

Rasenball

Red Bull und der moderne Fußball

Episode 2: Der Lamborghini

Katharina Reckers: Hi! Das ist »Rasenball – Red Bull und der moderne Fußball«, ein Podcast von Undone und MDR. Ich bin Katharina Reckers. Dies hier ist die zweite von fünf Folgen. Wenn ihr die erste noch nicht gehört habt, dann fangt doch da an. Wenn ihr keine Folge verpassen wollt, dann abonniert diesen Podcast.

Und jetzt...gehts los.

Chor Fußballfans: ... die Zeit ist nun gekommen. Ihr werdet's alle sehen. Der 1. FC Union wird nun endlich oben stehen.

Es ist Mitte August 2019. Kurz vor 18 Uhr. Gleich wird das Spiel angepfiffen, auf das die Fans des 1. FC Union Berlin Jahrzehnte gewartet haben. Es ist eines der wichtigsten Spiele der Vereinsgeschichte. Das erste Spiel in der ersten Bundesliga, jemals.

Im Stadion an der alten Försterei stehen 20.000 Union Fans. Schulter an Schulter, wie sie in ihrer Hymne schon besingen.

Chor Fußballfans: Wir aus dem Osten gehen immer nach vorn, Schulter an Schulter für Eisern Union

Jeder einzelne Platz ist ausverkauft. Das ganze Stadion ist rot-weiß. Als der Stadionsprecher den Rasen betritt.

Christian Arbeit: Da ist er also der Tag, auf den wir uns so gefreut haben. Auf den wir so lange hin gearbeitet haben. Wir sind in der Bundesliga!

Es ist ein Tag, aufgeladen mit Bedeutung und Pathos.

Dirk Ziminski: Das sind natürlich so Momente, wo du dann sagst: boah.

Das ist Dirk Ziminski. Zimmi genannt. Auch er ist Unioner, seit er 11 Jahre alt war, hat sein Blut für Union gespendet und Geld gesammelt, als der Verein am Boden lag.

Dirk Ziminski: Wir sind vierte Liga abgestiegen, wir haben gegen Stahl Finow und so ein Zeug gespielt. Wo du gesagt hast: Du hast nie gedacht, dass du mal leben musst und plötzlich ist alles anders.

Dieser Tag, in der Alten Försterei – der ist Genugtuung. Belohnung für Jahre des Existenzkampfes.

Dirk Ziminski: Wenn man so an die Zeiten denkt, hier gerade als Union die Lizenz verweigert haben, wo ja wie gesagt Union keiner mehr haben wollte. Und eigentlich dann so zumindest in der Tasche den Mittelfinger zeigen wolltest und sagtest, wir sind doch da.

Jetzt also Bundesliga. Vor Anpfiff werden Fotos verstorbener Fans gezeigt. Darüber der Schriftzug “endlich dabei”.

Als der Stadionsprecher die Zuschauer:innenzahlen verkündet, zählt er die verstorbenen Fans mit.

Dirk Ziminski: So und ja, von daher, weil ich mein Bruder vor 19 Jahren verloren habe, war das natürlich für mich ein mega emotionaler Moment.

Patrick Stegemann: Der war auch Unioner?

Dirk Ziminski: Ja, er war auch Unioner. Und so wie mir jetzt grade die Tränchen kommen, waren die natürlich da.

Nicht nur für Dirk Ziminski ein emotionaler Tag. Auch für die Spieler ist dieser Bundesliganachmittag wichtiger als viele zuvor.

Felix Kroos: Am ersten Spieltag wo du wirklich einfach diese Euphorie von der letzten Saison von der Auflösung mitnehmen wolltest

Das ist Felix Kroos – zu diesem Zeitpunkt knapp vier Jahre Spieler bei Union Berlin.

Felix Kroos: Wo du dich einfach nur drauf freuen wolltest, dieses erste Bundesligaspiel für diesen Verein unbedingt zu machen. Wo alles drumherum eigentlich egal war. Nur dieses erste Bundesligaspiel zählt.

Die Mannschaft ist nervös. Der Verein und die Fans sowieso. Die Spieler wissen: Gerade an so einem wichtigen Tag, dem ersten Spieltag in der Bundesliga, brauchen sie die Fans.

Felix Kroos: Wir brauchen eure Stimmung von Anfang an, wir wollen euch von Anfang an hören. Die Bedeutung des Spiels. Wir brauchen da alles. Das ist so besonders.

Vor dem Spiel: Die Alte Försterei bebt, vor Anspannung und Vorfreude.

Alles ist angerichtet...

Felix Kroos: Das erste Bundesligaspiel von Union Berlin. Das Problem war. Das erste Spiel war gegen RB Leipzig.

Das erste Spiel – ausgerechnet – gegen RB Leipzig.

Dirk Ziminski: viele haben gesagt: Boah, den ersten Bundesliga Gegner und dann ausgerechnet RB Leipzig. Warum dann diese Scheiße?

Dann: wenige Minuten vor dem Anpfiff. Der Stadionsprecher steht auf dem Rasen, um die Aufstellung vorzulesen. Doch stattdessen zieht er einen Brief hervor. Von den Ultras. Den liest er vor:

Stadionsprecher: Wir werden am Sonntag, einem so wichtigen Tag für den 1. FC Union Berlin, das tun, was wir immer getan haben: Eine klare Haltung bewahren. Jeder Einzelne in diesem Stadion und jeder Einzelne hier ist heute und dem Mitgliederstärke, Fannähe, Mitbestimmung und Fußball wirklich wichtig ist, ist eingeladen, lautstark zu schweigen. 15 Minuten lang

Bei diesem wichtigsten Spiel der Vereinsgeschichte schweigen die Fans. Die ersten 15 Minuten lang.

Pünktlich zusammen mit dem Anpfiff ist es still bei den Union Fans.

Nach 15 Minuten ertönt dann der Countdown.

Chor der Union Fans: 7, 6, 5, 4, 3, 2, 1. (Jubel)

Die Fans sind zurück. Union ist in der ersten Liga angekommen. Zusammen mit der unverhohlenen Abneigung gegen RB Leipzig.

Nur: Warum eigentlich? Warum hassen so viele Fußballfans so inbrünstig RB Leipzig? Also so richtig inbrünstig.

Fußballchor (laut schreiend): Was steht an jeder Ecke, Red Bull verrecke

Ich bin Katharina Reckers.

Patrick Stegemann: Und ich bin Patrick Stegemann.

Katharina Reckers: Das ist Rasenball. Red Bull und der moderne Fußball. Ein Podcast von Undone und MDR

Folge 2: Der Lamborghini

Patrick Stegemann: Wir suchen nen David. Kennt ihr David?

UnionFan: Ja, klar. Da die Treppe hoch, da findest du ihn.

Patrick Stegemann: Wir sind in Salzburg. Und ich...bin auf der Suche nach...einem David.

David Rettenbacher: Patrick, hi, ich bin der David. Alles gut?

Ich treffe David Rettenbacher in ein einem kleinen Fußballstadion. Hinter der Tribüne: direkt die Alpen.

Patrick Stegemann: Wie schön das hier ist.

David Rettenbacher, Trainingsjacke, Jens, Cap, ist...

David Rettenbacher: ... 42 geworden. Unglaublich. Es ist wirklich unglaublich.

Er ist 42 Jahre alt, sieht aber tatsächlich jünger aus. Wenn in einem Film ein Fußballfan besetzt werden sollte genau so sieht Rettenbacher aus. Wirklich.

An diesem Samstag ist ein U7 Turnier. Deswegen hört man auch im Hintergrund immer wieder Kinderstimmen.

David Rettenbacher: Gehen wir runter oder in die Katakomben oder?

David und ich gehen in die Katakomben des Stadions. Hinter uns hängt eine riesige Fotowand, auf der die Highlights aus der Fußballgeschichte von Davids Herzensverein abgebildet sind: Austria Salzburg.

David Rettenbacher: Ein paar Fotos. Ich weiß nicht, ob du ihn erkennst: Oliver Bierhoff. Der hat in der Saison 90/91 bei der Austria gespielt.

Patrick Stegemann: Das hätte ich nicht erkannt.

Neben dem Foto von Oliver Bierhoff im Austria-Trikot: Ein schwarz-weiß-Bild: Ein Typ, der einen Seitfallzieher macht. Er liegt in der Luft, Arme vom Körper gestreckt, sein linker Fuß knallt gegen den Ball. Seine Augen verfolgen ihn.

Das Bild zeigt Hans Krankl, der 1988 ein legendäres Seitfallzieher-Tor macht.

Es ist der Moment, der Davids Leben verändert: Der kleine David mit seinem Vater bei seinem aller ersten Stadionbesuch...

David Rettenbacher: Wir sind gerade ins Stadion kumma. Nach 90 Sekunden fällt das Tor. Das ganze Stadion flippt völlig aus. Da kannst du nur schockverliebt sein. Das war... es war einfach Schicksal. Im Herbst 1988. Ich war sieben, das war mein erstes Spiel. Ja, es war Schicksal.

Ab diesem Tag ist die Austria in Davids Leben. In guten, wie in schlechten Zeiten. Ein richtiger Fußball-Fan eben.

Die 90er Jahre, als Davids Fantum täglich wächst, das sind goldene Jahre für die Austria: Salzburg wird drei Mal Meister, spielt 1994 im Uefa Cup Finale sogar gegen Inter Mailand.

Der Erfolg hält nicht ewig. Falsche Entscheidungen, Missmanagement, ein bisschen Unglück kommt dazu. Plötzlich läuft nichts mehr so richtig zusammen.

David Rettenbacher: Wir waren damals in der ersten Liga eher Abstiegsgefährdet wie sonst was, haben finanzielle Probleme gehabt.

Die Fans sind verzweifelt.

Doch dann kommt plötzlich eine Nachricht, die Hoffnung macht.

David Rettenbacher: April, Mai 2005 hat sich das schön langsam ein bissl angekündigt. Okay. Red Bull will jetzt wirklich bei der Austria einsteigen.

David und die anderen Fans erhoffen sich Rettung von Red Bull.

David Rettenbacher: Okay geil. Ein neuer Hauptsponsor, ein Salzburger Unternehmen. Finanziell relativ potent. Die erste Reaktion war: Hey cool, jetzt geht es wieder bergauf.

Sie haben viel Geld, eine Faszination für Sport. Sind in Österreich ansässig, in Salzburg sogar. Es passt irgendwie.

Selbst der Vereinsname, den könnte der neue Sponsor ändern. Nicht ungewöhnlich in Österreich. Die Austria hieß auch schon Wüstenrot Austria. Davor aber auch schon mal Casino, oder – besonders neckisch. Gerngroß Austria. Aber bei allen Namenswechseln: In der Kurve, bei den Fans blieb der Klub: die Austria, in lila-weiß.

Also: Die Erleichterung und Freude über die mögliche Rettung ist zunächst riesig.

David Rettenbacher: Na ja, es hat dann schon langsam begonnen. Sind ein bisschen Gerüchte aufkommen. Von, naja keine Ahnung... Der Hubschrauberpilot von Mateschitz, der hat irgendwem gesagt, die Dressen sind rot und so.

In der Stadt wird spekuliert: Was will Mateschitz mit dem Verein?

David Rettenbacher: Und der Punkt, wo es dann wirklich klar war. Als die Dressen für die neue Saison präsentiert wurden. Es war dann im Hangar 7, ganz in der Nähe.

Patrick Stegemann: In Mateschitz' Privatmuseum.

David Rettenbacher: Genau. Genau. Und da wurden die Dressen präsentiert. Und die waren halt rot weiß. Und auswärts war blau, gelb, glaub ich. Ab da war's klar.

Red Bull verändert die Dressen, also die Trikots, die Farben des Verein. Austria ist nicht mehr lila, sondern rot. Wie die Bullen auf der Red Bull Dose.

Der Verein heißt fortan nicht mehr Austria, sondern Red Bull.

Mateschitz persönlich ruft die Stunde Null aus: Alles Neu in Salzburg. Red Bull teilt mit, und wir paraphrasieren das nicht: "Das ist ein neuer Club. Es gibt keine Tradition, es gibt keine Geschichte, es gibt kein Archiv."

Die Fans sind richtig sauer. Und protestieren beim nächsten Testspiel.

David Rettenbacher: Nach 19 Minuten und 33 Sekunden. Weil das unser Gründungsjahr ist – das haben wir symbolisch immer gespielt. Sind aufs Feld gegangen. Friedlich. Wie gesagt, es war ein Dorfplatz. Haben uns mit 40–50 Leuten dort hingestellt, für Spielunterbrechung gesorgt. Da haben die dann aber die Gangart verschärft.

Die Gangart verschärft...Die örtliche Zeitung – die Salzburger Nachrichten – die schreiben damals: "Der Kulturkampf wird Bürgerkrieg."

Und in diesem Kulturkampf, wahlweise Bürgerkrieg, da schlägt Red Bull zurück: Nach Protesten der Fans verschärfen sie die Regeln.

David Rettenbacher: Ab da wars dann zu Testspielen oder Bundesligaspielen verboten, mit violetter Kleidung ins Stadion zu gehen.

Violett–weiße Kleidung – seit Jahrzehnten die Farben der Fans – die ist fortan im Stadion verboten.

Den Protest der Fanszene versucht Red Bull zu unterdrücken.

David Rettenbacher: Ja, irgendwann war es dann so weit, dass alle, die über Fanclubs der aktiven Fanszene Dauerkarten bestellt haben, dass die alle gesperrt wurden, haben alle Stadionverbot gehabt.

Patrick Stegemann: Alle aktiven Fans?

David Rettenbacher: Alle aktiven Fans, die über die Fanclubs die Dauerkarten gekauft haben.

David Rettenbacher: Und da waren halt auch so kuriose Fälle dabei wie von einem sehr guten Freund von mir, dem hat seine Mutter geschenkt, daher war sie auf der Liste. Die war 30 Jahre nicht im Stadion, hat aber Stadionverbot bekommen.

Red Bull spricht später von einem Fehler, will nochmal auf die Fans zugehen. Sie machen einen Vorschlag.

David Rettenbacher: Wenn euch die Farben so wichtig sind. Dann können wir gerne anbieten, dass der Tormann in violetten Stutzen spielt.

Patrick Stegemann: Wirklich?

David Rettenbacher: Ja, das war das letzte Angebot.

Das bringt das Fass für David und viele andere Fans zum Überlaufen. Ab hier gibt es für die Austria Fans kein Zurück mehr.

David Rettenbacher: Und das war dann der Zeitpunkt, wo wir gewusst haben: okay. Das war's jetzt. Es macht keinen Sinn. Wir sind dann noch zum darauffolgenden Bundesligaspiel gegen Austria Wien gegangen. Das war im September 2005.

Es ist das letzte Austria Spiel, das David und viele andere Fans jemals besuchen werden. Sie stehen geschlossen in der Austria Fankurve – also die, die jetzt Red Bull Kurve heißt.

In der 72. Minute verummeln sie sich mit lila Schals. Sie wählen die 72. Minute für ihre Aktionen, weil die Austria in diesem Jahr 72 Jahre alt wird. Oder: geworden wäre.

Die Fans hängen ein Transparent auf, auf dem steht: Die Austria wird euch alle überleben. Dann zünden sie massenweise schwarzes und lila Pyro, die Polizei rückt an und die Fans verlassen das Stadion. Für immer.

David Rettenbacher: Es war schon so, wie wenn dein bester Freund stirbt, weil es den Verein in der Form von heute auf morgen nimmer gibt. Ja sowas vergisst man natürlich ned und verzeiht man natürlich auch ned.

Katharina Reckers: Und so kommt Red Bull im Fußball und in Österreich an.

Schon vor dem Bundesligaspiel gibt der Verein eine Pressemeldung heraus, in der steht: "Sowas hat Österreich noch nie gesehen". Und das stimmt.

Vor dem Stadion sind Stelzenläufer, es gibt Schminkstände für Kinder, es ist voll mit Menschen, ein paar von ihnen tragen sogar schon rotweiße Trikots. Die Musik im Stadion ist laut und schrill, das Spiel soll 90 Minuten auf der Leinwand gezeigt und vom Stadionsprecher kommentiert werden.

Und dann kurz vor Anpfiff, durch das geöffnete Stadionsdach fliegt ein Fallschirmspringer und landet im Mittelkreis.

Der Typ ist nicht zufällig im Stadion gelandet.-Es ist Felix Baumgartner. Damals noch unbekannt. Mittlerweile eines der Red Bull Gesichter. Man kennt ihn, weil er mal aus dem Weltall von 39.000 Metern zurück auf die Erde gesprungen ist.

Schneller als der Schall.

Moderator: At that moment it's not about breaking records anymore. At that moment it's all about survival.

Felix Baumgartner: That was our goal. I wanted to be the first human outside of an aircraft breaking the sound barrier.

Dieser Sprung findet einige Jahre nach der Landung im Salzburger Red Bull-Stadion statt. Er zeigt aber ganz gut, wie das Unternehmen Red Bull funktioniert.

Schätzungsweise 50 Millionen Euro soll der Sprung aus der Stratosphäre gekostet haben. Viel Geld. Für ein paar Minuten Fun.

Aber: Die ganze Welt schaut zu. Millionen. Und sie alle sehen nicht nur einen Fallschirmspringer, wie er aus dem Weltall springt.

Sie alle sehen: Red Bull. Überall. Auf der Kapsel, von der Baumgartner springt. Auf Baumgartners Anzug. Zeitungen sprechen vom Red Bull-Sprung.

Und diese Omnipräsenz, die ist richtig viel Geld wert. Expert:innen schätzen: Circa 6 Milliarden an Werbewert hat der Sprung gebracht.

Patrick Stegemann: Und so läuft es von Anfang an: Jahre zuvor, als Mateschitz nicht viel mehr hat als die Idee, noch vor der Gründung, da bemüht er sich bereits um Sportler, die sein neues Produkt bewerben.

Gerhard Berger: Und irgendwann zwischen den Trainings hinter der Box ist ein schlanker, großer Mann vor mir gestanden. Hat gesagt, er möchte sich gern vorstellen, sein Name ist Dietrich Mateschitz. Er ist ein riesengroßer Fan von mir.

Gerhard Berger, die erste Werbefigur von Red Bull überhaupt. Der ist damals Formel 1-Fahrer, später mal Konkurrent von Michael Schumacher.

Mateschitz möchte von Berger, dass er für das Getränk wirbt. Berger ist nicht abgeneigt, aber

Gerhard Berger: ... ja, wie heißt die Firma? Den Namen gibt es noch nicht. Es gibt die Firma nicht. Es gibt den Namen nicht. Es gibt nur das Rezept eines Produktes.

Die beiden vereinbaren per Handschlag: Sollte es das Produkt geben, wird der Formel 1–Fahrer Berger dafür werben. Für 100 000 Schilling. Sind umgerechnet aber nur so 7000 Euro.

Gerhard Berger: Einige Monate später habe ich ein Anruf gekriegt: Ja, er hat jetzt die Firma. Aha. Ja, die Firma heißt Red Bull. Und was macht die? Ja die macht einen Energydrink. Naja, sag ich, dann legen wir los!

Sie legen los. Und Berger erweist sich als gute Werbefigur, hält bei Fernsehauftritten die Dose in der Hand, gewinnt Formel 1–Rennen mit Red Bull Logo auf dem Helm.

Jahre später wird Mateschitz sogar sein eigenes Formel 1–Team aufbauen. Und die Rennstrecke, wo Mateschitz Berger zum ersten mal traf, die heißt heute: Red Bull–Ring.

Mateschitz erfindet eine Marke mit einer ziemlich genialen Idee: Ein relativ günstig herzustellendes Getränk, das potentiell hohe Gewinnmargen abwirft. Dadurch: Viel Geld für Marketing. Das nutzt er, um Red Bull von krassen Sportler:innen promoten zu lassen. Je schneller und extremer, desto besser.

Gerhard Berger: Und die Extremsportler zum Teil auch günstig und haben natürlich auch ein Image abgegeben.

Mateschitz will nicht nur irgendwo sein Logo draufkleben. Er will: Die volle Kontrolle. Sportler, die denken wie er. Teams, die funktionieren, wie er Red Bull sieht: am Limit, extrem. So erfindet Mateschitz das Sportmarketing neu und macht Red Bull in 20 Jahren richtig groß.

Gerhard Berger: Und irgendwann hat er gesagt, Gerd, ich glaube, ich mache jetzt Fußball.

Mateschitz beginnt mit dem Fußball vor seiner Haustür: In Salzburg. Indem er Austria Salzburg kauft.

Aber seine Ambitionen, das wird schnell klar, reichen viel weiter. Nur wenige Monate später expandiert er nach New York.

2006, von einem Tag auf den anderen, kauft Mateschitz die New York MetroStars.

Moderator: At that moment, I thought it would be impossible to rebrand a team in 45 days.

Das Team heißt jetzt New York Red Bulls, neue Farben, neuer Name. Große Ambitionen. Und: kaum Widerstand.

Stadionsprecher: And now we're introducing a new New York soccer tradition.

Die Saisonöffnung von Red Bull New York: groß. Richtig groß.

Moderator: Opening day for the Red Bulls. It was awesome. We had Shakira, Rihanna, Wycliffe

Shakira, Rihanna, Wycliffe von den Fugees. Sogar Pele war da. Selbst für amerikanische Verhältnisse ein Mega-Event.

In New York geht das Red Bull-Rezept ziemlich gut auf.

Aber Mateschitz will mehr: einen dritten Verein. Und das am besten in Deutschland.

Katharina Reckers: Und diese Suche führt ihn auch zu einem Club, dem es damals gar nicht gut geht: St. Pauli. Hamburger Kiezclub, damals aber dritte Liga und akut insolvenzgefährdet.

St. Pauli legt zu jener Zeit das "Retter-T-Shirt" auf. Die Erlöse sollen den Verein, klar, retten.

Ich erinnere mich daran, dass meine ganze Familie so ein Shirt hatte. Bei Familie Reckers wird viel mit Fußball Shirts gearbeitet. Obwohl niemand St. Pauli Fan ist. Mein Vater und mein großer Bruder hatten "Retter" auf ihrem Shirt stehen. Meine Mama und ich: "Retterin". Und mein kleiner Bruder: "Retterchen".

St. Pauli übersteht diese Krise zunächst – auch Dank all der Retter:innen – aber, die Lage – sportlich und wirtschaftlich – ist immer noch sehr schwierig.

Oke Göttlich: Nur weil ich versuche, andere Menschen...ups!

Das ist Oke Göttlich. Heute Präsident von St. Pauli. Ich erreiche ihn telefonisch – deswegen ist die Verbindung bisschen wackelig. Er ist gerade im Urlaub, als wir telefonieren.

Katharina Reckers: Sie sind im Urlaub und machen es trotzdem. Es ist wahnsinnig nett.

Oke Göttlich: Sehr gerne. Lassen Sie uns loslegen. Ich freue mich.

Oke Göttlich ist seit 2014 Präsident. Als es dem Verein richtig schlecht geht, steht er noch als Fan in der Kurve.

Oke Göttlich: Und habe dann meine Liebe zum FC St. Pauli seit 30 Jahren auch zu meinem Hauptberuf gemacht. Das ist eine wunderbare Sache.

Also 2006: Mateschitz fragt damals bei mehreren Traditionsvereinen. Möglichst hochklassig. In der zweiten Liga klopft er bei 1860 München und Fortuna Düsseldorf an.

Und in der dritten Liga: bei St. Pauli. Eine große Stadt, eine beliebte Marke, ein Verein in Not. Könnte klappen.

Oke Göttlich: Man muss ja mal ganz offen sagen und das ist ja auch kein kein Geheimnis. Es ist erst mal eine große Firma, so eine große Firma, die Interesse hat, in den Fußball zu gehen. Das war früher üblich, dass über Sponsorships zu machen. Und es gibt kreative Ideen, die RB natürlich auch eingenommen hat... Sind Sie noch da?

Wie gesagt, die Verbindung ist ein bisschen wacklig. Jedenfalls: Mateschitz bringt viel Geld, eine Vision und ein Versprechen mit: erfolgreicher Fußball.

Die Verantwortlichen in Hamburg hören sich den Vorschlag erstmal an:

Oke Göttlich: Selbstverständlich gibt es alles mögliche Anfragen, ob nun im Profifußball oder auch bei anderen Organisationen über spinnerte oder auch mal positive Ideen, die man erst mal in einem ruhigen Raum miteinander bespricht und auf Machbarkeit überprüft.

St. Pauli und Red Bull setzen sich zusammen. Mateschitz eröffnet seine Pläne, legt dar, wie St. Pauli Teil des Red Bull-Imperiums werden soll. Am Ende entscheidet St. Pauli...

Oke Göttlich: Also wir tun auch einiges für Geld. Nach wie vor nicht alles.

Patrick Stegemann: St. Pauli und die anderen Profivereine lehnen Red Bulls Angebot 2006 ab. Und drei Jahre dauert es, da gibt es ein Lebenszeichen von Red Bull im deutschen Fußball. Viel kleiner als gedacht. Und heute fast vergessen. Aber im Frühjahr 2009, da entscheidet Mario Gomez, der Nationalstürmer, ein Bundesligaspiel für den VfB Stuttgart. Der gewinnt damals gegen Jürgen Klopps BVB 2:1.

Das Tor: so richtige Gomez-Manier.

Fußballkommentator: Und TOOOOR. Mario Gomez macht die Bude.

Und dann der Jubel: Er öffnete eine imaginäre Dose, nimmt zum Schein einen Schluck und setzt mit seinen Armen zu Flügelschlägen an.

Zeitungen und Fußballsendungen spekulieren, ob der DFB gegen Gomez Ermittlungen einleitet, wegen unerlaubter Werbung. Denn ein Torjubel als Werbung – das wäre verboten. Grob unsportlich. Aber egal: Einige Tage reden alle über Red Bull, wegen des “kreativen Torjubels”: Werbemission geglückt.

Offiziell, heißt es damals, habe Gomez keinen Vertrag mit dem Getränkehersteller. Der Jubel: purer Zufall. Der DFB entscheidet daher: keine Strafe für Gomez und keine Strafe für Red Bull.

Ende der Geschichte.

Obwohl: Seit 2022 ist Mario Gomez Technischer Leiter Fußball. Bei Red Bull.

Katharina Reckers: Ein Werbetorjubel – das ist ganz witzig – aber das ist natürlich nicht das, was Red Bull und Mateschitz wirklich wollen. Der große Plan bleibt: ein eigener Verein. Am besten in Deutschland: Fußballkernland.

Und so langsam wird Mateschitz ungeduldig.

Also: Wenn kein bestehender Verein will...

Michael Kölmel: Dann ging es jetzt nur darum, startet man mit einer Neugründung in Sachsen, da ist es die 11. Liga oder die 13. Liga.

Michael Kölmel, der Leipziger Stadionbesitzer.

Dann eben unten anfangen. Ganz unten. In Sachsens Kreisklasse.

Das Problem für Mateschitz: Red Bull steht für höher, schneller weiter. Der neue Verein müsste 13 mal in Folge aufsteigen, um in der höchsten Liga zu spielen. 13 Jahre bis zur höchsten Liga. Wenn alles gut geht. Das dauert zu lang.

Michael Kölmel: Und da gab es die Möglichkeit hoch zu tauschen bis in die fünfte Liga. Und da haben wir auch einen Verein gefunden.

Und zwar in der Kleinstadt Markranstädt. Kölmel bringt sich zunächst selbst als Sponsor ins Gespräch.

Michael Kölmel: Da haben die gesagt, wir suchen noch einen Sponsor. Und dann habe ich gesagt: Ja, ich mache das. Feste Zusage unter der Bedingung, wenn ich einen Sponsor finde oder einen Investor, der sehr, sehr viel mehr gibt wie jetzt die 300.000 über die wir jetzt reden, dann treten alle Vorstände zurück und das Spielrecht geht an den Sponsor...

Kölmel trickst Mateschitz rein, könnte man sagen.

Michael Kölmel: Allerdings machen wir aus dem Verein was ganz anderes, wenn ich jemanden finde. Ich wusste ja, dass da jemand schon in Not war, weil das war schon im Mai und die nächste Saison fing ja schon fast an.

Mateschitz tut etwas, das es vor ihm im deutschen Fußball so noch nicht gab. Er bietet dem Fünftligisten SSV Markranstädt Geld an, für deren Verhältnisse viel Geld.

Und dafür bekommt er: Die Startlizenz der ersten Männermannschaft. Die heißen ab sofort einfach RB Leipzig. Easy, haben wir ja schon in der ersten Folge gehört.

Markranstädt hat jetzt Geld, um es in die Mannschaft zu investieren. Um beispielsweise mit der zweiten Männermannschaft wieder höher aufzusteigen.

Und Red Bull hat eine Mannschaft in der fünften Liga. Neun Aufstiege höher als wenn sie – ganz regulär – ganz unten angefangen hätten.

Red Bull kauft quasi die Fußballmannschaft von Markranstädt inklusive deren Ligaplatz. Und gründet einen eigenen Verein.

Michael Kölmel: Bedingungen haben wir natürlich schon. Wir wollen die Vereinsfarben bestimmen. Wir wollen, so lange, wir das Geld geben, wollen wir auch bestimmen, was jetzt entschieden wird. Und der Verein soll Red Bull Leipzig heißen.

Patrick Stegemann: Kleines Problem: In Deutschland ist fast alles davon verboten. Vereine dürfen nicht wie Unternehmen heißen. Dürfen nicht deren Logos übernehmen. Und überhaupt: Unternehmen dürfen eigentlich gar keine ganzen Vereine besitzen.

Vereine, so will es das deutsche Recht, so will es der DFB, werden von ihren Mitgliedern gesteuert. 50+1 heißt diese Regel in Deutschland. Im Grunde einfach: Kapitalgeber:innen dürfen in Fußballvereine einsteigen, aber sie dürfen nicht die Stimmenmehrheit haben. Die bleibt beim Verein: 50 Prozent plus eins eben.

Die Mitglieder sollen mitbestimmen dürfen. Auch deswegen hatten andere Profivereine ja bereits abgesagt. Aber Mateschitz will es unbedingt.

Red Bull reicht im Mai 2009 die Unterlagen beim zuständigen Fußballverband ein. Fünfte Liga, dafür ist der sächsische Landesverband zuständig.

Michael Kölmel: Ja, und ich sage mal der sächsische Fußballverband, der war ja froh, wenn überhaupt irgendwas passiert, weil die hat es persönlich auch mitgenommen, wenn über das Stadion so gelästert wurde.

Der Sächsische Landesverband – wer will es ihm verübeln – sehnt sich nach blühenden Landschaften, nach Profifußball. Und Mateschitz – der verspricht genau das.

Nur: Die Regeln die sind hier in Sachsen eigentlich die gleichen wie überall: Kein Unternehmen darf einen Club besitzen und ihm sein Branding aufdrücken. Jedenfalls nicht in Namen und Logo.

Aber Mateschitz weiß sich da schnell zu helfen. Red Bull ändert sein eigenes Logo minimal ab: Was bleibt, sind zwei rote Bullen, die aufeinander zurasen. Nicht mehr wie im Red Bull Logo vor einer großen gelben Sonne. Sondern vor einer großen gelben Sonne und einem kleinen Ball.

Und dann – wichtig – die Sache mit dem Namen...

Michael Kölmel: Man muss halt einen Namen finden, der nicht allzu abwegig ist und die Initialen RB sind. Und dann entstand RasenBallSport Leipzig.

Sie ändern Red Bull Leipzig in “RB Leipzig” ab. Denn das RB, sagen sie, das steht ab jetzt für RasenballSport. Ein Phantasiewort.

In einem Gespräch mit Perry Bräutigam, damals schon Trainer bei RB, hab ich ihn mal gefragt, was das eigentlich heißen soll.

Patrick Stegemann: Doch was ist eigentlich, was ist eigentlich Rasenball? Frage ich mich schon die ganze Zeit.

Perry Bräutigam: Das sind clevere Leute, die das gemacht haben.

Patrick Stegemann: Aber was soll das heißen? Was ist das?

Perry Bräutigam: Das sind clevere Leute, Rasenball – mit dem Kürzel RB weiß jeder wo wir hingehören. Da unten ist normalerweise ein Rasen, dazu gehört ein Ball. Deswegen Rasenball.

Cleverer Leute. RBs Logo und Namen sind gerade so viel angepasst, dass RB damit durchkommt.

Der sächsische Fußballverband wird so zum Geburtshelfer von RB.
Nicht aus Versehen. Nicht, weil der große Konzern den Verband überrumpelt hätte.

Klaus Reichenbach: Das kam mir natürlich sehr entgegen, weil in Leipzig ein wunderbares Stadion stand. Mehr oder weniger als Sportruine.

Klaus Reichenbach. Damals Präsident des sächsischen Landesverbandes. Heute ist er Rentner. Aber über 20 Jahre leitete er die Geschicke des sächsischen Fußballs. Und die Niederkunft von Red Bull, die kam ihm gerade Recht, sie...

Klaus Reichenbach: ... Unterstützen diese Geschichte, egal ob da Reklame dahinter steht oder nicht.

Logo und Name hin oder her...

Klaus Reichenbach: Und das Logo, bei dem haben wir schon geschmunzelt, weil das Logo ist eben verdammt ähnlich. Aber okay, wir haben dann schmunzelnderweise gesagt: Scheiß egal. Das Ding wird jetzt durchgezogen und RB. Rasenball ist Rasenball. Was sollen wir rechtlich dagegen machen? Die hätten sich Rosen, was weiß ich, Ballerinas nennen können oder sonst was. Das wäre dasselbe gewesen.

Der sächsische Fußballverband verfährt nach dem Motto: Was soll schon schief gehen, die wollen ja nur spielen. Und das in Sachsen!

Klaus Reichenbach: Da ist mir aller Traditionsfimmel sowieso danieder und der kann mir am Arsch vorbeigehen, ich sags mal so deutlich.

Am Ende ist RB Leipzig in der Welt – und kann endlich anfangen, Fußball zu spielen.

Katharina Reckers: Ja, und Fußball spielt RB Leipzig. Ganz guten Fußball tatsächlich.

Nach dem Aufstieg in Lotte 2012. Rangnick kauft den gegnerischen Verteidiger und die Tore – ist RB endlich im Profifußball: 3. Liga.

Fußballkommentator: Der Moment der Erlösung. Ja Leipzig spielt endlich dritte Liga. Und das muss erst mal raus.

RB Leipzig-Fan: Jaaaaaaaaa! Mega geil einfach!

Mega geil läuft es tatsächlich auch in der dritten Liga. Leipzig wird direkt zweiter. Und steigt auf in die zweite Liga.

Fußballchor: Wir singen Ufta Ufta Ufta Täterääää.

Sportlich ist das natürlich ein großer Erfolg. Zweite Liga. In nur fünf Jahren.

Patrick Stegemann: Für RB gibt es nur ein klitzekleines Problem: Durch die Aufstiege ist Rasenballsport Leipzig – mit seinen kreativen Namensgebung und dem Bullen-Logo. RB Leipzig ist nun in der zweiten Fußballbundesliga.

Und da ist der Sächsische Fußballverband nicht mehr entscheidend sondern die Deutsche Fußballliga.

Und die muss erneut über Leipzigs Lizenz entscheiden.

Andreas Rettig: Und ich habe das damals von Beginn an anders bewertet..

Katharina Reckers: Das hier ist Andreas Rettig. Heute ist er Sportgeschäftsführer beim DFB. Ziemlich hohes Tier im deutschen Fußball.

2014, als Leipzig in die zweite Liga aufsteigt, da landen die Lizenzprüfungsunterlagen – sehr deutsches Wort – die Lizenzprüfungsunterlagen landet auf dem Tisch von Andreas Retting. Der ist damals Chef der Deutschen Fußball Liga.

Er entscheidet, wer in der ersten und zweiten Liga antreten darf, wer die Regeln erfüllt. Egal ob Bayern München, Hansa Rostock oder eben RB Leipzig.

Andreas Rettig: Und ich habe gesagt: Nein, wir haben ein eigenes Prüfungsrecht, wir haben das auch durch ein Gutachten noch mal untermauert, dass auch klar ist, dass es derselbe Satzungstext ist, aber wir

eine eigene Entscheidungskompetenz haben, für die Bewertung dieses Falles.

RB sitzt ein bisschen in der Falle. Sie haben die Regeln bis dahin gedehnt, umlaufen, elegant ausgelegt. Und immer hat irgendjemand ein Auge zugedrückt. Oder zwei. Und jetzt sagt Andreas Rettig: Ich guck mir das nochmal genau an.

Andreas Rettig: Ich denke, dass RB alles getan hat, alles ausgeschöpft hat, was in ihrer nach ihrem in ihren Möglichkeiten war, um die Satzungen zu umdribbeln.

Andreas Rettig ist Fußballfunktionär. Als wir mit ihm sprechen, hat er vor sich eine Menge Zettel liegen. Er hat sich vorbereitet auf das Gespräch, er will nichts vergessen. Kein Detail falsch erklären.

Also von vorne: RB übernimmt 2009 die Spiellizenz in Markranstädt. Ein kleiner Verein, der damals in der fünften Liga spielt.

Andreas Rettig: Jetzt nehmen Sie mal ein anderes Beispiel aus dem Frauenfußball, jetzt bei Borussia Dortmund, die jetzt gesagt haben, sie hätten ja auch irgendwo sich einen Verein in Essen oder so kaufen können und wären dann schon zweite Liga eingestiegen. Nein, aber Dortmund hat gesagt, wir fangen ganz, ganz unten an und müssen eben dann jedes Jahr Meister werden. Aber das ist eben der ehrlichere Weg. So einen Weg, den Leipzig begangen hat, können Sie nur gehen, wenn Sie sehr, sehr viel Geld einsetzen.

Als Rettig im März 2014 dann der Lizenzierungsantrag von RB Leipzig vorliegt, ist es für ihn eine klare Sache. Das, was RB Leipzig da probiert, durchzukriegen, das geht so nicht: Logo, Name, Kontrolle des Unternehmens.

Und plötzlich geht es um das, was viele als den Kern des deutschen Fußballs verstehen: Dass Vereine Mitglieder haben. Dass diese Mitglieder mitentscheiden.

FC Bayern München hat 300.000 Mitglieder. Hertha BSC Berlin 44.000. Bei allem, was in den Mitgliederversammlungen bestimmt wird, können diese Mitglieder mitentscheiden. Zum Beispiel bei der Wahl des Präsidenten.

Beispiel Hertha BSC: Die haben auch einen Investor, jemand, der viel Geld gibt und sich Einfluss wünscht.

Trotzdem wählen die Hertha-Mitglieder 2022 einen ehemaligen Ultra zum Präsidenten. Gegen den Widerstand des Aufsichtsrates und großer Teile des Vereins.

Die Hertha-Fans haben sie überstimmt. Bei einer Mitgliederversammlung.

Patrick Stegemann: Mitgliederversammlung. Das klingt schnell nach Vereinsmeierei und Kassenwart und riecht bisschen muffig. Aber diese Vereinsmeierei, das ist eben auch Demokratie. Die Möglichkeit mitzubestimmen.

Auch RB Leipzig ist ein Verein. Muss er sein. Und der hat 2014, als Rettig die Unterlagen prüft, genau sieben Mitglieder. Sieben. Das ist das vom Gesetz vorgeschriebene Minimum.

Und 'ne Mitgliedschaft kostet 800 Euro. Und ob man dann wirklich Mitglied werden kann, das entscheidet: Red Bull.

Und so sind die sieben Mitglieder des Vereins alle Angestellte oder Berater:innen von Red Bull.

Bis dahin hat sich keiner dran gestört. Aber Andreas Rettig und die DFL sagen: Leute, so war das nicht gemeint mit dem Verein. Ihr müsst das ändern.

Andreas Rettig: wenn ich den damaligen Text noch vor Augen habe, das war die, dass wir gesagt haben, die Organe, also Vorstand, Aufsichtsrat, Ehrenrat, müssen zu Beginn der Spielzeit mit Personen besetzt werden, die nicht in einem Beschäftigungsverhältnis zu Red Bull oder mit verbundenen Unternehmen stehen.

Katharina Reckers: Und Red Bull ändert die direkten Red Bull-Mitarbeiter:innen verlassen den Verein und...

Andreas Rettig: Man hat Rechtsanwälte eingesetzt, die letztlich ja, ich sage mal direkt oder indirekt vielleicht auch mit Red Bull ihr Geld verdient haben, die wir aber nicht belangen konnten. Weil so weit reicht unser Arm natürlich dann nicht.

Statt Mitarbeiter:innen sind nun Anwälte die Mitglieder. Anwälte, die nicht bei RB arbeiten, aber schon für RB gearbeitet haben. Vorstandsvorsitzender wird ein damals relativ unbekannter Mann: Oliver Mintzlaff.

Er ist heute einer der Chefs des gesamten Red Bull-Unternehmens.

Es gibt keine Regel, die diesen Fall – also Anwält:innen und nahestehende Personen den Verein führen lassen – konkret verbietet.

Katharina Reckers: Das heißt jetzt also, wenn man es so herunterbricht, die hatten einfach gute Leute, die gesagt haben: Guckt mal, hier sind Schlupflöcher, und die haben jedes Schlupfloch gefunden und genutzt.

Andreas Rettig: Ja, Schlupflöcher. Also auf die Idee, dass jemand einen Verein übernimmt und dann kein Mitglied mehr zulässt, auf so eine Idee ist ja niemand gekommen und das gab es ja vorher nicht.

Die Deutsche Fußballliga will wegen all dieser Ungereimtheiten RB die Lizenz für die Zweite Liga verwehren.

Doch für diesen Fall droht eine Klage von Red Bull..

Andreas Rettig: RB hätte ja nicht gesagt, wenn Sie so viele Jahre investiert haben, hätte er nicht gesagt okay. Herr Rettig, schade, dass Sie uns die Lizenz nicht geben. Dann machen wir etwas anderes. Die hätten dann weitergekämpft. Rechtlich.

Die DFL zögert fürchtet eine rechtliche Auseinandersetzung. Ein Rechtsstreit könnte lange dauern, sehr teuer werden und am Ende den ganzen deutschen Fußball durcheinander wirbeln.

Andreas Rettig: Vor Gericht und auf hoher See wissen sie nicht, wie es ausgeht.

Die deutsche Fußball Liga knickt ein. Aus Angst, dass RB Leipzig einen möglichen Rechtsstreit gewinnt.

Patrick Stegemann: Es gibt so ein Meme, also ein Video eigentlich. Ein Parkhaus. Der Kameraausschnitt zeigt die Schranke. Leute bezahlen ihr Ticket, Schranke geht auf. So funktioniert das halt.

Und dann kommt ein Lamborghini. Ein richtig fetter Sportwagen.

Und der ist so sportlich und vor allem so flach der fährt einfach unter der Schranke durch. Ohne zu bezahlen.

Ist das unfair? Ungerecht? Vielleicht sogar verboten?

Vielleicht ja all das.

Andererseits: Geht es im Fußball nicht eigentlich um etwas anderes? Besser und schneller zu werden? Schönen Fußball zu spielen.

Etwas Neues schaffen, den Fußball zu verändern. In dem man Sachen anders macht als andere.

Und ja, wenn es sein muss und man es kann: So windschnittig sein, dass man an den Regeln vorbei segelt. Oder drunter durchfährt.

Fußballkommentator: “Und er steht da am Elfmeterpunkt, nimmt den Ball mit links und kann den mit rechts ganz ganz locker mit der Innenseite über die Linie drücken. Da wirst du doch bekloppt!”

RB steht für schnellen, aggressiven Fußball. Damit sind sie meistens auch ziemlich erfolgreich.

Dafür hat Red Bull viel Geld investiert.

Aber sie haben noch einen Vorteil, der oft übersehen wird: Sie sind neu im Game.

Ein weißes Blatt Papier. Und deswegen können sie Sachen anders machen. Neu, modern. Und das machen sie.

RB ist damit auch so etwas wie das Sinnbild “modernen Fußballs”. Nur: Was ist das eigentlich? Wie wurde der Fußball, was er heute ist?

Marco Rose: Man sieht das ja schon hier. Das ist moderner Fußball da hinten. Da wird viel geplant. Ich verstehe nichts von dem, was da steht.

Patrick Stegemann: Nächste Woche bei Rasenball: Eine Führung durch den Ort, wo der Leipziger Fußball geplant wird: das Leistungszentrum. Mit RB-Trainer Marco Rose

Marco Rose: Die machen grad Yoga. Das ist der Psychologe. Das sind Entspannungsübungen.

Einigen Spielern...

Kevin Kampf: Du kannst nicht mehr so Fußball spielen, wie du 1990 vielleicht Fußball gespielt hast.

Katharina Reckers: Und eine Begegnung mit einem Unternehmer, der in den 90er Jahren eine Idee hatte. Eine, die den Fußball erst zu dem “Big Business” gemacht hat, das es heute ist.

Kathi: Wenn Sie sich jetzt angucken, welche Entwicklung das Ganze genommen hat. Also sind Sie da zufrieden mit der Entwicklung der Champions League?

Jürgen Lenz: Ach, wissen Sie, da benutze ich mal eine Analogie. Haben Sie Kinder?

Nächste Woche bei »Rasenball«.

Credits

»Rasenball« ist eine Produktion von Undone und MDR.

Hosts: Patrick Stegemann und Katharina Reckers

Autor dieser Folge: Patrick Stegemann und Katharina Reckers

Story Editor: Khesrau Behroz

Producer: Sören Musyal & Serafin Dinges

Redaktion: Lorenzo Gavarini, Luisa Joa und Lisa Conzelmann

Technische Produktion und Sounddesign: Jannik Werner

Musik: Tim Schwerdter

mit Schlagzeug von: Flo König

Cover Design: RAM Studio

Herstellungsleitung: Cinzia Friedlaender

Executive Producer: Khesrau Behroz und Patrick Stegemann

Für MDR

Projektleitung: Ulivia Gattermann

Redaktionelle Unterstützung: MDR Sport im Osten

Distribution: Katja Arnold

Produktionsleitung: Steffen Thier

Danke an alle Gesprächspartner:innen, auch jene, die nicht im Podcast zu hören sind. Dank gilt auch den Kolleg:innen vom NDR, die uns das Interview mit Ralf Rangnick zur Verfügung gestellt haben. Einen ganzen Film über ihn könnt ihr in der ARD Mediathek gucken.