

Sven Schreiber

Der DFB trennt sich von Adidas

Die Nachricht schlug ein, wie ein Gerd-Müller-Tor: Nach über 70 Jahren wechselt der DFB seinen Ausrüster: Adidas geht, Nike kommt.

In einem Radio-Interview konnte die Sportreporterlegende Manfred Breuckmann die ganze Aufregung um den Wechsel nicht verstehen: Bei den großen finanziellen Sorgen, die den DFB gerade plagen, hätte dieser das Angebot des US-Konzerns gar nicht ablehnen können. So Herr Breuckmann.

Ich sehe das anders. Ich halte den Deal für moralisch fragwürdig und ökonomisch für gefährlich. Das eh schon furchtbar schlechte Image des DFB nimmt weiter Schaden.

Zum Moralischen

Als *Deutscher* Fußballbund ist der DFB diesem Land und das heißt auch: seiner Wirtschaft moralisch verpflichtet. Er hat sie zu unterstützen, nicht zu beschädigen. Rudolf Habeck nennt das Standortpatriotismus. Der gilt um so mehr, als sich gerade der DFB in den letzten Jahren immer häufiger öffentlich zu moralischen Themen geäußert hat. Es wirkt deshalb nicht sehr glaubwürdig, in dem Moment, wo die Moral Geld kostet, diese hintenanzustellen.

Nun mag man einwenden, Adidas sei ja eigentlich nur noch der juristischen Form nach deutsch: 90% der Aktien und Produktionsstätten liegen im Ausland. Stimmt. Entscheidend ist aber, dass es international als urdeutsches Unternehmen wahrgenommen wird – vergleichbar mit VW und Mercedes – und zu den bekanntesten Marken der Welt gehört.

Was wäre wohl in den USA los, wenn der US-Fußballverband von Nike zu Adidas wechseln würde?

Unmoralisch erscheint aber auch die Art und Weise, in der der DFB die Verbindung zu Adidas kappte: die 70 Jahre dauernde, sehr vertrauensvolle, ja fast schon magisch-mythische Beziehung durch einen geheimen Deal mit Nike zu lösen, über den man den langjährigen Partner aus Herzogenaurach dann erst im Nachhinein mit einer kurzen Mail unterrichtet und das zu einem Zeitpunkt, wo das gemeinsame neue Trikot gerade vorgestellt wurde und die Vorbereitung auf die Heim-EM im hauseigenen Adidas-Campus kurz bevorsteht, ist an Geschmack- und Respektlosigkeit nicht mehr zu überbieten.

Was sollen wir da von all den Respekt- und Fairnesskampagnen noch halten, die der DFB in den letzten Jahren durchgeführt hat? Unabhängig davon: Solch ein hinterlistiges Vorgehen kostet Vertrauen. Und Vertrauen ist die Basis - gerade wenn es ums gute Wirtschaften geht.

Zum Ökonomischen

Ökonomisch kostet der Nike-Deal den DFB aber nicht nur Vertrauen. Er scheint mir auch sehr riskant, weil kontraproduktiv zu sein: der DFB ist ja nicht wegen Adidas in eine finanzielle Schieflage geraten ist. Verantwortlich waren vielmehr die eigene Vetternwirtschaft, überbordende Kosten bei sinnfremden Bauprojekten (DFB-Campus), die desolaten Misserfolge der DFB-Elf wegen schlechter Nachwuchsförderung und falscher Trainerwahl sowie die zunehmende Distanzierung von den Fans. Wie die 50 Mio. Euro Mehreinnahmen von Nike an diesen strukturellen Defiziten des größten Fußball-Verbandes der Welt etwas ändern sollen, ist mir schleierhaft. Kein Mensch denkt ans sinnvolle Sparen und grundlegende Reformen, wenn das Geld noch üppiger fließt.

Zum Ökonomischen gehört zudem, dass der Deal für Nike nur aus einem einzigen Grunde Sinn macht. Und der liegt nicht in der tollen Werbequalität der deutschen Fußballnationalteams. Die dürfte Nike zur Zeit eher schaden (den seit Jahren souverän gut spielenden Franzosen überweist die Firma aus Oregon (USA) nur 50 Mio. Euro im Jahr!). Der eigentliche Grund liegt wohl darin, dass Nike seinen Konkurrenten Adidas auch auf dem einen Feld noch ausstechen will, wo dieser bei Sportartikeln weltweit die Nase vorn hat: dem Fußball. Das könnte sich ökonomisch für Nike auszahlen, wohl nicht aber für Adidas und dem DFB, die beide in den letzten Jahren kriselten.

Übrigens hat das Noch-Adidas-Team Deutschland das Noch-Nike-Team Frankreich in einem Vorbereitungsspiel zur Heim-EM gerade (23.03.2024) mit 2:0 geschlagen – und das in Frankreich!