

# „Ich will es nicht machen“

**Fußball** David Beckham kassiert mit Reklame mehr als jeder andere Altstar. Der echte Beckham hat mit dem Gentleman aus der Werbung aber wenig zu tun.



NCL / WENN.COM

**D**ie Welt des David Beckham: Im August 2013 wurde ihm sogar die Erde zu klein. Er war in Leytonstone aufgewachsen, im Londoner Nordosten, der Vater Kücheninstallateur, die Mutter Friseurin. Der Fußball brachte ihn erst zu Manchester United, dem besten Klub Englands, machte ihn größer, zum „Galaktischen“ bei Real Madrid, dann zur universalen Werbe-Ikone, weit über den Sport und das Ende seiner Profikarriere hinaus. Für Millionen war er: The Sexiest Man Alive. Was sollte jetzt noch kommen?

Der Weltraum. Unendliche Weiten.

Im August 2013 verspürte David Robert Joseph Beckham allem Anschein nach den Wunsch, noch mehr abzuheben und mit einem Raumschiff ins All zu fliegen. Der ganz große Flug. Eines aber, und da blieb er der Junge aus kleinen Verhältnissen, sollte winzig bleiben: das, was er selbst dafür zahlt. Also schrieb seine PR-Beraterin Tess unter dem Titel „Geplante Einnahmeströme für DBs Weltraumabenteuer“ ein

Sponsorenkonzept. Mit einem Hauptsponsor, der zwölf Millionen Dollar zahlen sollte, mit kleineren Sponsoren, die drei bis fünf Millionen bringen müssten, mit ein paar Privat Spendern, da könnte man doch die Präsidenten in Aserbaidschan oder Kasachstan fragen, beide Diktatoren.

Und schließlich: mit einer wohlthätigen Organisation. Warum die? Das erklärt Tess ganz unverblümt: „Der Ansatz ist nicht, Einnahmen hereinzuholen, sondern einen legitimen Grund und Zweck hinter DBs Reise zu finden, der zahlende Sponsoren und Unterstützer anzieht.“ Vielleicht ja irgendwas mit Umwelt?

Hauptsache, so der Eindruck, einer spendiert die Sause. Der gute Zweck? Nur Mittel zum Zweck.

David Beckham: Er war nie Weltfußballer, nie Welt- oder Europameister. In der Zahlenwelt des Fußballs ist er, sorry Sir, nur einer von vielen; Dutzende haben in den Spalten der Statistik mehr zu bieten. Der Fußball aber erschafft sich nicht nur eine exakte

Zahlenwelt, aus Toren und Titeln, gelaufenen Metern und gewonnenen Zweikämpfen. Er erschafft auch eine Traumwelt, gebaut aus den Wünschen und Fantasien der Fans.

Das große Geld wird mit solchen Illusionen gemacht, und in diesen Traumwelten gibt es zwei Könige: Cristiano Ronaldo, bester Spieler der Welt, noch aktiv, und David Beckham, der bestbezahlte Exfußballer aller Zeiten. Sein Vermögen und das seiner Frau, Ex-Spice-Girl Victoria Beckham, wird auf knapp 360 Millionen Euro geschätzt. Beckham steht wie kaum ein anderer für die Glitzerseite des Fußballs, in der das Spiel Nebensache ist und das Image für den Marktwert weit wichtiger. Gesucht werden dafür nicht nur Helden auf dem Platz, sondern mehr noch Helldarsteller daneben. Oder eben auch darüber, im Weltraum, selbst wenn aus Beckhams Flug am Ende nichts wurde.

Kein Zweiter erfüllt das Anforderungsprofil so vollendet wie dieser David Beckham, aber kaum einer hat sich dafür auch

so verstellen müssen wie er. Zwischen der Kunstfigur, dem Gentleman-Sportler, den er in der Öffentlichkeit gibt, und dem echten David Beckham klafft offenbar eine Glaubwürdigkeitslücke, wie Unterlagen aus dem Football-Leaks-Bestand zeigen. Das Material liegt dem SPIEGEL und seinen Partnern von der European Investigative Collaborations (EIC) vor; die englische „Sunday Times“ hat maßgeblich an der Recherche mitgewirkt. Die Dokumente entlarven die Marke als Maske, als ein bis ins Letzte durchstilisiertes Konstrukt zur Gewinnmaximierung. Den anderen Beckham, den geizigen Beckham, ordinären Beckham, aufbrausenden Beckham, den sollen die zahlenden Fans dagegen nie kennenlernen; dafür sorgt ein Stab aus Beratern und Anwälten.

Beckham pflegt für die Werbung das Image des britischen Sirs, nur fehlt ihm bis heute der Titel dazu: der Ritterschlag, der aus David Beckham tatsächlich einen Sir David Beckham machen würde. Weil ihm diese Ehre versagt blieb, zeigte der Star in Mails an seinen Londoner PR-Berater Simon Oliveira ein ganz anderes Gesicht: das eines ausrastenden Cholerikers.

Oliveira hatte schon 2013 die Idee, dass Beckham sich um die Ritterwürde bemühen sollte. Zwei Wochen vor der Bekanntgabe der neuen Ritter wurde Beckham in einer TV-Show gefragt, ob er bereits einen Fingerzeig bekommen habe. Beckham bescheiden: Schon dass ihn irgendwer dafür in Betracht ziehe, sei eine „unglaubliche Ehre“. Doch er sei „glücklich mit dem, was ich habe“, dem Offizierskreuz des „Order of the British Empire“. Das war er offenbar nicht: Vor dem Auftritt hatte Oliveira der Produktionsfirma vorgeschlagen, der Moderator solle Beckham vielleicht nach dem Ritterschlag fragen und sagen, dass „er ihn bekommen sollte“; Beckham sei bereit, darauf einzugehen.

Kurz danach stellte sich heraus: Beckham blieb Mr. Beckham. Er und seine Frau hatten laut Presseberichten mit einem zweifelhaften Anlagemodell bis zu einer Million Pfund Steuern gespart. Auch wenn die Beckhams das bestritten und ein Vergehen von den Behörden nie bestätigt wurde: Das war vermutlich nun der Grund, dass er beim Ritterschlagkomitee durchgefallen war. Beckham schäumte vor Wut. Gegenüber Oliveira beschimpfte er die ehrenwerten Mitglieder mit einem Wort, ganz tief unter der Gürtellinie. Das alles sei zudem eine Schande, und wäre er Amerikaner, hätte er schon lange eine Ehrung in der Art erhalten, wettete Beckham.

Oliveira riet zu Coolness: „Du zielst auf die höchste Ehre“, man solle nicht so schnell aufgeben. Im folgenden Jahr empfahl er seinem Klienten, in der Debatte um Schottlands Unabhängigkeit eine Botschaft zu platzieren, dass die Schotten im Königreich bleiben sollten. Das würde auch in Sachen Ritterschlag helfen, schrieb

der Berater; tatsächlich gab Beckham solch ein Statement mit seinem Namen frei.

Dennoch scheiterte er erneut. Oliveira mahnte ihn, bei der Auswahl von Investoren künftig vorsichtig zu sein, etwa im Fall Katar – das Emirat zeigte Interesse, einen von Beckham geplanten Fußballklub in Miami zu unterstützen. „Ich mache mir ernste Sorgen, dass Katar einen toxischen Einfluss auf deine Marke haben würde.“ Aber wenn es um Geld ging, hatte sein Star wenig Lust, auf das Rittergremium Rücksicht zu nehmen. Er entscheide, „wer meine Investoren sind und nicht diese ...“ – wieder wurde er obszön, glitt ins Unsägliche ab.

So wie es aussah, wurde der Sir-Titel irgendwann zur fixen Idee für Beckham. 2015 etwa war er für einen der angesehensten spanischen Sportpreise nominiert. Als Oliveira ihm die Einladung schickte, mailte Beckham nur kurz zurück: „Wenn es kein Ritterschlag ist – vergiss es.“

Das Verlangen nach dem „Sir“ war offenbar so groß, dass selbst sein Einsatz für Unicef jetzt in neuem Licht erscheint. Beckham wird weltweit geschätzt als Charity-Mann und Botschafter des Uno-Kinderspendenwerks. Dabei verfolgt sein Team aber offenbar nicht nur wohltätige Ziele. Schon Ende 2013, als das Ritterkomitee gegen ihn entschieden hatte, schrieb Oliveira an einen Kollegen: „Das gibt uns sogar noch mehr Grund, in diesem Jahr für Unicef, die Streitkräfte, andere Wohltätigkeitsverpflichtungen etc.“ zu arbeiten.

Wie die Papiere zeigen, zieht sich dieses Motiv quer durch das Engagement für Unicef: Es soll nicht nur armen Kindern nützen, sondern auch Beckham, seiner Marke. Sei es, um zum Ritter geschlagen zu werden. Sei es, um den Marktwert bei Werbekunden noch höher zu treiben. „Unicef ist entscheidend für die Marke und sein Leben“, und er behandle es „wie eine Bürde“, klagte deshalb mal einer seiner

Berater in einem Schreiben an Oliveira. „Alles, was du und ich versucht haben, ist, Dinge zu erfinden, die er für wohltätige Zwecke tun muss, damit er gut aussieht ...“ Umso mehr ärgerte sich der Berater, dass „keiner zu verstehen scheint, wie wichtig das als Teil des DB-Geschäfts ist“.

Beckham schien sich mit diesem Blick aufs Ganze meist dann schwerzutun, wenn es darum ging, direkt eigenes Geld für den guten Zweck zu geben. Im Februar 2014 etwa sollte er sich an Flugkosten für einen Unicef-Termin auf den Philippinen beteiligen. Antwort Beckham: „Auf keinen Fall sollte mich das irgendetwas kosten.“

Beckhams deutscher Anwalt sagt dazu heute, der Star habe sämtliche Flugkosten der Reise selbst getragen. Seine englische Kanzlei weist darauf hin, Grundlage dieser wie aller anderen Fragen seien private Dokumente, die durch einen Datendiebstahl abhandengekommen seien. Darüber dürfe man nicht berichten.

Besonders zäh rang Beckham mit seinen Beratern, nachdem er 2015 für Unicef den „7“-Fonds aufgelegt hatte. Dabei handelt es sich um ein auf ihn zugeschnittenes Spendenprojekt, das er mit großem Ballyhoo als seine „Nummer-1-Priorität“ vorstellte. Ein Papier, in dem mögliche Fragen und Antworten für die Auftaktpräsentation im Februar 2015 durchgespielt wurden, enthält auch die Frage, wie viel Beckham selbst einzahlen wolle – was bei Unicef-Botschaftern gemeinhin erwartet wird. Antwort: „Ja, ich möchte persönlich zu dem Fonds beitragen.“

Doch danach zierte sich Beckham zunächst einmal. Als im Mai erwartet wurde, dass er bei einem Spendendinner eine konkrete Zusage macht, schrieb er im Vorfeld in einer internen Mail: „Ich will es nicht machen und werde es nicht mit meinem eigenem Geld machen.“

Das brachte selbst seine Berater in Rage: „Er hat gerade die wohl größte Wohltätig-



Unicef-Botschafter Beckham in Kambodscha: „Auf keinen Fall sollte mich das etwas kosten“

keitspartnerschaft unterzeichnet, die je ein Prominenter gemacht hat. Er hat keines seiner Projekte bisher besichtigt ... Wir müssen sicherstellen, dass er Einsatz zeigt“, schrieb Oliveira an eine Kollegin.

Unicef hakte nach, wann denn das Geld komme, weil die Hilfsprojekte es dringend brauchten. Man habe keine anderen Einnahmen, um die Vorhaben durchzuziehen. „Die Länder erwarten die Gelder“, schrieb eine Unicef-Mitarbeiterin an Oliveira. Der kündigte im Juni endlich eine Summe von Beckham „in der Nähe von 1,5 Millionen Dollar“ an – allerdings erst für den Frühherbst. „Wann im Herbst?“, wollte Unicef jetzt wissen, das Geld werde „verzweifelt gebraucht“.

Noch im August schrieb Oliveira an Beckham, man stehe „unter enormem Druck, Geld in den Fonds einzuspeisen.“ Es sei zwar verständlich, dass Beckham „nicht eigenes Geld geben“ wolle. Aber dann müsse mit mehr Nachdruck daran gearbeitet werden, dass es gelinge, etwas Geld „vor Jahresende abzuliefern“. Kurz darauf warnte Oliveira seinen Kunden: Es würde kein gutes Licht auf ihn werfen, „wenn nichts von dir persönlich im ersten Jahr gekommen ist“. Projekte warteten „verzweifelt“ auf die „erste Runde Geld“.

Doch noch immer wollte Beckham nicht in seine Schatzkiste greifen, sondern die Honorare künftiger Auftritte an Unicef abtreten. Aus seiner Sicht war das so gut wie sein eigenes Geld. Das Problem allerdings: Die Termine sollten erst noch organisiert werden, das ging nicht so schnell. Und: „Es muss alles zu dem passen, was wir schon tun“, forderte Beckham, er reise schon genug herum. Noch mehr Reisen wolle er sich nicht zumuten.

Hat sich Beckham am Ende dann doch überzeugen lassen, dass Knickrigkeit mit dem werbewirksamen Image eines Wohltäters schlecht zusammenpasst? Sieht so aus. Auf Anfrage teilt sein Anwalt mit, dass „David Beckham nicht nur sämtliche seiner Zusagen eingehalten, sondern sogar einen bislang siebenstelligen Pfund-Betrag an ‚7‘ gespendet hat“. Wann genau und in welcher Form Beckham eigenes Geld eingeschossen haben soll, lässt der Anwalt offen; Beckham werde aber „auch zukünftig in erheblichem Umfang Geld und Zeit in ‚7‘ beziehungsweise Unicef investieren“ – wie in den vergangenen zehn Jahren.

Unicef lobt, dass der Fonds durch Beckhams Einsatz schon Millionen hereingeholt und vielen Menschen weltweit geholfen habe. Beckham habe auch „signifikant“ selbst eingezahlt. Details seien vertraulich. Nach außen hin erscheint Beckham daher wie immer: makellos, als Mr. Perfect.

Peter Ahrens, Rafael Buschmann, Jürgen Dahlkamp, Christoph Henrichs, Jörg Schmitt

# Folge dem Geld

**American Football** Vor dem Super Bowl wird die US-Profiliga durchgeschüttelt: Eigentümer verlagern aus Profitinteresse ihre Teams in lukrativere Städte und verärgern damit die Fans.

Philip Rivers, 35, kämpft gegen die Tränen. Die Sportreporterfrage „Wie fühlen Sie sich?“ hat er schon so oft beantwortet. Heute fällt dem Quarterback der San Diego Chargers die Antwort schwer wie selten. „Ich fühle mich irgendwie taub an“, sagt Rivers, „das Ganze ist bei mir noch nicht richtig angekommen.“

Rivers' Körper, 196 Zentimeter groß und 103 Kilogramm schwer, sieht aus wie eine Schrankwand. Auf dem Spielfeld gilt er als Heißsporn, dort brüllt er, was er gerade denkt. Jetzt räuspert er sich mehrmals, dann spricht er von Erinnerungen, von Abschied. Es ist, als redete er vom Tod eines Familienangehörigen.

Rivers muss verkraften, dass sein Football-Team nach mehr als einem halben Jahrhundert seine Heimat verlässt. Die San Diego Chargers ziehen um, jetzt heißen sie Los Angeles Chargers. San Diego hat nun kein Team mehr in der National Football League (NFL).

Und Philip Rivers trägt daran eine gewisse Mitschuld. Der Kapitän spielt seit zwölf Jahren in San Diego. Die meiste Zeit davon krebsten die Chargers im Mittelfeld der Liga herum. Erfolg würde ihnen wohl mehr Fans beschern, ausverkaufte Stadien, Sponsorengelder. Doch die Chargers haben keinen Erfolg. Jetzt will ihr Eigentümer, die Immobilienfamilie Spanos, einen Neustart.

Mehr als die Hälfte der Klub-Bosse in der NFL sind Milliardäre: Zu Microsoft-Mitgründer Paul Allen und Home-Depot-Anteilseigner Arthur Blank gesellen sich Rohstoffmogule und Investoren aus der Autobranche. Die Besitzer der 32 Teams kümmern sich nicht um enttäuschte Fans und kritische Experten. Die Football-Oligarchen eint ein Ziel: Sie sind stets auf der Suche nach dem besten Deal. Deshalb zogen jüngst zwei Teams nach Los Angeles, und die Oakland Raiders wollen künftig in Las Vegas spielen.

Einmal Reset drücken bitte, Ihre Klub-Tradition wird zurückgesetzt. In der NFL geht es um Touchdowns und Tackles, aber vor allem um die Vermarktung eines Spektakels. Die Liga ist ein Kartell ohne Auf- und Absteiger. Die Team-

eigentümer zahlen eine Mitgliedsgebühr und teilen sich die Einnahmen, etwa aus den rund sieben Milliarden Dollar teuren Fernsehrechten. Wenn ein Besitzer mit dem Wert seines Teams nicht zufrieden ist, kann er den Umzug seines Franchise an einen lukrativeren Standort beantragen. Wittern die übrigen Eigentümer dadurch auch für sich höhere Einnahmen, lassen sie ihn gewähren. Follow the money – folge dem Geld – lautet die Devise. Europäische Sportmanager wie Christian Seifert, Chef der Deutschen Fußball Liga, halten das Konzept für „dramatisch überkommerzialisiert“.

Am Sonntag werden allein in den USA wieder über 110 Millionen Zuschauer vor dem Fernseher sitzen, wenn die New England Patriots und die Atlanta Falcons im Super Bowl gegeneinander spielen. In der Halbzeit wird sich das Spielfeld in eine Popbühne für Lady Gaga verwandeln, zwischen den Spielzügen werden im TV Werbespots laufen, die fünf Millionen Dollar pro 30 Sekunden kosten. Noch vor sechs Jahren waren es drei Millionen. Ligachef Roger Goodell will den Wert der NFL jedes Jahr um etwa eine Milliarde Dollar steigern.

In der Metropolregion Los Angeles, dem zweitgrößten US-Markt nach New York, liegt besonders viel Geld. Deshalb verließen im vergangenen Jahr die St. Louis Rams ihren Bundesstaat Missouri und wurden zu den Los Angeles Rams. Nach einer „Forbes“-Schätzung ist das Franchise seit-

