



Hertha-Profi Tchami (M.), Ufa-Chef Schmidt-Holtz (im Berliner Olympiastadion): „Den Verein gibt es im Grunde genommen gar nicht mehr“

FUSSBALL

Aufstand der Marionetten

Mit rund 20 Millionen Mark hat die Bertelsmann-Tochter Ufa den maroden Hauptstadtclub Hertha BSC saniert. Doch die Liaison zeigt erste Risse: Im Verein wächst die Kritik am Machtanspruch der Vermarktungsfirma – die Ufa-Manager seien „Berlins neue Besitzer“.

Max Merkel, 78, ist mit der Gabe gesegnet, seinen Lesern stets mitten ins Herz zu treffen. Nachdem Hertha BSC der Aufstieg in die Bundesliga gelungen war, schraubte der ehemalige Meistertrainer als BILD-Kolumnist die Fußballbegeisterung an der Spree in südländische Höhen. Den Neueinkauf Bryan Roy taufte er „einen Goldjungen“, und noch mehr freute er sich auf Alphonse Tchami, den „pechschwarzen Panther aus Kamerun“, der so „hungrig nach Toren“ sei.

Sechs Wochen und fünf sieglose Spiele später sieht das geschmeidige Schandmaul „leider ziemlich schwarz“ für Hertha, „die teuren Stars“, findet er jetzt, hätten sich als Flops erwiesen.

Im „Holst am Kreuzberg“, einer Fan-Kneipe des Traditionsclubs,

werden Merkels Thesen lautstark beraten. „So'ne Kacke, wa“, schimpft ein zorniger Zecher, „die wollen in'n Europacup und haben nur blinde Fische einjekoof.“ Schuld an der Misere trügen die un-

kundigen Herren der Ufa, die neuen Machthaber, die auf das Vermarktungspotential des Hauptstadtvereins scharf seien: „Det sin' Geier, die nur abkassieren wollen.“



Anhänger von Hertha BSC: „Blinde Fische einjekoof“

Hinter dem Zapfhahn steht im roten T-Shirt „Hübi“. Hetze und Spott tun dem Hertha-Fan Michael Hübner erkennbar weh. „Wir schaffen das schon“, sagt der rundliche Wirt leise, in der Not müßte die Ufa „noch ein paar Millionen lockermachen“.

Klagen, Häme, Hoffnung auf bessere Tage – die Stimmungslage der Fußballgemeinde ist so wankelmütig, als wiederhole sich die Berliner Geschichte zwischen Mauerfall und Vereinigungsfrust im Zeitraffertempo. Noch vor kurzem hatten die Zeitungen mit 40seitigen Sonderbeilagen den Aufstieg gefeiert, Politiker



J. ENGLER

und Unternehmer wanzten sich an den Bundesligisten heran. Endlich hatte die Metropole einen Club, der ihrem Selbstwertgefühl entsprach.

Und jetzt steht Hertha BSC im Tabellenbild unverhofft ganz unten, und Präsident Manfred Zemaith registriert eine „gewisse Enttäuschung, fast Resignation“. Die Boulevardzeitungen übertreffen sich mit Berichten über „Sticheleien“ (KURIER), „Krach“ (BILD), die „große Krise“ (BZ).

Mit der sportlichen Ernüchterung haben sich sogleich feine Risse in einem Fußballmodell gezeigt, das bisher als beispielhaft galt. Nach und nach hatte die Hamburger Ufa, eine Tochterfirma des Mediengiganten Bertelsmann, 20 Millionen Mark in den Verein gepumpt. Zuletzt finanzierte sie Roy und Tchami, die teuersten Transfers der Vereinsgeschichte.

Bislang kassierte die einst völlig marode Hertha und duldet die wachsende Fremdbestimmung. Nun aber wehren sich die letzten einflussreichen Vereinsmenschen gegen eine Unterwanderung durch die Vermarktungsexperten aus der Hansestadt. Einige Alt-Herthaner – so nennt sich jener harte Kern von Anhängern, der dem Club die Treue hielt, als er in der Oberliga dümpelte – empfinden die Ufa-Manager als „Berlins neue Besitzer“.

Mit elf Mitarbeitern hat sich die Firma in der neuen Hertha-Geschäftsstelle am Olympiastadion einquartiert, einem Backsteingebäude, in dem einst Reichssportführer Hans von Tschammer und Osten residierte. Wenn Manfred Bender, 29, ober-

ster Ufa-Statthalter, über seine Erfolgsbilanz referiert, sprudeln ihm Begriffe wie Synergien, Break-even, Hospitality aus dem Mund. Hertha ist für den Werbemenschen kein Fußballverein, sondern eine „Marke“, ein „Thema“. „Wir Yuppies, wir Schlipsträger“, wie Bender selbstironisch vorträgt, haben einen neuen Hauptsponsor (vier Millionen Mark) und neun weitere Werbepartner (sechs Millionen) besorgt, alle Banden im Stadion sind verkauft (zwei Millionen), 70 Mittelständler im Förderkreis vereint. Und mit Peanuts wie Stadionzeitung und Anzeigetafel kommen rund 14 Werbemillionen zusammen, von denen 60 Prozent in die Clubkasse fließen.

Schon heute, verkündet Bender, „ist Hertha einer der bestvermarkteten Verei-

Hertha braucht die Ufa-Millionen, und die Ufa braucht die Hertha, sollen Renditen entstehen

ne der Liga“. Mit Sicherheit werde die Ufa irgendwann bis zum Vertragsende 2009 das Ziel erreichen, weshalb sie in Berlin angetreten sei: Gewinne.

Doch die glänzenden Zahlen sind für Bender nur ein Teil des Engagements, irgendwann hätten die Ufa-Leute nicht mehr einfach nur Millionen akquiriert, sondern auch begonnen, „eigenes Herzblut zu vergießen“. Das zu betonen ist ihm wichtig. Er hat gespürt, daß den Ehrenamtlichen die Vereinsführung nach Ufa-Art „eine Taktzahl zu hoch war“. Die Reibereien mit den

Alt-Herthanern, die den Verlust blau-weißer Stallwärme beklagen, versucht er kleinzureden: „Wir sind eben alles junge Leute, die was bewegen wollen.“

Vermutlich wären die Sticheleien wie so manche Vereinsquerelle vorher versandet – schließlich ist man, politischen Koalitionen ähnlich, aufeinander angewiesen: Hertha braucht die Ufa-Millionen, und die Ufa braucht die Hertha, sollen irgendwann Renditen entstehen.

Doch so offensichtlich die symbiotische Beziehung ist, irgend jemand in Hamburg muß ob des Millionen-Investments die Nerven verloren haben: Unerwartet legte die Ufa vor drei Wochen dem Präsidium einen Kontrakt vor, in dem es hieß, daß die im Sommer für Neuzugänge bereitgestellten sechs Millionen Mark nur als Darlehen gedacht seien. Das Unternehmen werde erst wieder investieren, wenn vertraglich festgelegt sei, daß im Aufsichtsrat Personen sitzen, die der Ufa genehm sind. Zur Zeit hat man in diesem Gremium, mit Ufa-Chef Rolf Schmidt-Holtz im Vorsitz, das Sagen, und so soll es auch bleiben.

Bender verteidigt den satzungsrechtlich bedenklichen Vorgang etwas dünn. Die Ufa habe doch „nur ein Signal gebraucht, ein bißchen Sicherheit“. Nun hätten die ihre „wahre Fratze gezeigt“, halten die Alt-Herthaner dagegen. Was eigentlich als „geheime Vereinbarung“ gedacht war, wurde der BILD-Zeitung zugespielt. Seitdem ist ordentlich Dampf im Kessel.

Präsident Zemaith beißt sich lieber auf die Lippen, als sich öffentlich über die Ufa zu beklagen, schließlich hat er selbst vor drei Jahren die ungleiche Partnerschaft unterschrieben. Doch „der Manni“, der früher jahrzehntelang mit blau-weißem Fanschal in der Kurve gestanden hat, ist eben Alt-Herthaner. Manchmal kommt der Rechtsanwalt auf seinem BMW-Motorrad mit derbem Schuhwerk, lila Sweatshirt und Jeans in die Geschäftsstelle – und paßt in diesem Aufzug so gar nicht in das edle Umfeld aus schwarzem Leder, blankem Stahl und hellem Holz.

Noch vor kurzem sei er „als Strohpuppe abgeschrieben“ gewesen, weiß Zemaith, „doch das Image der Marionette bin ich los“ – spätestens, seit er sich kühn weigerte, den Sechs-Millionen-Mark-Vertrag mit der Ufa zu unterschreiben. Seitdem bekommt er Anrufe, die ihn auffordern durchzuhalten: gegen die „Ufa-Okkupation“, wie es der ehemalige Hertha-Präsident Wolfgang Holst nennt. Der hemdsärmelige Zemaith gilt unter den Fans mittlerweile als Bollwerk gegen die feindliche Übernahme durch den Medienriesen.

Spaß bereitet ihm seine Rolle nicht, weil gerade jetzt die „Hertha keine Unruhe gebrauchen kann“. Neuerdings sitzt er viele Stunden in der Geschäftsstelle, um zu verhindern, daß ihm der Verein aus den Händen gleitet. Es nagt an ihm, daß Manager Dieter Hoeneß die Verpflichtung von Neu-

zugängen mit Schmidt-Holtz bespricht – ohne die Stimme des Präsidenten zu hören. Es nervt ihn, wenn er seinen wirtschaftlichen Leiter, Norbert Müller, bei der Arbeit dilettieren sieht: Der Mann, der sich nach etlichen Schnitzern den Spitznamen „Dr. No“ erworben hat, wurde ihm von der Ufa ungefragt aufs Auge gedrückt.

So ist der Hauptstadtclub wieder einmal mehr mit sich selbst als mit den Gegnern auf dem Rasen beschäftigt – ein Umstand, den Hoeneß „nicht begreifen kann“. Wenn sich der Manager den Streitereien zwischen Alt-Herthanern und Ufa widmet, „diesem sensiblen Thema“, schiebt er seinen massigen Körper nach vorn und bringt die großen Hände in Gebetshaltung: „Fakt ist“, sagt er, daß natürlich ein Verein und ein Konzern unterschiedliche Interessen hätten. Er selbst, von der Ufa ins Amt gehoben und von Hertha bezahlt, versuche, diesen Konflikt zu glätten.

Doch „Fakt ist auch“, sagt Hoeneß, „daß es den Verein im Grunde genommen gar nicht mehr gibt“: Es gebe kein Vereinsleben, kein Vereinszentrum, nur eine Gruppe von Menschen, die erfolgreichen Profifußball produzieren müssen. Die „emotionale Betrachtungsweise“ durch die Vereinsbrille habe den Club vor Jahren in den Ruin getrieben. Die „neue Gefühlsebene“ könne doch nur darin bestehen, „attraktiven Fußball zu zeigen“.

Dieser Anspruch sei nirgendwo größer als in Berlin, wo man sich nur mit wirklich Erstklassigem zufriedengibt. „Steigt Hertha auf, steigt die ganze Hauptstadt auf, steigt aus dem Tal die Wirtschaft auf (weil ich dann mehr Schultheiß sauf)“ hat der Schriftsteller F. C. Delius vor 30 Jahren gedichtet. Geändert, sagt er, habe sich daran nichts – der wiedervereinigte Berliner ist erfolgsorientierter denn je.

Während Hoeneß im Besprechungsraum über Fußball philosophiert, müht sich draußen auf dem alten Reichssportfeld Jürgen Röber, seinen Spielern endlich dieses Erstligaformat einzubimsen. In drei von fünf Spielen habe die Hertha tollen Fußball gezeigt, sagt der Trainer. Man sei so nah dran gewesen am Erfolg, bricht es unvermittelt aus dem Fußball-Lehrer heraus, und er bringt Daumen und Zeigefinger so weit zusammen, daß nur noch ein Bleistift dazwischen paßt. Und dann schießt der Effenberg in der letzten Minute ein Tor – und „plötzlich bist du der Depp“.

Werbemärker hin, Vereinstradition her, letztlich sei Fußball eben so einfach. Daß neben ihm der Streit zwischen Alt-Herthanern und Ufa eskaliert, ist für den Trainer auch nur in einer Hinsicht bedeutend: daß ihm womöglich der Konzern einen Nachschlag verwehren könne. Den braucht er, um seine Elf weiter aufzurüsten.

Alles eine Kosten-Nutzen-Analyse. Bender hat schon die Frage gestellt: „Was ist für die Ufa billiger – weiter zu investieren oder den Verein absteigen zu lassen?“ ♦