

des Weltfußballs. Der Tamile, aufgewachsen in Singapur, galt jahrelang als rechte Hand Dan Tans. Anfang 2011 wurde er in Finnland geschnappt, die Polizei hatte einen Tipp bekommen aus Kreisen der Wettmafia.

Bereits mit 19 Jahren begann Perumal, im Wettmilieu zu arbeiten. Ein selbstbewusster Typ, charismatisch, einnehmend. In seinem nach der Verhaftung konfiszieren Telefon fanden sich Nummern von Fußballern und Funktionären aus 34 Ländern.

„The Boss“, wie er im Freundeskreis genannt wird, inszenierte regelrechte Manipulationsorgien. 2010 organisierte Perumal ein Testspiel der Nationalmannschaften von Bahrain und Togo. Dass auf Seiten von Togo übergewichtige und überalterte Spieler aufliefen, hing damit zusammen, dass es sich überhaupt nicht um die Eliteauswahl des afrikanischen Staates handelte. Perumal hatte sich einen Haufen Hobbykicker zusammengekauft und ließ sie als Schein-Nationalteam antreten, sein Geld setzte er auf den Gegner und machte so Millionen.

Im Jahr darauf gelang ihm ein ähnlich spektakulärer Coup. In Antalya ließ er die Nationalmannschaften von Bolivien

und Lettland sowie von Estland und Bulgarien, damals trainiert von Lothar Matthäus, gegeneinander antreten. Über eine Eventfirma hatte Perumal die Spiele organisiert. Er bestach sämtliche Schiedsrichter. In den beiden Partien fielen sieben Tore, alle durch Elfmeter. Wieder machten der Zocker und seine Kumpanen Millionen.

Es ist schwer zu sagen, wie viele Deals Perumal mit der Justiz abgeschlossen hat. Obwohl es eine Menge Prozesse gegen ihn gab, saß er nie lange im Gefängnis. An sein durch Wettmanipulation gemachtes Vermögen sind die Behörden bis heute nicht rangekommen. Perumal ließ Anfragen des SPIEGEL unbeantwortet.

Derzeit befindet er sich in Ungarn, formell steht er unter Polizeiaufsicht, er darf das Land nicht verlassen. Der Zocker lebt in der Nähe von Debrecen, und das keineswegs schlecht.

Es gibt Bilder von ihm, auf denen er mit hübschen Frauen in den Nachtclubs von Budapest posiert. Neuerdings besteht der Verdacht, dass er im ungarischen Zwangsaufenthalt weitere Spiele verschiebt. Als es vor einem Monat zu Verhaftungen in der zweiten australischen Liga wegen vermeintlich manipulierter Spiele kam, sagten einige der Beschuldigten aus, sie hätten im Auftrag Perumals gehandelt.

Der Fall Perumal macht Ralf Mutschke wütend. Er schimpft dann über die läppischen Strafmaße für kriminelle Zocker, über die unklare Rechtslage. „Das Strafrecht in Europa, vor allem bezogen auf Sportbetrug, ist schlecht, sehr schlecht. So kann die Polizei nicht effektiv agieren“, sagt Mutschke.

Im Gegensatz zu Dan Tan, der bislang im Gefängnis in Singapur schweigt, spricht Perumal aber wenigstens mit den Ermittlern. Er gilt als wichtigster Kronzeuge gegen die Wettsyndikate und deren Hintermänner.

In einer Vernehmung soll Perumal offen über Kontakte Dan Tans zu den Triaden aus China Auskunft gegeben haben. Danach ging er wieder Party machen. Aus Polizeikreisen heißt es, der plauderfreudige Zocker rede manchmal vielleicht sogar zu viel. „Die Mafia“, sagt ein Fahnder, „hat Leute schon für deutlich weniger abgeknallt.“

RAFAEL BUSCHMANN

Wettmafia Die Struktur eines internationalen Syndikats

FÜHRUNGSRINGEL

Tan Seet Eng alias Dan Tan, Singapur

Der Pate soll mindestens 64 Spiele manipuliert haben.

Anthony Santia Raj, London

Kronprinz und rechte Hand des Paten.

Wilson Raj Perumal, Debrecen

Ehemaliger Partner des Paten. Sagt gegen das Kartell aus.

MITTELSMÄNNER

Peter P., Budapest

Gehilfe von Raj und Tan in Italien und Ungarn. Verschoob Spiele der Serie A und B.

Zoltán K., Ljubljana

Ehemaliger Profifußballer. Soll Spiele in Ungarn und Slowenien manipuliert haben.

Admir S., Cremona

Ehemaliger Profifußballer. Soll an Spielmanipulationen in Italien, Österreich und Ungarn beteiligt gewesen sein. Im Februar verhaftet.

Kostadin H., Macau

Zigarettschmuggler, Buchmacher. Soll an Manipulationen in Bulgarien, Griechenland, Ungarn und Kroatien beteiligt sein.

verhaftet am
17. September
in Singapur

DER SPIEGEL

GELDBOTEN



Ligaspiel des EHC Red Bull München: „Wenn der

MARKETING

Brennendes Eis

Red Bull drängt ins deutsche Eishockey. Der Konzern hat einen Münchner Club übernommen – und die Fernsehrechte an der Profiligas gehören ihm auch.

Es ist nicht lange her, da musste der Eishockeyclub EHC München seine Co-Trainer nach Hause schicken, weil der Verein ihr Gehalt nicht mehr bezahlen konnte. Die Spieler stritten sich um eines der beiden Rad-Ergometer im Krafraum, und bei den Heimspielen, die der Erstligist regelmäßig verlor, saßen die Zuschauer auf Sitzen aus Holz.

Im Frühjahr 2012 war der Verein so gut wie erledigt, er hatte fünf Millionen Euro Verlust gemacht, die Insolvenz war nahe. Jetzt, im Oktober 2013, ist der Club nicht wiederzuerkennen.

Es ist der Sonntag vorvergänger Woche, zehn Minuten bevor das Spiel zwischen München und den Krefeld Pinguinen beginnt, zucken blaue und rote Blitze durch das Eisstadion im Olympiapark. Aus den Boxen dröhnt AC/DC, Beamer projizieren Bilder und Filme auf das Eis, zuerst erscheinen zwei rote Bullen, dann ein loderndes Feuer, das von den Kufen der einlaufenden Spieler zerschnitten wird. Die Zuschauer sitzen in 1600 blauen Schalensitzen.

Der EHC München ist das neue Produkt im allumfassenden Sportimperium des



GEPH PICTURES / IMAGO

Plan funktioniert, ist es eine Offenbarung“

österreichischen Brauseherstellers Red Bull. Vor gut einem Jahr stieg der Konzern zunächst als Haupt- und Namenssponsor bei dem Verein ein, im Mai 2013 wurde Red Bull alleiniger Gesellschafter.

Seitdem treibt die Firma die rasanteste Metamorphose in der Geschichte des deutschen Eishockeys voran. Der einstige Pleiteverein heißt jetzt EHC Red Bull München. 23 Profis wurden verpflichtet, darunter Männer, die schon in der nord-amerikanischen NHL spielten. München hat jetzt mit 5,8 Millionen Euro den höchsten Spieleretat der Deutschen Eishockey Liga (DEL).

Red Bull ließ die fast 50 Jahre alte Halle im Olympiapark modernisieren, für rund drei Millionen Euro. Es gab neue Massageräume, Kabinen und Kraftmaschinen für die Spieler. Der Fanshop heißt jetzt Bullshop, die Zuschauer werden von 18 Showstrahlern und 12 Subwoofern beleuchtet und beschallt. Unter dem Hallendach hängt ein Videowürfel, sieben Lichtdesigner, Bildtechniker und Toningenieure inszenieren die Heimspiele wie TV-Shows.

Die Welt von Red Bull ist laut, knallig und manchmal anstrengend. Auch die Profis müssen sich noch daran gewöhnen. Beim ersten Saisonspiel schossen vor jedem Anspiel grelle Lichter durch die Halle. Die Spieler baten darum, diesen Effekt nicht mehr zu verwenden. Das störe.

Sie haben genug damit zu tun, das neue Spielsystem zu verinnerlichen. Auch das folgt nur einem Motto: Hauptsache spektakulär. Ausgedacht hat es sich Pierre Pagé, 65. Der Kanadier gewann 2005 und 2006 die Meisterschaft mit den Eisbären Berlin, jetzt coacht er den EHC Red Bull.

Nach dem Vormittagstraining sitzt Pagé im VIP-Raum des Eisstadions, er nimmt einen Kugelschreiber und lässt ihn über ein Blatt Papier sausen. Was aussieht wie Kindergekritzeln, sollen die Laufwege seiner Spieler sein.

Sein System nennt er „fünf Spieler, fünf Positionen“, alle Spieler auf dem Feld sollen in der Lage sein, jede Rolle einzunehmen. „Jeder soll ständig rotieren und ein bisschen Chaos ausprobieren“, sagt Pagé, „wenn der Plan funktioniert, ist es eine Offenbarung, dann erlebst du atemberaubendes Eishockey.“

Pagé sagt, dass er die Denkweise im deutschen Eishockey verändern wolle, damit die Nationalmannschaft, die sich nicht mal für Olympia 2014 qualifiziert hat, endlich Titel gewinnt. Das klingt ambitioniert, ein bisschen großwahnsinnig, Pagé passt perfekt zu Red Bull.

In Deutschland ist der Getränkekonzern der erfolgreichste Sponsor, noch vor Adidas, Nike und Mercedes-Benz. Red Bull reicht es nicht, nur das Logo auf Trikots von Athleten zu kleben. Die Firma steigt nie nur als Geldgeber bei Sportveranstaltungen oder bei Vereinen ein. Red Bull will immer der Hausherr sein. Denn nur wenn der Konzern über alle Details bestimmen darf, kann er den Sport so verändern, dass er zum Konzern passt und die Marke stärkt.

Übernehmen, auf Linie bringen, aufmotzen – die Kosten sind zweitrangig. Das ist die Strategie von Red Bull. So hat es die Firma mit ihren beiden Formel-1-Teams gemacht, mit den Fußballclubs in Salzburg, New York und Leipzig.

München ist keine Eishockeystadt, die Fußballkonkurrenz ist zu groß. Beim

Spiel des EHC gegen Krefeld waren nur 2200 Zuschauer in der riesigen Halle. Wegen des Engagements von Red Bull wurden ehemalige lokale Förderer des EHC von den Werbetribünen verdrängt, der Verein hat jetzt weniger Sponsoringeinnahmen und wird wohl auch in Zukunft Verluste einfahren.

Doch in der Konzernzentrale von Red Bull, in Fuschl am See im Salzburger Land, glauben sie fest an den nächsten Marketingcoup. Seit 2012 besitzt Servus TV, der hauseigene Sender der Firma, die Fernsehrechte an der DEL. An jedem Spieltag wird das Topspiel live übertragen. Mit dem Fernsehdeal und dem EHC hat sich Red Bull großen Einfluss im deutschen Eishockey verschafft.

Bei der DEL macht sich deswegen niemand Sorgen. Im Gegenteil. Dank Servus TV, das über Kabel und Satellit ausgestrahlt wird, läuft Eishockey im frei empfangbaren Fernsehen statt wie früher beim Bezahlsender Sky. Die Einschaltquoten haben sich bisher verfünffacht.

Die Manager der anderen DEL-Clubs sind voll des Lobes für Red Bull. Man könne von der Marketingmaschine lernen, heißt es. Viele Vereine kämpfen ständig um Sponsoren und ihre finanzielle Zukunft. Jetzt freuen sich alle, dass sich ein Global Player des deutschen Eishockeys annimmt. Alle, nur Menschen wie Oliver Wenner nicht.

Wenner, 39, ist ein großer Mann mit rundem Gesicht, er sitzt in einem Wirtshaus in München-Giesing. Red Bull, sagt er, habe ihm seine große Leidenschaft zerstört. 2007, als der EHC noch in der zweiten Liga spielte, gründete Wenner einen Fanclub, den 7. Mann. Er organisierte Reisebusse und Sonderzüge zu Auswärtsspielen, er stand auf Flohmärkten, um Geld für den klappten Verein einzunehmen, und half beim Ticketverkauf. Wenner war ein Ultra.

Dann kam Red Bull, veränderte die Vereinsfarben, den Clubnamen, das Logo, Wenners Welt. Seitdem setzt der keinen Fuß mehr in das Eisstadion. „Als Fan will ich einen Sportverein unterstützen, kein Unternehmen“, sagt er. Am liebsten hätte er seinen Eishockeyclub bei einem Neuanfang unterstützt, in der Bezirksliga.

Den 7. Mann gibt es nicht mehr, auch andere Ultra-Gruppen haben sich aus Protest aufgelöst. Für Red Bull sind das Kollateralschäden auf dem Weg, die erste Adresse im deutschen Eishockey zu werden. Der Konzern plant, im Olympiapark eine Multifunktionsarena zu bauen, die sich der EHC mit den Basketballern des FC Bayern teilen soll. Zudem entsteht in Salzburg gerade ein Sportzentrum samt Internat für junge Eishockeytalente, die es später in die Profiteams schaffen sollen.

Trainer Pagé sagt, es gehe jetzt darum, den „Messi des Eishockeys“ zu finden.

LUKAS EBERLE