

## Interview

# "Es ist eine schwierige Situation, das wollen wir nicht verhehlen"

16. Februar 2024, 16:47 Uhr

**Der Protest gegen einen Bundesliga-Investor wird schärfer, Klubs fordern eine neue Wahl: Steffen Merkel und Marc Lenz, Geschäftsführer der DFL, äußern sich zur Kritik der Fans, dem Wahlverhalten von Martin Kind - und erklären, wie es weitergeht.**

*Interview von Martin Schneider und Philipp Selldorf*

**SZ: Herr Lenz, Herr Merkel, mitten in die ohnehin turbulente Kontroverse um den Einstieg eines Investors in die Bundesligageschäfte kam am Mittwoch die Nachricht, dass sich einer der beiden Interessenten verabschiedet hat: Was bedeutet der Rückzug der Firma Blackstone für das Vorhaben? Ist es überhaupt noch tragbar?**

Steffen Merkel: Das bedeutet erstmal, dass wir mit CVC in den nächsten Wochen weiterverhandeln. Uns ist bewusst, dass der ein oder andere denken mag: "Moment, jetzt gibt es nur noch einen Bewerber, ist überhaupt die Konkurrenzsituation noch ausreichend?"

**Und? Ist sie das?**

Marc Lenz: Ja. Wir werden auch in dieser Situation eine gute Verhandlung führen, da wir finanzielle Rahmenbedingungen sowie Eckpunkte und rote Linien bereits vorab im Ligaverband klar definiert haben. Entweder werden die Eckpunkte und gute wirtschaftliche Konditionen gehalten - oder es gibt keinen Abschluss. Allein das stellt eine ordentliche Verhandlungsposition sicher.

**In der Fachpresse wird geweissagt, das Geschäft werde platzen, wie sehen Sie es?**

Merkel: Anders. Wir haben von vornherein gesagt, dass wir erstmal gemäß dem Mandat des Liga-Präsidiums mit dem Investor verhandeln. Dann schauen wir, ob am Ende ein lukratives Angebot steht.

## **Warum ist Blackstone ausgestiegen?**

Lenz: So wie es uns vermittelt wurde, sind dort einige Punkte zusammengekommen. Einer davon war sicher, dass sie nur eine stark limitierte Mitsprache gehabt hätten und somit wirtschaftlich wenig Handlungsspielraum. Das spricht für unsere Eckpunkte.

**Ein Punkt, der Blackstone abgeschreckt hat, ist offenbar die Meinungsvielfalt in der Liga zum Thema Investorenmodell: Der eine will darüber aufs Neue abstimmen, der andere eventuell, wieder andere nicht.**

Lenz: Die Geschlossenheit im Ligaverband ist ein Thema, da gab es sicher die eine oder andere Äußerung, die möglicherweise von Bietern interpretiert wurde. Unseres Wissens nach war das aber nicht der Grund, warum Blackstone ausgestiegen ist.

**Der verbleibende Bewerber CVC hat Erfahrung im Sport, in der Formel 1, im Rugby und Fußball, er ist bereits an der spanischen und französischen Liga beteiligt. Das sorgt für Expertise - und könnte gleichzeitig zu Interessenskonflikten führen.**

Lenz: Mehrwerte und zusätzliche Expertise sind wichtige Faktoren der Partnerschaft. Und aktuelle Gespräche bestätigen den Eindruck im Hinblick auf Medienmärkte und Netzwerke.

Merkel: Interessenskonflikte waren Thema in den vergangenen Wochen. Wir nehmen das ernst, aber es liegt für mich nicht auf der Hand, wie ein solcher ganz konkret aussehen sollte. Jeder Partner würde doch mit uns erfolgreich zusammenarbeiten wollen.

**Die von Ihnen genannten "roten Linien" und "Eckpunkte" bedeuten, dass der Investor keinen Einfluss auf Hoheitsrechte wie Spielplanung, Spielorte oder Anstoßzeiten haben wird. Viele der protestierenden Fans wollen das nicht glauben. Sie meinen: Wer eine Milliarde Euro investiert, der will auch mitreden. Wie wollen Sie die Bedenken ausräumen?**

Lenz: Die roten Linien gelten ja nicht nur in sportlichen, sondern auch in sämtlichen kommerziellen Fragen. Die Entscheidungshoheit bleibt immer bei den Klubs: sportliche Themen und Hoheitsrechte sind komplett separiert, auch in der Gesellschaftsstruktur. Und in kommerziellen Fragen der Vermarktungsgesellschaft haben Klubs ebenfalls immer die Entscheidungshoheit. Vetorechte des Partners betreffen grundlegende Fragen, etwa dass der Vertrag von uns nicht einseitig aufgekündigt werden kann. Damit gehen wir bewusst sehr offen um, das kann alles seit Monaten detailliert auf unserer Website nachgelesen werden.

Merkel: Wenn man den Klubs und der DFL aktuell schon keinen Glauben schenkt, dann sollte man zumindest ein rechtliches Dokument anerkennen, in dem all das festgehalten ist und das von den Klubs verabschiedet wurde. Hinter diese roten Linien können wir gar nicht zurück.

**Sie hatten vor der Abstimmung der Liga im Dezember mit Fanverbänden geredet. Kamen Ihre Argumente nicht an?**

Lenz: Klar setzen sich viele Fans detailliert mit den Themen auseinander. Aber wir erleben auch den Ausbruch eines lang angestauten Konflikts zur Entwicklung des deutschen Fußballs. Dabei haben wir von Anfang an sehr klar gesagt, dass wir Perspektiven vereinen: Wir wollen die Bundesliga und 2. Bundesliga als sportlich attraktive, wettbewerbsfähige Ligen erhalten, aber mit finanziell stabilen Klubs und der 50+1-Regel. Das sind Besonderheiten, die wir wahren. Uns müssen aber auch die Realitäten im In- und Ausland klar sein.

**Wo es keine 50+1-Regel gibt und von Staaten alimentierte Klubs wie Paris Saint-Germain oder Manchester City.**

Lenz: Unter anderem. Um als deutscher Profifußball unseren eigenen Weg, den Weg der wirtschaftlich vernünftigen und nicht irrationalen Weiterentwicklung zu gehen, und zugleich wettbewerbsfähig zu bleiben, müssen zwei Themen sitzen: Erstens eine starke Zentralvermarktung; und zweitens die internationale Regulierung von Eigentümern und Kaderkosten.

**Das heißt, dass sich die 36 Klubs weiterhin als Gesamtheit vermarkten lassen - anstatt einzeln, was etwa dem FC Bayern enorme finanzielle Vorteile bieten könnte.**

Lenz: Exakt. Die Zentralvermarktung und damit ja auch die solidarische Finanzierung der Klubs soll durch die Partnerschaft gestärkt werden. Zumal die 36 Klubs bis zu 50 Prozent aus der Zentralvermarktung finanziert werden. Parallel arbeiten wir an der internationalen Regulierung. Wenn wir diese zwei Themen nicht sicherstellen, dann kommt erst die Wettbewerbsfähigkeit der Klubs unter Druck - anschließend die Finanzierung und dann die Eigentümerstrukturen.

**Sie meinen, am Ende wären es dann die Klubs, die nach und nach ihre Anteile an einen Investor verkaufen müssten.**

Lenz: Eine gesunde Zentralvermarktung ist die Versicherung für 50+1. Wir verstehen Fans, die erst mal kritisch sind und sich fragen, wie das gehen soll: Einen Partner auf Liga-Ebene hinzuzuziehen, ohne das Rad zu überdrehen. Doch wir sind überzeugt, dass es möglich ist und lang-

fristige Investitionen notwendig sind. Dadurch wird die Zentralvermarktung für alle 36 Klubs gestärkt.

Merkel: Es wird oft kritisiert, dass durch den Verteilerschlüssel doch wieder nur die Großen mehr bekommen. Aber die Frage, wie die Klubs das Geld verteilen, hat mit der Vermarktungspartnerschaft nichts zu tun.

**Besonders stark richtet sich die Kritik auf das Zustandekommen des Abstimmungsresultats. Die entscheidende Ja-Stimme kam mutmaßlich von Hannovers Geschäftsführer Martin Kind - der Mutterverein Hannover 96 hatte ihn aber angewiesen, mit "Nein" zu stimmen. Kind gibt keine Auskunft, die Wahl war geheim.**

Merkel: Das Präsidium hat, nachdem auf Wunsch der Mitglieder im Mai geheim abgestimmt wurde, auch diesmal eine geheime Abstimmung vorgeschlagen. Dagegen gab es in der Mitgliederversammlung - auch auf explizite Nachfrage - keinen einzigen Einwand. Und weil es eine geheime Abstimmung war, weiß außer Martin Kind niemand, wie er abgestimmt hat. Es zählt allein die Stimmenzahl. Das ist das Kennzeichen einer geheimen Wahl, und geheime Wahlen sind nebenbei bemerkt in der Demokratie absolut üblich.

**Reicht das? Der Verein Hannover 96 hat Ihnen jetzt in einem Statement die Missachtung der 50+1-Regel vorgeworfen. Und der 1. FC Köln erkennt wegen der unklaren Rolle Kinds ein "fragiles Fundament" und hat sich den Klubs angeschlossen, die eine neue Abstimmung wünschen.**

Merkel: Das Ergebnis ist rechtsgültig, daran müssen wir uns orientieren, das ist die Grundlage, auf der wir unser Mandat ausüben. Welche Dynamik sich im Kreis der Klubs entwickelt, wird man sehen - es ist erstmal das gute Recht eines jeden Klubs, Briefe an die DFL zu senden.

Lenz: Der vereinsinterne Konflikt in Hannover besteht seit Jahren und ist weder rechtlich noch gütlich von den Parteien gelöst worden. Ein Konflikt, der auf einem einvernehmlich geschlossenen Vertrag basiert und bei dem die Reichweite des Weisungsrechts thematisiert ist. Im Hinblick auf die Abstimmung bestätigen unsere rechtlichen Gutachten, dass kein evidenter Missbrauch der Vertretungsmacht vorlag. Parallel dazu arbeiten wir natürlich an der Stärkung der Rechtssicherheit von 50+1 im Rahmen des Verfahrens mit dem Bundeskartellamt.

**Die Kritiker finden, es werde nicht dem Geist der 50+1-Regel gerecht, wenn Martin Kind einerseits das Weisungsrecht des Vereins missachtet und dies andererseits juristisch korrekt sein soll.**

Merkel: Uns ist klar, dass das keine einfache Diskussion ist. Wir wissen nicht, wie Martin Kind abgestimmt hat. Wir wissen von niemandem der 36, wie er abgestimmt hat. Können wir nachvollziehen, dass darüber diskutiert wird? Ja. Sind wir an das bestehende Ergebnis rechtlich gebunden? Ebenfalls ja.

**Jenseits der rechtlichen Betrachtung ist der Fall ein Politikum: Er beschädigt die demokratische Legitimation des Votums zum Investorengeschäft. Wie löst man das Problem: Neu abstimmen, wie es einige Vereinsvertreter angeregt haben?**

Lenz: Das DFL-Präsidium hat sich damit mehrfach beschäftigt. Wir sind als Geschäftsführung der DFL unserem Auftrag verpflichtet und setzen die Verhandlungen fort. Ein gutes Verhandlungsergebnis wäre zudem ein Signal an die Klubs. Denn bei der ganzen Debatte geht der Blick verloren auf das eigentliche Ansinnen: die Zentralvermarktung weiterzuentwickeln und die Einheit der Ligen langfristig zu stärken.

Merkel: Man muss auch die Verhältnismäßigkeit im Blick behalten: Es gab einige Klubs, die öffentlich geäußert haben, man werde aus Gründen der Transparenz vielleicht eine neue Abstimmung befürworten. Das sind aber zurzeit nicht mehr als fünf oder sechs der 36 Klubs, und hinter den Kulissen haben wir, ehrlich gesagt, bislang keine Anzeichen für eine größere Bewegung gesehen. Wenn wir merken, dass eine Mehrheit der Klubs das will, dann wird sich das Präsidium natürlich damit beschäftigen - allein qua Satzung. Wir werden in den nächsten Wochen die Klubs informieren, wo wir in den Verhandlungen mit CVC stehen. Bei der Gelegenheit können wir vielleicht gemeinsam im geschlossenen Raum diese Themen besprechen, die bisher hier und da in Briefen kundgetan oder in der Öffentlichkeit ausgetauscht wurden.

**Gesetzt den sehr, sehr hypothetischen Fall, dass doch nochmal im Plenum abgestimmt werden soll. Wie würde sich das praktisch auf das Verfahren auswirken?**

Lenz: Den Prozess mit dem Partner würde das aktuell nicht beeinträchtigen. Wir arbeiten an der Erstellung eines abschlussreifen Vertrags.

**Schaden die Proteste im Publikum möglicherweise auch dem nächsten Fernsehdeal, der im Frühjahr verhandelt werden soll?**

Merkel: Es ist klar, dass wir an einer Deeskalation interessiert sind. Das Gesprächsangebot des Präsidiums und der Geschäftsführung steht. Und natürlich haben wir das größte Interesse daran, dass es nicht zu Spielabbrüchen kommt. Denn das schadet zuallererst dem Sport. Unmittelbare Auswirkungen auf die Attraktivität der Liga oder gar Verwerfungen sehen wir aber nicht.

Wir schließen einen Fernsehvertrag für vier Jahre ab. Dass jeder geworfene Tennisball den Wert der Bundesligabilder senkt, das halte ich offen gestanden für sehr überspitzt.

Lenz: Es ist schon eine schwierige Situation, das wollen wir nicht verhehlen. Verhältnismäßige Proteste, weil es Bedenken gegen Überkommerzialisierung gibt oder Sorge vor Fehlentwicklungen, wie wir sie im Ausland sehen, verstehen wir komplett. Allerdings ist das ja exakt das Ziel unseres Partnerprojekts: Investitionen in die Zentralvermarktung und eine gesunde Weiterentwicklung.

**Kritisiert wird auch, dass der Investor CVC angeblich Geld des saudi-arabischen Staatsfonds PIF verwaltet. Im umfangreichen FAQ auf der DFL-Homepage steht, dass die Herkunft des Geldes geprüft werden soll. Wie funktioniert das?**

Merkel: Das geht relativ simpel. Es handelt sich um einen geschlossenen Fonds institutioneller Anleger, und es gibt eine Offenlegungspflicht des potenziellen Partners, bevor es zum Abschluss kommt. Darüber hinaus hat sich die DFL auch gewisse Rechte für den Fall des Weiterverkaufs der Anteile einräumen lassen, wenn es um Interessenten geht, die außerhalb des europäischen oder amerikanischen Wirtschaftsraums liegen. Es wundert mich daher schon, wenn der Liga, der DFL und den Klubs unterstellt wird, Geldgeber zulassen zu wollen, die ihr Image reinwaschen oder institutionelle Kontrolle gewinnen möchten. Als ob so etwas im Interesse des deutschen Fußballs sein könnte, den wir ja mit vertreten. Ich kenne niemanden im deutschen Profifußball, der daran ein Interesse hat.

Lenz: Durch die Eckpunkte ist die Herkunft der Finanzmittel über eine sogenannte White List an Ländern limitiert. Und ja: Dies war dann schon ein Punkt, an dem das eine oder andere interessierte Unternehmen überlegt hat, ob es bietet - oder nicht mehr bietet.

**Eine Frage, die Ihnen vielleicht respektlos vorkommt: Ist es ausgeschlossen, dass jemand in der Liga oder bei der DFL von einem Abschluss persönlich profitieren könnte? Im Rahmen eines Bonus zum Beispiel?**

Lenz: Ja, die in der Wirtschaft üblichen Beteiligungsmodelle erachten wir für nicht passend, sie wurden mit dem Aufsichtsrat der DFL auch zu keiner Zeit besprochen.

Merkel: Wir führen diesen Prozess nicht durch, weil unser persönliches Wohlbefinden davon abhängt oder wir uns darin verwirklichen wollen. Sondern weil es eine inhaltliche Notwendigkeit gibt und die Klubs sich für diesen Weg entschieden haben. Ihre Frage zeigt aber auch, dass es Sinn macht, mal einen Schritt zurückzugehen. Wo kommen wir also her? Als DFL ist es unsere

Aufgabe, den Klubs Optionen zur Weiterentwicklung der Bundesliga und 2. Bundesliga anzubieten. Das erwarten die DFL-Mitglieder zurecht von der Geschäftsführung ihrer Liga-Organisation. Das haben wir getan.

**Haben Sie Sorge, dass die Proteste eskalieren könnten, vielleicht auch, weil der Ausstieg von Blackstone dazu ermutigt?**

Lenz: Wie gesagt: Es ist okay, wenn wir Woche für Woche friedlich und verhältnismäßig hingewiesen werden, wie wichtig es ist, in den Verhandlungen innerhalb der roten Linien zu bleiben. Aber wenn Sie auf eventuelle Spielabbrüche ansprechen: Das könnten die Klubs und wir nicht akzeptieren.

Merkel: Wir setzen aber auch darauf, dass die Fans in den Kurven, die ihrem Verein so viel Einsatz widmen, dem Verein nicht schaden möchten. Und dass sie anerkennen, dass der Fußball nicht nur den Fans gehört, sondern auch den Spielern, den Trainern, den Mitarbeitenden in den Vereinen.

**Wenn man das Positive an einer strategischen Partnerschaft hervorheben will, kommt es dann nicht auch darauf an, dass man das Ganze dem Publikum so anschaulich wie irgend möglich präsentiert?**

Merkel: Das ist ein guter Ansatz. Einfach ist das allerdings nicht. Wir haben [ein FAQ mit mehr als 15 Seiten](#), diverse Mitteilungen und ein viereinhalbminütiges [Erklärvideo](#) veröffentlicht und durften meinen: Damit sind wir komplett transparent, wir zeigen alle Details auf. Daraufhin hieß es dann: Das ist zu kompliziert. Wenn wir aber das Ganze auf einem Bierdeckel darstellen würden, dann würde man uns sagen, wir informieren nicht ausführlich genug. Weisen wir darauf hin, der Grundgedanke des Geschäfts gelte der Stärkung der Zentralvermarktung, heißt es: Klingt zu abstrakt. Wenn man allerdings ins Detail geht und die geplanten Maßnahmen aufzählt: Optimierung Rechteschutz, bessere Standards in der TV-Produktion, Auslandsvertretungen, Streaming-Plattform und so weiter - dann steigen spätestens nach dem dritten Punkt viele aus und sagen: Verstehe ich nicht mehr. Das ist das kommunikative Dilemma, in dem die DFL momentan steckt.

Bestens informiert mit SZ Plus – 4 Wochen kostenlos zur Probe lesen. Jetzt bestellen unter:  
[www.sz.de/szplus-testen](http://www.sz.de/szplus-testen)

---

URL: [www.sz.de/1.6366712](http://www.sz.de/1.6366712)

Copyright: Süddeutsche Zeitung Digitale Medien GmbH / Süddeutsche Zeitung GmbH

Quelle: SZ/vk/fse

Jegliche Veröffentlichung und nicht-private Nutzung exklusiv über Süddeutsche Zeitung Content. Bitte senden Sie Ihre Nutzungsanfrage an [syndication@sueddeutsche.de](mailto:syndication@sueddeutsche.de).