

„Game’s Gone“? Hyper-Kommerzialisierung der schönsten Nebensache der Welt

Lukas Fender

Am 15. Juni 2025 beginnt die FIFA Klub-WM in den USA. Unter 32 Vereinsmannschaften aus aller Welt werden dann insgesamt 1 Milliarde US-Dollar in Preisgeldern ausgespielt. Das Prestige-Projekt, initiiert von FIFA-Boss Gianni Infantino, leidet allerdings bereits in der Vorbereitung unter vielseitigen Startschwierigkeiten. Die Probleme selbst aber auch ihre vermeintlichen Lösungen sind Symptome der kommerziellen und (sport-)politischen Entwicklungen des Fußballs. Das Turnier ist ein weiterer Höhepunkt in der stetigen Entfremdung des ursprünglich als Proletariersport bezeichneten Fußballs von seinen Wurzeln.

Dass es im Profisport und insbesondere im Fußball um Geld geht, ist aber natürlich keine neue und exklusive Erkenntnis. Die Millionensummen für Transfers, Berater*innen und Gehälter steigen seit Jahren kontinuierlich von Sommerpause zu Sommerpause. Mittlerweile lassen sich bloße Gerüchte über Vereinswechsel von Trainer*innen und Spieler*innen von sogenannten Transferjournalist*innen kapitalisieren. Was sind die treibenden Kräfte dahinter und welche gesellschaftlichen und politischen Implikationen

bringt die Hyper-Kommerzialisierung des Fußballs mit seiner globalen Reichweite mit sich? Einziger Gegenpol zur Priorisierung der Fußballfunktionär*innen von wirtschaftlichen gegenüber sportlichen und kulturellen Faktoren, so die These dieser Analyse, sind die Konsumenten, also die Fans, selbst.

Vermarktung übertrumpft sportlichen Wettkampf

Im Mittelpunkt der wirtschaftlichen Bedenken stehen beim Sport immer die Medienrechte. Von außen wirkt es fast so, als könne ohne sie kein Fußballspiel oder -turnier angepfiffen werden. Für die Übertragungsrechte der Bundesliga der Spielzeit 2025/26 bis 2028/29 musste sogar die Deutsche Institution für Schiedsgerichtbarkeit (DIS) ins Vergabeverfahren eingreifen und ließ eine Neuausschreibung veranlassen (*Bundesliga Rechte*, 2024). Umso erstaunlicher ist es, dass die FIFA lange Zeit keinen Medienpartner für die Klub-WM präsentieren konnte. Mit DAZN fand sich dann Ende 2024 doch noch ein Streaming-Dienst, der alle



Lukas Fender

Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Didaktik der Demokratie, Leibniz Universität Hannover