

GALOPPRENNEN

Werbekönige aus Katar



Queen Elizabeth in Ascot 2013

Beim Pferderennen im englischen Ascot ist in diesem Sommer kommerzielle Werbung zugelassen – erstmals seit 303 Jahren. Qipco, eine Holding, die Mitgliedern der Herrscherfamilie von Katar gehört, wird mit ihren Schriftzügen während der Royal-Ascot-Rennwoche auf der Anlage zu sehen sein. Zwar nur am ersten der fünf Tage und auch eher dezent, doch der Bann ist gebrochen. Hat die Queen zugestimmt? „Alles von solcher Wichtigkeit würden wir mit dem Buckingham-Palast diskutieren“, sagt Charles Barnett, Geschäftsführer der königlichen Galoppstrecke. Im Klartext: Schirmherrin Elizabeth II. erlaubt diesen Traditionsbruch. Sittenbewahrer rümpfen die Nase, denn die Rennwoche ist ein Ereignis höchsten Ranges in der britischen Gesellschaft. Für Katar hingegen ist das Abkommen ein Marketing-Coup, ähnlich jenem Ende 2010 mit dem FC Barcelona. Damals erwarb eine Stiftung des Emirats als erster privater Partner das Recht, auf den Trikots des Fußballclubs zu werben. Seit dieser Saison prangt der Name der staatlichen Fluggesellschaft auf den Trikots der Barça-Stars. Die Verantwortlichen von Ascot suchen unterdessen weiter nach „angemessenen Partnern“ für die verbliebenen vier Tage der Galoppwoche. Nicht zur Debatte stehe jedoch, einzelne Rennen oder gar die ganze Veranstaltung zugunsten von Geldgebern umzubenennen, versichert Geschäftsführer Barnett: „Es wird immer Royal Ascot heißen.“

FUSSBALL

Noten für Spielerberater

Der Weltfußballverband Fifa zieht sich von Beginn des kommenden Jahres an aus der Lizenzierung für Spielerberater zurück. Stattdessen werden ausschließlich Nationalverbände wie der Deutsche Fußball-Bund (DFB) die Berater legimentieren und bewerten, und zwar nach strengeren Vorgaben als bisher. So ist es Angehörigen von Fußballprofis nach geltenden Fifa-Regeln noch erlaubt, Spieler bei Vereinswechsellern oder Vertragsverlängerungen auch ohne Lizenz geschäftlich zu vertreten. Dasselbe gilt für Rechtsanwälte, die derzeit ohne Genehmigung der Fifa mitverhandeln und mitverdienen können. Gemeinsam mit dem



DAVID EBENER / DPA

Verband der Spielervermittler und dem DFB hat die Deutsche Fußball Liga (DFL) eine Arbeitsgruppe gegründet, die bis Mitte des Jahres verbindliche Standards für Vermittler erstellen soll. „Unser primäres Ziel ist es, die Transparenz, aber auch die Qualität der Beratung zu erhöhen“, sagt DFL-Geschäftsführer Andreas Rettig, „wir wollen die Berater nicht per se verurteilen. Es ist wichtig, die guten von den schlechten, die seriösen von den unseriösen zu trennen.“ Demnach werden von Januar 2015 an alle deutschstämmigen oder in Deutschland lebenden Berater durch ein Rating-System bewertet, das etwa ihre Kompetenz in der

Finanz- oder Versicherungsberatung prüft. Noch ist nicht entschieden, ob die Noten durch eine externe Rating-Agentur oder eine interne Qualitätserhebung vergeben werden. „Es werden wahrscheinlich nicht alle Berater hurra schreien, wenn wir unsere Pläne konkretisieren“, sagt DFL-Mann Rettig. Derzeit gibt es weltweit 6893 eingetragene Spieleragenten, 470 sind in Deutschland registriert. Gemeinhin streichen die Berater zehn Prozent der ausgehandelten Prämien, Gehälter, Ablösesummen oder Handgelder ein. In der Liga kursiert die Zahl von 70 Millionen Euro, die Vermittler jährlich kassieren. Insider gehen von einer deutlich höheren Summe aus.

„Es ist absurd, dass die Clubs die Spielerberater zahlen.“

Karl-Heinz Rummenigge, Vorstandsvorsitzender des FC Bayern München, dessen Sohn Roman und Bruder Michael als Spielerberater tätig sind – Michael Rummenigges Agentur vertritt auch den Bayern-Profi Jérôme Boateng.