

Geordneter Rückzug

Marketing-Machtspiele: Wie sich die Stadt den von der Fifa beanspruchten öffentlichen Raum zurückholt

Am 27. Mai zieht die Fifa in Leipzig ein. Von diesem Tag an hat der Fußballweltverband das Zentralstadion gemietet, also Hausrecht. Und von dort aus, so scheint es vielen, will er im Juni Leipzig erobern. Doch Christoph Hansel, Leiter des WM-Büros, rückt den Stadtschlüssel nicht so einfach raus. »Die Fifa fordert sehr viel, das ist eine schwierige Situation«, sagt er, »die kommen mit der Philosophie, dass sie mit der WM das geilste Produkt der Welt haben und alle froh sein müssen.«

Viel war zuletzt über die Regelwut der Fifa zu lesen. Angeblich sollte es »erweiterte werbefreie Zonen« geben, von den Medien schnell »Bannmeilen« getauft. Das seien Bereiche um die WM-Stadien mit mehreren Kilometern Radius, in denen nur die Fifa-Sponsoren werben dürften. Die Huschhalle, eine Kneipe am Waldplatz, hätte dann ihre Ur-Krostitzer-Leichtreklame abdecken oder ganz abnehmen müssen. Coca-Cola und andere Firmen haben bis zu 40 Millionen € für die exklusiven Fifa-Werberechte bezahlt.

Doch Hansel klärt auf: »Es gibt keine erweiterte werbefreie Zone.« Er zeigt auf einen Stadionplan, der an der Wand seines Büros hängt. Dort ist nur ein »kontrolliertes Gelände« im direkten Stadionumkreis markiert. Es endet im Westen am Cottaweg, im Osten an der Friedrich-Ebert-



Kontrolliertes Gelände (rosa markiert): Nur im direkten Stadionumkreis ist Werbung verboten

Straße und im Süden am Sportforum. In dieser Zone befindet sich aber kein Geschäft, kein Kiosk und keine Gaststätte – sogar das spanische Restaurant El Matador an der Ecke Hinrichsenstraße/Friedrich-Ebert-Straße kann aufatmen. Außerdem dürfen hier nicht einmal die Fifa-Sponsoren selbst werben.

Angesprochen auf die »Bannmeilen« wird Steffen Marhold, WM-Koordinator der Leipziger Industrie- und Handelskammer (IHK), noch deutlicher als Hansel: »Dieses Märchen entstand in einem Informationsprozess, der von der Fifa bewusst gesteuert wurde«, sagt er. »Sie musste das aber dementieren, als von vielen Seiten rechtliche Bedenken aufkamen.« Die Tankstelle in der Marschnerstraße etwa hätte sonst jegliche Werbung für Bier unterlassen müssen, denn der US-Braukonzern Anheuser Busch ist Fifa-Sponsor.

Doch auch in Leipzig hält sich das Gerücht hartnäckig. Es kursieren sogar Stadtpläne, in denen eine Leipziger »Bannmeile« genau verzeichnet ist. Auf einem Treffen der Innenstadthändler im Rathaus Ende April kam das (Nicht-)Thema zur Sprache. Joachim Horn, Organisator der Fußballmeile in der Gottschedstraße, hatte seinen Standort genau ausgerechnet: »Die Bannmeile endet an der Käthe-Kollwitz-Straße«, frohlockte Horn. »Damit sind wir Fifa-freie Zone!«

IHK-Mann Marhold schmunzelt. »Witzig, wie die gestreuten Zahlen die Fantasie cleverer Leute beflügeln.«

Ein ernstes Thema sind dagegen die Markenrechte der Fifa, die für alle Gastronomen und Händler unabhängig von ihrem Standort gelten. Auch das jüngste Urteil des Bundesgerichtshofes

fes hat nichts daran geändert, dass bei WM-Werbung Vorsicht geboten ist. Doch auch hier geben sich Stadt und IHK kämpferisch. »Das BGH-Urteil hat ein Bewusstsein gegen die vermeintliche Allmacht der Fifa geweckt«, sagt Marhold. Bundesweit gibt es bereits mehr als 700 Klagen der Fifa gegen Kneipiers und Einzelhändler – in Leipzig ist keine einzige bekannt geworden.

Die Stadt macht es vor: In ihrem WM-Rahmenprogramm »Leipzig fußball erleben« taucht vorsichtshalber gar nicht erst der gefährliche Begriff »WM« auf, »Fifa« schon gar nicht. »Trotz-

macht«, aber sich nicht getraut. Hier könne ihm ein WM-Bezug unterstellt werden, glaubt er.

In den Schaufenstern der Innenstadt spiegelt sich derweil wider, dass die WM naht. Fußball-Grills, Deutschland-Schals, sogar grünen Kunstrasen fürs Wohnzimmer gibt es zu kaufen, alles legal ohne Fifa-Lizenz. Im Friseursalon Stresse am Bahnhof hängen silberne Fußballbälle über der Auslage. Männliche Kunden bekommen einen geschenkt, wenn sie sich für einen Haarschnitt und ein Shampoo entscheiden. »Schaufenster-Deko mit Fußballbezug ist in Ordnung. Das gilt noch nicht als unlautere

»An den Leipziger Spieltagen veranstalte ich Partys – aber ohne WM-Motto«

dem denkt jeder Kunde dabei an die WM«, sagt Andrea Peuker, die im WM-Büro für Marketingfragen verantwortlich ist. Für das Rahmenprogramm hat sie 150.000 € an Fifa-unabhängigen Sponsorengeldern akquiriert. »Mich freut diese Fülle an Ausweichmöglichkeiten. Darauf weisen wir auch die Händler hin«, erzählt Peuker. »Wir sagen denen nicht, was sie nicht dürfen, sondern was sie machen können«, erklärt auch Marhold. Extra dafür hat er eine 10-seitige Info-Broschüre herausgegeben.

Alexander Damboldt vom gleichnamigen Fischladen an der Jahnallee hat verstanden. Sein neuer Freisitz eröffnet rechtzeitig zur WM. »An den Leipziger Spieltagen veranstalte ich Partys, aber ohne WM-Motto, ich denke mir irgendwas aus«, erklärt Damboldt. »Ich will unkompliziert Spaß verbreiten und kein unnötiges Risiko eingehen«, sagt der Fischverkäufer. Eine »Holland-Party« hätte er zwar »sofort ge-

verkaufsfördernde Maßnahme«, sagt IHK-Expertin Marhold dazu.

Die Vokabel »Wahnsinn« nehmen letztlich alle Beteiligten in den Mund, um die Richtlinien der Fifa zu beschreiben. Bei Coca-Cola Deutschland gibt man sich derweil gelassen. »Wir tauchen ja nicht ab, nur weil vielleicht eine Zone nicht mehr so ist wie geplant«, sagt Konzernsprecherin Angelika Elser. »Wir sind und waren auch in Leipzig sehr präsent.« Außerdem sei man ohnehin nie von einer erweiterten Zone für Fifa-Sponsoren ausgegangen.

Das klingt nach geordnetem Rückzug der Fifa und ihrer Sponsoren ins Zentralstadion. Denn dort dürfen Anheuser, Coca-Cola und Co. nach wie vor konkurrenzlos werben, Bier und Cola verkaufen. Vor den Toren des Stadions zeigt sich aber, dass nicht alles so heiß gegessen wird, wie es in der Gerüchteküche der Fifa gekocht wird. HOLGER HEITMANN

SPECIAL VO

9. JUNI BI

15. JULI 20

- Einzelunterricht in allen Sprachen
- Nur 39,- Euro pro Einzel

Alle Kursinfos für Leipzig unter www.berlitz.de

Jetzt ein
anrufen
im Inter
informier

Berlitz

www.berlitz.de

Auch in Ihrer Nähe
Leipzig • Petersstr. 39
Telefon: 0341/2 11 48

* Gilt nur bei Abschluss eines neuen Vertrages. Mindestbuchung: 10 Unterrichtseinheiten.