geregelt: Gesuchsteller müssen neben ihren persönlichen Daten unter anderem ihr Recherche-Interesse angeben. Anschliessend wird einem der Zugang gewährt – oder nicht. Welche Kriterien für die Bewilligung des Zugangs gelten, wird nicht mitgeteilt. Dokumente wie die Tätigkeitsberichte, die ich schliesslich einsehen konnte, werden darüber hinaus nur auf Anfrage in einem mit Fingerabdruckscanner gesicherten Raum zur Verfügung gestellt. Als Verband geniesst die FIFA Vereinsrecht in der Schweiz und muss im Gegensatz zu öffentlich-rechtlichen Institutionen geringere Kriterien der Transparenz erfüllen. Im Kontext dieser partikulären Sicherheitskultur stösst man auf multiple Hürden, bevor man interne Dokumente einsehen kann. Die vor der Jahrtausendwende erschienenen Tätigkeitsberichte wurden in der Regel vom Generalsekretär signiert. In den rezenten Berichten wird im Impressum die FIFA insgesamt als Herausgeberin bezeichnet. Somit trifft man bei der Untersuchung der Dokumente auf eine Quellenproblematik, die sich unter anderem durch eine allgemein mangelnde Transparenz im Wirken des Weltverbands erklärt.

Havelange tritt auf die Bühne

Im Jahr 1904 wurde die FIFA von sechs Vertretern europäischer Fussballverbände mit dem Ziel gegründet, internationale Fussballspiele zu koordinieren, die Spielregeln zu vereinheitlichen und eine internationale Meisterschaft zu organisieren. In den folgenden Jahrzehnten nahm der Weltverband stetig neue Mitglieder auf, wodurch der Einfluss aussereuropäischer Akteure im Gefolge der Dekolonialisierung zunahm. 1974 gelangte mit dem Brasilianer João Havelange der erste Nichteuropäer an die Spitze des Weltverbands, während die FIFA bis dahin von europäischen Funktionären präsidiert worden war.[4] Der 1916 geborene Havelange, Sohn einer Brasilianerin und eines belgischen Industriellen,

schlug eine Karriere als Sportler ein und vertrat Brasilien an zwei Olympischen Spielen: 1936 als Schwimmer und 1952 als Wasserballspieler. Bereits während seiner aktiven Sportlerlaufbahn begann er soziale und wirtschaftliche Kontakte in São Paulo zu knüpfen – begünstigt durch die früheren Geschäftsbeziehungen seines verstorbenen Vaters. In der Folge baute er sich ein Geschäftsimperium in der Transport- und Finanzindustrie auf. In den 1950er-Jahren nutzte Havelange seine Beziehungen, um in den brasilianischen Sportverbänden an Einfluss zu gewinnen. Als Präsident des nationalen Fussballverbands soll er wesentlich zur Professionalisierung und Kommerzialisierung des brasilianischen Fussballs beigetragen haben.[5] 1963 wurde der Brasilianer Mitglied des IOK.[6] Seine Erfahrungen als Unternehmer, als Sportler und als Verbandsfunktionär ebenso wie seine Kontakte zu politischen Entscheidungsträgern bildeten eine ideale Grundlage für sein Unterfangen, FIFA-Präsident zu werden.

Für seine Kandidatur entwickelte Havelange ein ambitiöses Wahlprogramm. Im Wesentlichen sah es vor, den Einfluss der neuen Mitglieder aus Afrika und Asien, aber auch der etablierten Verbände aus Lateinamerika auf Kosten der dominanten europäischen Akteure zu verstärken. Er versprach die Erhöhung der Teilnehmerzahl an den WM-Endrunden von 16 auf 24, was insbesondere den aussereuropäischen Verbänden zugutekommen sollte. Afrika, Asien/Ozeanien sowie Nord- und Mittelamerika sollten fortan mit je zwei doppelt so viele Startplätze erhalten wie zuvor.[7] Darüber hinaus plante Havelange neue Wettbewerbe wie Juniorenweltmeisterschaften, die in naher Zukunft in Asien und Afrika ausgetragen werden sollten. Zudem wollte er eine grössere Bandbreite von Unterstützungsprogrammen einführen, welche die sportliche und administrative Entwicklung der noch jungen Verbände vorantreiben sollten.[8] Dieses Wahlprogramm traf den damaligen Zeitgeist. In den 1970er-Jahren wandelte sich die internationale Entwicklungspolitik – auch im Zug der Wirtschaftskrise – zunehmend zu einer «Hilfsindustrie» aus nichtstaatlichen Akteuren, zu denen auch eine FIFA gezählt werden konnte.[9]

Havelanges Kontrahent, der amtierende britische FIFA-Präsident Sir Stanley Rous, stand derartigen Entwicklungen kritisch gegenüber. Mehr noch als seine Absicht, den Status quo im Weltfussball zu erhalten, wurde für ihn aber seine Haltung gegenüber dem südafrikanischen Verband zum Problem.[10] In einem Sonderbericht aus dem Jahr 1963 wurde ersichtlich, dass Rous nach einem Besuch in dem vom Apartheid-System gezeichneten Südafrika nicht beabsichtigte, den «weissen» Verband aufgrund diskriminierender Praxen aus der FIFA auszuschliessen. Rous konnte keinerlei Hindernisse für «Schwarze» erkennen, am Spielbetrieb des «weissen» Verbands teilzunehmen und er empfahl dem Kongress, den Verband nicht zu suspendieren.[11] Havelange sprach sich im Wahlkampf hingegen für einen Ausschluss des südafrikanischen Verbands aus.[12] Aufgrund dieser Positionierung

konnte der Brasilianer neben der Unterstützung der südamerikanischen Verbände, von denen er für die Wahl nominiert worden war, auf diejenige der afrikanischen Mitglieder zählen. Seine Entwicklungsprogramme waren zudem Versprechen an die ressourcenschwachen Verbände Asiens, Mittelamerikas und Ozeaniens. Während Rous sich auf seine bisherigen Verdienste verliess, bereiste Havelange viele Mitgliedsverbände insbesondere in Afrika und Asien, um Werbung in eigener Sache zu machen. Über die notwendigen Ressourcen verfügte er dank seiner unternehmerischen Tätigkeiten.[13] Die Strategie des Brasilianers bestand darin, über die globale Expansion des Fussballs und die Integration immer grösserer Massen von Mitgliedern und Partnern in das Beziehungsnetz der FIFA an die Spitze des Weltverbands gewählt zu werden und von dort aus den internationalen Fussball nachhaltig umzustrukturieren. Sein Wahlprogramm überzeugte die Mehrheit der Mitgliedsverbände und am 11. Juni 1974 wurde Havelange zum FIFA-Präsidenten gewählt.[14]

Adidas und die Geburt des Sponsorings

Havelange konnte zwar auf genügend eigene Ressourcen zurückgreifen, um seinen Wahlkampf zu finanzieren, die Umsetzung seiner Wahlversprechen verlangte aber nach erheblichen Drittmitteln. Die FIFA war zu dieser Zeit ein ressourcenschwacher Verband und auf finanzielle Unterstützung angewiesen, um grössere Investitionen zu tätigen.[15] Einen idealen Partner für die Umsetzung seiner Pläne fand Havelange in Horst Dassler, dem damaligen Geschäftsführer von Adidas Frankreich mit Sitz im elsässischen Landersheim.[16] Horst Dassler, der Sohn des Adidas-Gründers Adolf «Adi» Dassler, hatte eine effiziente Werbestrategie entwickelt: er stellte Athleten aus allen Sportarten seine Produkte unentgeltlich zur Verfügung, um im Gegenzug mit geringem Ressourceneinsatz seine Sportartikel einer grossen potenziellen Kundschaft präsentieren zu können.[17] Insbesondere die qualitativ und quantitativ fortgeschrittene Berichterstattung über den Fussball im Fernsehen machte diese Form der Werbung, das Sponsoring, interessant. Das moderne Sportsponsoring entstand im Zusammenspiel mit der aufkommenden Verbreitung des Fernsehens, der zunehmenden Popularität und dem Eventcharakter des Sports in den 1960er-Jahren. Der Adidas-Konzern galt als Vorreiter in diesem Bereich.[18]

Dassler erkannte allerdings bald, dass die Ausrüstung einzelner Sportler weniger lukrativ ist als das Exklusivrecht, Vereine und sogar ganze Verbände mit Sportartikeln zu versorgen. Dementsprechend erarbeitete er sich in den 1960er- und 70er-Jahren den Zugang zu unterschiedlichen Verbandsspitzen wie jener des Deutschen Fussballbundes (DFB) bis hin zu den übergeordneten Dachverbänden wie

der FIFA und des IOK.[19] Dassler hatte zwar bereits gute Beziehungen zum langjährigen FIFA-Präsidenten Rous, in Havelanges Wahlprogramm sah er aber neue Geschäftsmöglichkeiten – nicht zuletzt, da dieser gleichzeitig Mitglied des IOK war.[20] Die Allianz erwies sich im Nachhinein als ideale Geschäftsbeziehung. Zur Erfüllung seiner Wahlversprechen benötigte Havelange Geld, und Dassler stellte ihm in Aussicht, die finanziellen Mittel zu akquirieren. Für Dassler und Adidas bot sich im Gegenzug die Möglichkeit, einen internationalen Verband exklusiv zu unterstützen und das populärste Sportereignis der Welt als Werbeplattform zu nutzen. Allerdings sah sich Dassler mit dem Problem konfrontiert, dass er sein Budget durch seine ausgedehnten Werbe- und Sponsoringaktivitäten bereits stark belastet hatte. Dementsprechend musste er weitere Einnahmen generieren. Sein Ziel war es, multinationale Konzerne als Sponsoren zu gewinnen, um ein dauerhaftes internationales Netzwerk aufzubauen. Dassler spekulierte darauf, dass Sportveranstaltungen eine ideale Plattform für international operierende Konzerne bieten, um für ihre Produkte zu werben. In der Sportmarketingfirma West Nally fand er einen Partner, der fortan intermediär zwischen den Organisatoren von Sportveranstaltungen und potenziellen Sponsoren verhandeln sollte. Im Wesentlichen half West Nally den Organisatoren, ihren Event für Sponsoren attraktiver zu gestalten, um anschliessend internationale Unternehmen zu überzeugen, in den Event zu investieren. Im Gegenzug erhielt die Marketingfirma eine Vermittlungskommission.[21]

Der US-amerikanische Getränkekonzern Coca-Cola wurde 1975/76 als erster Partner für den Aufbau von Junioren-Wettbewerben gewonnen. Der Konzern konnte in der Folge im europäisch dominierten Fussball, der auch in der Sowjetunion und im kommunistischen Ostblock grosse Popularität genoss, für seine Produkte werben. So konnte das Unternehmen seine antikommunistische Werbekampagne im Kontext des Kalten Kriegs blockübergreifend weiter vorantreiben,[22] ohne dass dies direkt mit den USA in Verbindung gebracht wurde.[23] Coca-Cola versteckte seine geopolitische Funktion hinter dem apolitischen Gewand der FIFA und des Fussballs. Dadurch sah sich der Weltfussballverband zunehmend mit der Verquickung politischer und wirtschaftlicher Interessen konfrontiert, was wiederum seine Gestalt als unabhängigen Verein beeinflusste.

Der Getränkekonzern trat fortan an jedem FIFA-Turnier als Partner des Weltverbands auf. Im Gegenzug finanzierte Coca-Cola die neu gegründete Junioren-Weltmeisterschaft als exklusiver Sponsor. Aufgrund von Havelanges Versprechen, diese bevorzugt von den neuen Mitgliedsverbänden durchführen zu lassen, sah der Getränkehersteller hier eine Chance, kostengünstig in neue Märkte zu expandieren. Des Weiteren konnte der Konzern sein Image als sozial engagiertes Unternehmen stärken, indem er weltweit Fussballakademien finanzierte.[24] Interessant ist, dass Adidas eine zentrale Position beim Aufbau dieses Netzwerks einnahm, ohne

dabei selbst deutlich in Erscheinung zu treten – zumindest nicht dem tatsächlichen Engagement entsprechend. Im Tätigkeitsbericht des FIFA-Kongresses 1980 in Zürich wurde Coca-Cola bereits explizit als wertvoller Partner für die erfolgreiche Durchführung der eigenen Aktivitäten angepriesen, während Adidas nur am Rand in Bezug auf die Entwicklung neuen Fussballmaterials erwähnt wurde.[25] Die Werbung für die Produkte von Adidas wurde für Dassler persönlich zunehmend sekundär, denn im Verkauf von Vermarktungsrechten für die Weltmeisterschaft lag noch mehr Potenzial, um finanzielle Gewinne zu generieren. Das Fussballmarketinggeschäft war entstanden.

Entwicklungspolitik und Marketing: eine (un)heilige Allianz

In die von João Havelange versprochenen Entwicklungsprogramme wurde Adidas direkt eingebunden. Aufgrund des neuartigen Charakters dieser Projekte gab es weder bei der FIFA noch bei Adidas eine Instanz, die über Erfahrungen in diesem Bereich verfügte. Stattdessen wurde Havelange und Dassler ein junger Schweizer empfohlen, der durch seine Berufserfahrung, seine offene Persönlichkeit sowie seine Mehrsprachigkeit als geeignet für diese Position erschien. Es handelte sich um den 1936 geborenen Walliser Joseph Blatter.[26] Blatter studierte Ökonomie und Politikwissenschaft, arbeitete später als Sportjournalist beim Walliser Verkehrsverein und als Sekretär beim Schweizerischen Eishockeyverband. Anschliessend wechselte er zur Marketingabteilung der Uhrenfirma Longines,[27] für die er 1972 an den Olympischen Spielen in München tätig war. Dort lernte er Angestellte und Geschäftspartner der FIFA und von Adidas kennen.[28] Nach der Wahl Havelanges zum Präsidenten wurde Blatter mit dem Entwicklungsprogramm der FIFA vertraut gemacht, bevor er 1975 zum «Entwicklungschef der FIFA» ernannt wurde.[29] In dieser Position stand Blatter insbesondere mit den Mitgliedsverbänden in Asien und Afrika in ständigem Kontakt. Blatter nahm seine Tätigkeit nicht in der FIFA-Zentrale in Zürich, sondern in der Adidas-Zentrale in Landersheim auf. Er wurde zu Horst Dasslers Schüler und zum Mittelsmann zwischen der FIFA und Adidas. So entstand eine unorthodoxe personelle Verbindung zwischen einer assoziativen Struktur und der Privatwirtschaft – der Weltfussballverband wandelte sich in der Ära Havelange zunehmend von einem Verein zu einem profitorientierten Unternehmen, ohne seine grundlegende Struktur aufzugeben. Neben der vertieften Beschäftigung mit dem Entwicklungsdossier, das Havelange an Adidas zur Bearbeitung weitergegeben hatte, lernte Blatter die unterschiedlichen Facetten des Sponsoren- und Marketingsystems von der Pike auf kennen.[30] Sein Gespür für Machtverhältnisse verfeinerte Blatter hingegen bei Havelange.[31]

Die erfolgreiche Zusammenarbeit von Blatter, Dassler und Havelange führte zur erstmaligen Austragung der FIFA Junioren-Weltmeisterschaft 1979 in Japan – mit exklusiven Sponsorenrechten für Coca-Cola. Ebenfalls in der ersten Amtszeit Havelanges wurde das Entwicklungsprogramm 1 realisiert, das im Wesentlichen die Beziehungen zwischen National-, Regional- und Kontinentalverbänden untereinander sowie zur FIFA verbessern sollte. Zudem wurde das Angebot an Ausbildungskursen für Trainer, Schiedsrichter und Verbandsfunktionäre erweitert.[32] Darüber hinaus stellte die Finanzierung über Sponsorengelder einen neuen Impuls für den Weltsport dar. Bereits vor der Ära von Sir Stanley Rous waren erste Ansätze im Sportsponsoring zu beobachten, sie waren aber noch auf einzelne Sportler respektive Mannschaften oder Events ausgerichtet.[33] Der Aufbau eines international tätigen Netzwerks mit der direkten Beteiligung eines Dachverbands stellte eine revolutionäre Neuerung dar.[34] Die FIFA ging zudem mit der Lancierung von Entwicklungs- und Hilfsprogrammen, die keine direkte Verbindung zur Entwicklung des Spiels hatten, über ihre ursprüngliche Funktion hinaus – der Verband entwickelte sich zu einer Nichtregierungsorganisation.[35] Die Verbindung von Sport, Marketing, Entwicklungs- und Nothilfe ist ein Novum in der Sportgeschichte. 1981 wurde Joseph Blatter zum Generalsekretär der FIFA befördert. Bis zu seiner Wahl zum Präsidenten 1998 veränderte er gemeinsam mit Dassler und Havelange die Welt des Sports über die seit dem Ende der 1970er-Jahre vorangetriebene globale Expansion des Fussballs, über die Etablierung eines weitgespannten Sponsorennetzwerks und über die Begründung des modernen Sportmarketings nachhaltig und tief greifend. Die Herstellung von Assoziationen – im Sinn des französischen Soziologen Bruno Latour –[36] zwischen diesen unterschiedlichen globalen Entwicklungen, technologischen Neuerungen und Akteuren stellt die grosse Leistung von Havelange, Dassler und Blatter dar. Die Grundlage für die Entwicklung des modernen Sports wurde somit bereits Ende der 1970er-Jahre gelegt, aber erst mit dem Verkauf der Fernsehrechte in den 1980er- und 90er-Jahren begann im Sport eine exponentiell verlaufende Entwicklung der finanziellen Umsätze.

Der Verkauf der Übertragungsrechte

Bis 1998 hatten Havelange und Blatter, unterstützt durch den 1987 verstorbenen Dassler, die Wahlversprechen des Brasilianers erfolgreich umgesetzt, wie Havelange selbst in seiner Abschiedsrede am Kongress vom Juni 1998 in Paris bilanzierte.[37] Neben den 1979 erstmals durchgeführten U-20-Junioren-Weltmeisterschaften wurden ebenfalls ein Turnier für die U-17 und eine

Frauen-Weltmeisterschaft eingeführt. Hinzu kamen die Etablierung eines Hallenfussballturniers, die Einführung des Konföderationen-Pokals sowie die Planung einer Klub-Weltmeisterschaft. Die WM-Endrunde der Männer wurde auf 32 Teilnehmer erweitert und 1994 erstmals weder in Europa noch in Lateinamerika, sondern in den fussballerisch eher unbedeutenden USA durchgeführt. Nach der Kooperation mit Coca-Cola war dies ein weiterer strategischer Schritt zur Verbreitung des Spiels in Nordamerika. Diese Projekte konnten unter anderem aufgrund der Kooperation mit Adidas und Coca-Cola umgesetzt werden. Die bedeutenderen finanziellen Mittel wurden allerdings mit dem Verkauf der Fernsehübertragungsrechte für die WM der Männer generiert,[38] welcher zum bedeutendsten Wirtschaftszweig der FIFA wurde. In den 1990er-Jahren nahm der Verband allein über diese Quelle rund 100 Millionen Schweizer Franken pro Turnier im Männerfussball ein.[39] Auch dies trug dazu bei, dass aus der ehrenamtlichen Organisation der frühen Jahre in der Ära Havelange im Lauf der Zeit ein multinationaler Konzern geworden war. Im Tätigkeitsbericht von 1974 wurde noch auf die Gefahren der kommerziellen Vereinnahmung des Fussballs hingewiesen,[40] im Bericht von 1990 bezeichnete die FIFA sich hingegen selbst als Dienstleistungsunternehmen[41] und im Bericht von 1994 sprach sie vom Fussball als Unterhaltungsindustrie.[42]

Die zusätzlichen finanziellen Erträge waren nicht lediglich als Begleiterscheinung der technologischen und marktwirtschaftlichen Entwicklungen anzusehen, sondern gingen unter anderem auf Initiativen Dasslers und seiner Geschäftspartner zurück. Nach dem Bruch mit der Partnerfirma West Nally gründete der Chef von Adidas Frankreich 1982 die Firma International Sports and Leisure (ISL) mit der Absicht, eine eigene Vermittlungsstelle zwischen internationalen Sportverbänden – vor allem der FIFA und dem IOK – und internationalen Unternehmen zu etablieren. Im Zug der neuen Möglichkeiten im Verkauf von Fernsehrechten entdeckte Dassler diesen Wirtschaftszweig als quasi unerschöpfliche Geldquelle. Fortan verkaufte er die Übertragungsrechte für Weltmeisterschaften, Olympische Spiele und weitere Sportereignisse über die ISL an interessierte Rundfunkorganisationen.[43] Aufgrund von Dasslers engen persönlichen Beziehungen zu Havelange, der sowohl in der FIFA als auch im IOK grossen Einfluss hatte, konnte sich die ISL auch gegen finanziell lukrativere Angebote der Konkurrenz behaupten und erhielt bis zu ihrem Bankrott im Mai 2001[44] die Übertragungsrechte für die WM-Endrunden von 1986–2006.[45] Als die Mittlerfirma Konkurs anmelden musste, entging die FIFA nur knapp einer wirtschaftlichen Pleite, indem sie die Fernsehrechte gezwungenermassen selbst vermarktete. Dadurch konnte sie nicht nur die Liquidität sichern, sondern darüber hinaus die finanziellen Erträge nochmals vergrössern.[46]

Der Korruptionsdiskurs beherrscht die FIFA

Der Konkurs der ISL, der zweitgrösste der Schweizer Wirtschaftsgeschichte, stellte einen ersten, bedeutenden Bruch in der Erfolgsgeschichte der FIFA in der Ära Havelange dar. Zudem markierte er den Anfang eines Korruptionsdiskurses, der den Weltverband fortan medial beherrschen sollte. Die engen personellen Verbindungen zwischen der ISL und Sportfunktionären sowie die Nichtberücksichtigung lukrativerer Angebote hatten bereits zuvor Gerüchte korrupter Praxen im internationalen Sport befeuert. Nach dem Bankrott der ISL bekam die Schweizer Justiz Einsicht in Akten, die illegale Verbindungen zwischen der Sportagentur und Funktionären der FIFA sowie anderen Sportverbänden belegten. Mittlerweile ist erwiesen, dass unter anderem Havelange Bestechungsgelder von der ISL annahm. Im Dezember 2011 kam er seiner Suspendierung aus dem IOK zuvor und trat freiwillig zurück. Blatter konnte hingegen bis zu seiner Suspendierung am 8. Oktober 2015 durch die Ethikkommission der FIFA[47] keine Korruption nachgewiesen werden.[48] Korruptionsvorwürfe im Umfeld des Weltverbands waren indes nicht neu. Nach der Wahl von Havelange zum Präsidenten im Jahr 1974 erhoben britische Journalisten Anschuldigungen, der Brasilianer habe die Vertreter ressourcenschwacher Verbände bestochen.[49] Im Rahmen der Wahl Joseph Blatters 1998 zum Präsidenten war der Korruptionsverdacht wiederum stark. Ebenso wie sein Vorgänger soll der Walliser Verbandsvertreter bestochen haben. Die gegenseitige Bezichtigung der Korruption wurde indes von Blatter und seinem Konkurrenten, dem damaligen Präsidenten der Union of European Football Associations (UEFA), Lennart Johannsson, gleichermassen als Mittel zur Diskreditierung des Gegners verwendet.[50]

Diese Praxis war später auch bei den Wahlen von 2002 und 2011 zu beobachten. 2011 warfen sich Blatter und sein Kontrahent – und langjähriger Verbündeter – Mohamed bin Hammam gegenseitig korrupte Praktiken vor. Dem Katarer bin Hammam wurde die versuchte Bestechung karibischer Verbandsvertreter konkret nachgewiesen, woraufhin er lebenslänglich aus der FIFA ausgeschlossen wurde. Blatter hingegen wurde konkurrenzlos wiedergewählt.[51] Dieser Korruptionsskandal war umso brisanter, als er auf die heftig kritisierte Vergabe der WM nach Katar im Vorjahr folgte. Bin Hammam war einer der wichtigsten Akteure in der Bewerbung des Scheichtums gewesen.[52] Die Katar-Affäre markierte den Beginn der zweiten grossen Krise der FIFA, die bis heute anhält. Am 27. Mai 2015 wurden sechs hochrangige Funktionäre des Weltverbands im Vorfeld des FIFA-Kongresses in Zürich im Nobelhotel «Baur-au-Lac» von der Zürcher Kantonspolizei verhaftet. Die USA hatten einen Haftbefehl wegen Verdachts auf Korruption im Rahmen der WM-Vergabe an Russland und Katar ausgestellt.[53] Joseph Blatter wurde am Kongress zwar als Präsident bestätigt, kündete am

2. Juni 2015 aber seinen Rücktritt vom Amt an.[54] Im Oktober erfolgte die bereits erwähnte Suspendierung durch die Ethikkommission der FIFA.
Ebenso wie Korruption an sich sind Vorwürfe der Korruption gebräuchliche Machtmittel in Politik und Gesellschaft. Gleichzeitig kann gerade die durch den Korruptionsdiskurs entstandene öffentliche Imagination, die oftmals auf Verschwörungstheorien basiert, das Aufdecken von korrupten Praktiken und die ihnen zugrunde liegenden Machtbeziehungen verhindern.[55] Vor allem in der europäischen Öffentlichkeit erscheinen Havelange und Blatter als Symbole der Korruption, dabei handelt es sich ebenfalls um eine Instrumentalisierung des Korruptionsdiskurses im Interesse europäischer Akteure. Immerhin sind auch Blatters Konkurrenten um Lennart Johannsson korrupte Praktiken nachgewiesen worden.[56] Der externe moralische Diskurs, der insbesondere von den westlichen Medien und den europäischen Fussballakteuren, die ihren Einfluss im Weltfussball erhalten wollten, gegen die FIFA geführt wurde, blieb nicht ohne Wirkung. Am FIFA-Kongress 2013 wurden Reformen beschlossen – wenn auch nicht sehr weitreichende.[57] Skandalisierende Berichte über Personen und Organisationen haben ohnehin den Zweck, reformatorische Wirkungen durch die Diskussion moralischer Wertvorstellungen zu entfalten und bestehende gesellschaftliche Verhältnisse nicht grundsätzlich zu hinterfragen, sondern umzugestalten.[58] Der Skandal als soziale Form der Anschuldigung bezieht sich in der Regel auf eine bestimmte Form von Referenzobjekten, nämlich auf öffentliche Güter.[59] Durch die unkritische Reproduktion des Fussballs als universales öffentliches Gut – eine Konstruktion die im Wesentlichen von der FIFA selbst propagiert wurde und wird – durch die gleichen Instanzen, welche die FIFA kritisieren, wird diese zwar reformatorischen Prozessen unterzogen. Ihre Funktion als Weltfussballverband wird hingegen nicht hinterfragt. Solange ihre Geldquelle, die Weltmeisterschaft der Männer in ihrer heutigen Form, nicht grundlegend infrage gestellt wird, wird die FIFA mit all den Assoziationen, die sie konstituieren, reproduziert und in ihrer Macht gestärkt. Letztere beruht im Wesentlichen auf dem Fussballspiel selbst.

Fazit

Internationale Dachverbände wie die FIFA haben seit den 1970er-Jahren einen tief greifenden Wandel von Sportverbänden zu hybriden Organisationen grossen Ausmasses durchlaufen. Sie erfüllen sowohl Funktionen von Regierungen als auch von multinationalen Konzernen, NGOs und nicht zuletzt gemäss ihrer ursprünglichen Gestalt jene von Dachverbänden. Diese multifunktionale Verbindung in ein und derselben assoziativen Struktur produziert einen korruptionsanfälligen institutionellen Rahmen. Interessant ist, dass man von der FIFA beispielsweise

Transparenz und *good governance* erwartet – Forderungen die in der globalen Politik vor allem an Staaten gerichtet werden und nicht unumstritten sind. Doch bei Organisationen wie der FIFA handelt es sich nicht um Staaten, sondern um hybride Gebilde, die – wenn sie ihren Sitz in der Schweiz haben – dem Schweizer Vereinsrecht unterstehen. Angekündigte und unausweichliche Reformen respektive Umstrukturierungen sollten folglich auch der Komplexität dieser Institutionen Rechnung tragen.

Anmerkungen

1 Fabian Brändle, Marcel Koller, *Goooal!!! Kultur- und Sozialgeschichte des modernen Fussballs,* Zürich 2002, 71, 88–95. Vgl. dazu auch den Beitrag von Fabian Brändle in diesem Band.
2 John Sugden, Alan Tomlinson, *FIFA and the Conquest for World Football. Who Rules the Peoples Game?,* Cambridge 1998, 20.
3 Kay Schiller, *WM 74. Als der Fussball modern wurde,* Berlin 2014, 9–15.
4 Alan Tomlinson, *FIFA. The Men, the Myths and the Money,* Oxon 2014, 61.
5 Ebd., 61–63.
6 Barbara Smit, *Pitch Invasion. Adidas, Puma and the Making of Modern Sport,* London 2006, 155.
7 http://de.fifa.com/worldcup/archive/argentina1978/teams/index.html (27. 7. 2015); FIFA, *44th Ordinary Congress. Agenda and Enclosures,* Zürich 1984, 13.
8 Sugden/Tomlinson (wie Anm. 2), 36 f.
9 Marc Edelman, Angelique Haugerud, «Introduction: The Anthropology of Development and Globalization», in Marc Edelman, Angelique Haugerud (Hg.), *The Anthropology of Development and Globalization. From Classical Political Economy to Contemporary Neoliberalism,* Malden 2005, 1–74, hier 7, 17.
10 Thomas Kistner, *FIFA-Mafia. Die schmutzigen Geschäfte mit dem Weltfussball,* München 2012, 42.
11 Stanley Rous, James P. McGuire, *Report of the Visit of Sir Stanley Rous and Mr. McGuire to South Africa – Undertaken in Accordance with the Decisions of Congress at Santiago 1962,* Johannesburg 1963, 4.
12 Smit (wie Anm. 6), 155 f.
13 Sugden/Tomlinson (wie Anm. 2), 37.
14 Christiane Eisenberger et al., *FIFA 1904–2004. 100 Jahre Weltfussball,* hg. von der FIFA, Göttingen 2004, 224.
15 Ebd., 38.
16 Smit (wie Anm. 6), 71, 156.
17 Kistner (wie Anm. 10), 36–41.
18 Walter Rueda, Frauke Klug, *Sport-Sponsoring. An den Beispielen: FIFA Fussball-WM 2006 in Deutschland und FIFA Fussball-WM 2010 in Südafrika,* München 2010, 1–4, 15–17.
19 Smit (wie Anm. 6), 140.
20 Ebd., 154.
21 Ebd., 157 f.
22 Petra Gödde, «Globale Kulturen», in Akira Iriye (Hg.), *Geschichte der Welt. 1945 bis heute. Die globalisierte Welt,* München 2013, 537–678, hier 578.
23 Kistner (wie Anm. 10), 54 f.
24 Smit (wie Anm. 6), 159.

25 João Havelange, Helmut Käser, *Report Concerning the Period from June 1978 to March 1980*, Zürich 1980, 4, 8.
26 Tomlinson (wie Anm. 4), 72; Bruno Affentranger, *Sepp – König der Fussballwelt. Das System Joseph S. Blatter: seine Tricks, seine Tore*, Zürich 2007, 69–72.
27 Affentranger (wie Anm. 26), 47.
28 Tomlinson (wie Anm. 4), 72.
29 Affentranger (wie Anm. 26), 72 f.
30 Ebd.
31 Ebd., 21.
32 Havelange/Käser (wie Anm. 25), 4–17.
33 Kistner (wie Anm. 10), 38–43.
34 Sugden/Tomlinson (wie Anm. 2), 40.
35 João Havelange, Helmut Käser, *Report Concerning the Period from July 1974 to June 1976*, Montreal 1976, 7.
36 Bruno Latour, *Eine neue Soziologie für eine neue Gesellschaft*, Frankfurt a. M. 2010, 9–24.
37 João Havelange, *51st Ordinary Congress, Paris 7 and 8 June 1998. Agenda and Enclosures*, Paris 1998.
38 Ebd., 3–5.
39 Tomlinson (wie Anm. 4), 90.
40 Helmut Käser, *Bericht über die Zeitspanne von Juli 1972 bis Juni 1974*, Frankfurt a. M. 1974, 7.
41 Joseph S. Blatter, *Activity Report, April 1988 – March 1990, 47th Fifa Congress 1990*, Rome 1990, 23.
42 Joseph S. Blatter, *Activity Report, April 1992 – March 1994, 49th FIFA Congress 1994*, Chicago 1994, 3.
43 Smit (wie Anm. 6), 196.
44 Kistner (wie Anm. 10), 108.
45 Tomlinson (wie Anm. 4), 90–93.
46 Ebd., 120.
47 si, «Blatter und Platini per sofort suspendiert», http://www.nzz.ch/sport/blatter-und-platini-per-sofort-suspendiert-1.18626470 (28. 10. 2015).
48 Kistner (wie Anm. 10), 173–181.
49 Andrew Jennings, *Foul! The Secret World of FIFA: Bribes, Vote Rigging and Ticket Scandals*, London 2007, 18.
50 Affentranger (wie Anm. 26), 22 f.
51 Tomlinson (wie Anm. 4), 1–6.
52 Kistner (wie Anm. 10), 239–245.
53 Alois Feusi, SDA, Reuters, «Mehrere Fussballfunktionäre verhaftet», http://www.nzz.ch/zuerich/aktuell/zuercher-polizei-im-einsatz-gegen-fifa-funktionaere-1.18549652 (27. 7. 2015).
54 Markus Wanderl, DPA, «Joseph Blatter tritt zurück», http://www.nzz.ch/sport/fussball/fifa-kuendigt-fuer-18-uhr-30-medienkonferenz-an-1.18554080 (27. 7. 2015).
55 Gerhard Anders, Monique Nuijten, *Corruption and the Secret of Law. A Legal Anthropological Perspective*, München 2007, 18 f.
56 Affentranger (wie Anm. 26), 146 f.
57 Tomlinson (wie Anm. 4), 174.
58 Ari Adut, «Scandal as Norm Entrepreneurship Strategy: Corruption and the French Investigating Magistrates», *Theory and Society* 33/5 (2004), 529–578, hier 529 f. Zu Skandalphänomenen siehe auch *traverse* 3 (2015).
59 Luc Boltanski, Elisabeth Claverie, «Du monde social en tant que scène d'un procès», in Luc Boltanski et al., *Affaires, scandales et grandes causes. De Socrate à Pinochet*, Paris 2007, 395–452, hier 415.

Résumé

Havelange – Dassler – Blatter. La commercialisation du football international

L'année 1974 marque une césure dans l'histoire du football international. João Havelange, homme d'affaire brésilien, fonctionnaire sportif et ancien participant aux Jeux olympiques, est nommé président de la Fédération internationale de football (FIFA). A cette date, la FIFA est une association gérée bénévolement avec des ressources financières restreintes mais comptant tout de même 140 membres. Afin de pouvoir soutenir financièrement les membres les plus démunis de la fédération mais aussi de remplir les caisses de cette dernière, Havelange collabore avec le fabricant d'articles de sport Adidas, dirigé par Horst Dassler. Ensemble, ils constituent un réseau de sponsors et de marketing devant offrir aux acteurs du football l'accès à d'importantes ressources financières. Il s'agit par là de venir plus particulièrement en aide aux associations des pays du Sud et de défier la suprématie du football européen. En vue de coordonner ce projet, le Suisse Joseph Blatter est engagé comme assistant d'Havelange et de Dassler. Elève et protégé du Brésilien et de l'Allemand, le Valaisan s'élève bientôt au rang des figures les plus influentes du football international. Les acteurs de pays industrialisés, de pays émergents et de pays du Sud s'allient à présent pour changer le jeu durablement et globalement.

La FIFA a donc été réinventée en 1974 pour revêtir la forme que nous lui connaissons aujourd'hui et devenir tout à la fois association, ONG, multinationale et instance gouvernementale. Les affaires de corruption, dont elle est devenue aujourd'hui synonyme au sein de l'opinion publique, trouvent essentiellement leurs sources dans cette césure. João Havelange, Horst Dassler et Joseph Blatter ont su habilement tirer parti des développements globaux en constituant des alliances stratégiques. Celles-ci leur ont permis de transformer la petite association d'origine en une puissante organisation diversifiée et de grande dimension, constituée essentiellement par le football et dont le pouvoir tire sa source du jeu même. Il s'agit d'un pouvoir diffus et difficilement saisissable.

(Traduction: Siegfried Bodenmann)