

Inhaltsverzeichnis

1 Die große Scheinheiligkeit	1
1.1 Mangelnde Wertschätzung gegenüber unseren Fußballtalenten	1
1.2 Moral und Scheinheiligkeit im Fußball	3
1.3 Ronaldo – vorbestrafter „Fußballgott“	5
1.4 Superstar, „Fußballgott“ und vorbestraft – Lionel Messi	8
1.5 Menschenhandel mit Jugendlichen	9
1.6 Wie China versucht, im Weltfußball mitzumischen	11
1.7 Katar und die Fußball-WM	12
1.8 Wie der Fußball nicht nur durch Investoren missbraucht wird	14
1.9 Die Super League – Verrat am Fußball	16
1.10 Fußballethik und ganz viel Gutes	17
1.11 Faszination Fußball	19
Quellen	22
2 Die Macht der Spielervermittler	25
2.1 Die Anfänge	25
2.2 Das Bosman-Urteil	27
2.3 Wie wird man Spielerberater?	27
2.4 Das Geschäft	28
2.5 Der Job	29
2.6 Zeit für Veränderungen	30
2.7 Die Auswüchse und kriminelle Strukturen	31

XII Inhaltsverzeichnis

2.8 Extreme Auswüchse	32
Quellen	34
3 Die Rolle der Investoren im Fußball	37
3.1 Auswüchse im internationalen Bereich	37
3.2 Die 50+1-Regel in Deutschland und Investoren	38
3.3 Börsengang, Kommanditisten oder strategische Partner	40
3.4 Warum der Fußball für den klassischen Investor eigentlich nicht interessant ist	43
3.5 Ausnahmen der 50+1 Regel bei Bundesligavereinen	44
3.6 Die sogenannte Ummantelung und bedingte Umgehung	44
3.7 Was bringt die Zukunft	46
Quellen	50
4 Internationale Vermarktung	51
4.1 Eine kleine Zeitreise	51
4.2 Die internationalen Märkte und die Markenstärkung	52
4.3 Internationale Strategien	54
4.4 Strategische Partner	55
4.5 Internationale Vermarktung der Verbände	57
4.6 Ökonomische Dimensionen	58
Quellen	63
5 Sponsoring: Aufgaben und Macht der Vermarkter	65
5.1 Die Anfänge	65
5.2 Sponsoring und Vermarktung	67
5.3 Die Macht der Vermarkter	69
5.4 Vermarktungsvertrag mit dem Club	70
5.5 Die Stadion-Caterer	71
5.6 Naming Rights	72
5.7 Trikotsponsoring	73
5.8 Das Megageschäft der Ausrüster	74
Quellen	79
6 Die UEFA und FIFA unter Infantino und die Rolle der Verbände	81
6.1 Macht und Geld verderben nicht den Charakter – sie machen ihn nur für alle sichtbar	81

	Inhaltsverzeichnis	XIII
6.2 Die Rolle des FIFA-Präsidenten Infantino	83	
6.3 Wieder einmal: PSG und Manchester City	84	
6.4 Macht es der DFB besser?	86	
Quellen	91	
7 Die Fußballbasis von 7 Mio. Vereinsmitgliedern in Deutschland		93
7.1 Fakten und unglaublich hohe Zahlen	93	
7.2 Herausforderungen für den Amateurfußball	93	
7.3 Wie ist der Amateurfußball strukturiert?	94	
7.4 Die gesellschaftliche Kraft des Amateurfußballs	95	
7.5 Wie finanziert sich der Amateurfußball?	96	
7.6 Chancen und notwendige Erneuerungen	96	
7.7 Der Masterplan Amateurfußball des DFB	97	
Quellen	101	
8 Operationserfahrungen bei der FIFA-WM 2006 und Nachhaltigkeit bei Sportgroßereignissen		103
8.1 Mein Einstieg in die FIFA-WM 2006	103	
8.2 Planung und Bauphase	104	
8.3 Der Job	106	
8.4 Persönliche Highlights und Erinnerungen	107	
8.5 Sportgroßereignisse wie Fußballweltmeisterschaften und Olympische Spiele	110	
8.6 Nachhaltigkeit bzw. fehlende Nachhaltigkeit im Sportstättenbau und Sport	110	
8.7 Nachhaltigkeit funktioniert	112	
8.8 Nachhaltigkeit in Clubs – CSR	115	
Quellen	118	
9 Die Zukunft des Fußballs im Zeitalter von Big Data		119
9.1 In der „Steinzeit“ der 70er-Jahre	119	
9.2 Scouting-Systeme in der Praxis – Status quo	120	
9.3 Fußball der Zukunft – auch eine Frage des richtigen Systems und Trainers	121	
9.4 Beispiele aus dem digitalen Werkzeugkasten	123	
9.5 Die unterschiedlichen Tracking- und Datensysteme	125	

9.6	Die Erfolgsstory: der Vorreiter beim Einsatz der Datenanalyse und KI, der FC Midtjylland	127
9.7	Leistungsdiagnostik und modernes Athletiktraining	128
9.8	Infotainment und Connected Stadium	129
9.9	Was bringt die Zukunft?	130
9.10	Auszüge der Studie von Facit digital vom Juli 2018	132
	Quellen	137
10	Wie funktioniert ein moderner Fußballverein	139
10.1	Eine kleine Vorgeschichte	139
10.2	Sportökonomie und Sportmanagement	141
10.3	Der Verein	141
10.4	Die Betriebsaufspaltung – die Ausgliederung	143
10.5	Abteilungsstruktur und Managementschwächen	146
10.6	Die einzelnen Abteilungen	151
	Quellen	157
11	Die Coronakrise – Auswirkungen auf die Sportbranche	159
11.1	Eine Branche ohne Lobby	159
11.2	Der Fußball in der Pandemie – viel Empörung und unsägliche Vergleiche	161
11.3	Die finanziellen Auswirkungen durch die Pandemie	164
11.4	Die Pandemie als Gefahr, aber auch als Chance	165
	Quellen	170
12	Wohin entwickelt sich der Fußball in der Zukunft?	173
12.1	Digitale Veränderungen und Transformation	173
12.2	Big Data und Fußballspiele mit noch mehr Eventcharakter	175
12.3	Thesen für die Zukunft des Profifußballs	176
	Quellen	185
13	Fans – die Seele des Fußballs	187
13.1	Fans und Fanclubs	187
13.2	Die Kurve	188
13.3	Der Support	189
13.4	Der Einfluss der Fangruppierungen	191

Inhaltsverzeichnis**XV**

13.5 Undifferenzierte Betrachtung der Fankategorien, Außenwirkung und Maßnahmen	192
13.6 Wem gehört der Fußball?	194
13.7 Fangruppierung „Zukunft Profifußball“	194
Quellen	197