

60 JAHRE CHAMPIONS LEAGUE

DIE GRÖSSTEN TRIUMPHE
DIE SPEKTAKULÄRSTEN SIEGE
DIE LEGENDÄRSTEN SPIELER



riva

© des Titels »60 Jahre Champions League« (978-3-7423-0008-9)

2016 by riva Verlag, Münchner Verlagsgruppe GmbH, München | Nähere Informationen unter: <http://www.riva-verlag.de>

FC BAYERN MUENCHEN

1974



DER TÜRÖFFNER. Katsche Schwarzenbeck, Vorstopper von Beruf und nicht als Torschütze berühmt, nimmt Maß und hämmert den Ball in letzter Sekunde zum 1:1 ins Netz. Sein Tor ermöglichte das Wiederholungsspiel gegen Atletico Madrid, das die Bayern 4:0 gewannen.

Sein Tor ebnete den Weg zum Mythos FC Bayern, sein T© des Titels »60 Jahre Champions League« (978-3-7423-0008-9)

2016 by riva Verlag, Münchner Verlagsgruppe GmbH, München | Nähere Informationen unter: <http://www.riva-verlag.de>



FC BAYERN MUENCHEN

1975



© des Titels »60 Jahre Champions League« (978-3-7423-0008-9)

2016 by riva Verlag, Münchner Verlagsgruppe GmbH, München | Nähere Informationen unter: <http://www.riva-verlag.de>

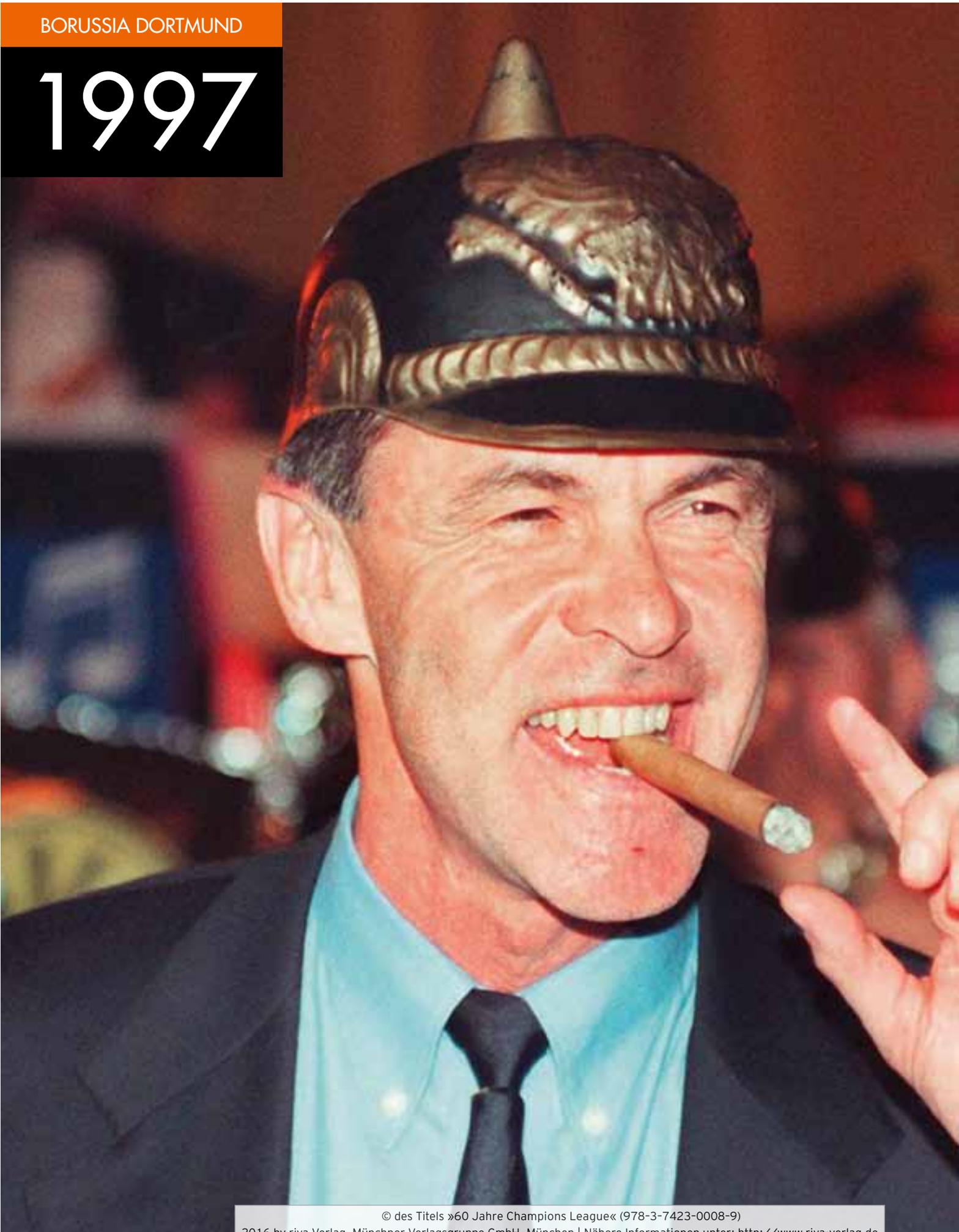


DER PROFESSOR LÄSST SICH FEIERN. Detmar Cramer, auch als Fußball-Professor bezeichnet, präsentiert auf dem Rathausbalkon in München die Trophäe nach dem Gewinn 1975. Cramer hatte Erfolgstrainer Udo Lattek abgelöst, nachdem die Bayern in der Bundesliga zu schwächeln

© des Titels »60 Jahre Champions League« (978-3-7423-0008-9) bestätigte das überragende Niveau der großen Bayern.
2016 by riva Verlag, Münchner Verlagsgruppe GmbH, München | Nähere Informationen unter: <http://www.riva-verlag.de>

BORUSSIA DORTMUND

1997



DER GENERAL. Mit Pickelhaube und Zigarre zeigt sich Ottmar Hitzfeld nach dem Triumph mit Borussia Dortmund. Sein Spitzname „General“ hat zwei Erklärungen. General Hitzfeld war ein Onkel des Trainers und befehligte einst deutsche Truppen. General wurde der Mathematiklehrer auch deshalb genannt, weil er alles generalstabsmäßig plante. So wie Dortmunds 3:1-Erfolg über das erneut unterlegene Juventus Turin.



FC BAYERN MUENCHEN

2013

DIE KRÖNUNG FÜR ROBBERY. Im ersten rein deutschen Endspiel gewinnt der FC Bayern mit 2:1 gegen Borussia Dortmund. In letzter Minute gelingt Arjen Robben nach feinem Zuspiel von Franck Ribéry der Siegtreffer für die Münchner, die erstmals in der Vereinsgeschichte das Triple gewinnen. Es ist zugleich der Abschied von Erfolg: «des Titels »60 Jahre Champions League« (978-3-7423-0008-9)

2016 by riva Verlag, Münchner Verlagsgruppe GmbH, München | Nähere Informationen unter: <http://www.riva-verlag.de>



© des Titels »60 Jahre Champions League« (978-3-7423-0008-9)

2016 by riva Verlag, Münchner Verlagsgruppe GmbH, München | Nähere Informationen unter: <http://www.riva-verlag.de>

ULRICH KÜHNE-HELLMESSEN

EUROPAS KÖNIGSKLASSE

VOM KRÄFTEMESSEN DER MEISTER ZUM MILLIONEN-BUSINESS DER TOPKLUBS

Die Idee zum Europapokal hatte die französische Sportzeitung L'Equipe. Der Grund war ganz banal: Es sollte auch mittwochs Fußball gespielt werden, um die weißen Redaktionsseiten mit spannenden Inhalten füllen zu können.

Die Idee zur Champions League hatten die beiden deutschen Agentur-Inhaber Hempel und Lenz. Der Grund war ebenso einleuchtend: Sie garantierten der UEFA und den Vereinen Millioneneinnahmen durch eine Komplettvermarktung.

Damit ist der Unterschied zwischen dem Europapokal der Landesmeister und der Champions League einfach erklärt. Aus einem rein sportlichen Wettkampf ist Big Business geworden. Aus dem Kräftemessen der europäischen Meister wurde das Millionengeschäft der Topklubs. Ausschlaggebend für die Strukturreform war die Lostrommel. Als mit Neapel und Marseille Italiens und Frankreichs Meister gleich zu Beginn gegeneinander gelost wurden, war nach Runde eins bereits ein Topklub draußen. Dieses Zufallsprinzip hat sowohl der Attraktivität als auch der Vermarktung geschadet.

Die Champions League heute: Das ist der Auflauf der Superstars, das sind ausverkaufte Stadien, Millionen von Zuschauern in ganz Europa vor den Fernsehschirmen, das ist Fußball der Extraklasse und somit das Highlight für jeden Verein, Spieler und Fußballfan.

Die gestiegene Attraktivität lässt sich durch TV-Einschaltquoten belegen. Im Jahr 2009 sahen durchschnittlich 109 Millionen Zuschauer weltweit die Live-Übertragung des Endspiels zwischen dem FC Barcelona und Manchester United. Das war bereits eine Steigerung um 74 Prozent gegenüber 2004. 2013, als der FC Bayern das rein deutsche Finale gegen Borussia Dortmund mit 2:1 gewann, wurde das Spiel bereits in mehr als 200 Ländern übertragen und durchschnittlich von geschätzten 150 Millionen Menschen verfolgt. Insgesamt wurden damit mehr als 360 Millionen Zuschauer erreicht. Das zeigt die wahnsinnige Popularität der Champions League und deutet das Geschäft an, das sich durch die Vermarktung der Fernsehrechte akquirieren lässt. Die Champions League ist 60 und attraktiver als je zuvor. Selbst ein Spiel ohne deutsche Beteiligung ist für deutsche Fußballfans von großem Interesse und ein Blockbuster für die übertragende TV-Station. Das Finale 2016, das Real und Atletico Madrid bestritten, verfolgten im ZDF 8,19 Millionen Zuschauer, 700 000 mehr als zwei Jahre zuvor beim Madrider Stadtduell.

Blicken wir noch einmal zurück auf die Anfänge. Auf Einladung von L'Equipe-Journalist Gabriel Hanot kamen am 2. April 1955 15 Klub-Vertreter in Paris zusammen und beschlossen den Europapokal der Landesmeister. Und über die FIFA, die dem neuen Pokalwettbewerb den Segen gab,



DER REKORDCHAMPION. Zum elften Mal holte Real Madrid den Titel, fährt hier nach dem Triumph 2016 im Bus durch Spaniens Hauptstadt.

© des Titels »60 Jahre Champions League« (978-3-7423-0008-9)

2016 by riva Verlag, Münchner Verlagsgruppe GmbH, München | Nähere Informationen unter: <http://www.riva-verlag.de>

bekamen die Vereine schließlich auch die UEFA mit ins Boot. Denn der Weltverband verpflichtete seine kleine europäische Schwester, den Meisterpokal zu organisieren. Kein halbes Jahr später startete der erste Landesmeister-Pokalwettbewerb mit 16 Klubs. Chelsea, das sich zunächst interessiert zeigte, nahm auf Druck des englischen Verbandes ebenso wenig teil wie der russische Meister. Die Niederlande schickten nicht die Profis von „Holland Sport“, sondern Philips Eindhoven. Aber der deutsche Meister Rot-Weiss Essen war ebenso unter den 16 Starterteams vertreten wie das Saarland mit dem 1. FC Saarbrücken. Beide aber scheiterten in Runde eins.

Sporting Lissabon und Partizan Belgrad gaben am 4. September 1955 den Startschuss zu einer einzigartigen Erfolgsgeschichte. Real Madrid sorgte dafür, dass sich der Meisterscup schnell etablierte. Die fünf Siege zum Auftakt

– von 1956 bis 1960 – weckten Begehrlichkeiten. Der Wettkampf der Besten animierte Sportler wie Zuschauer. Danach dominierten Benfica sowie die beiden Mailänder Klubs Milan und Inter. In den 70ern war es Ajax Amsterdam und der FC Bayern. Anschließend der FC Liverpool und erneut der AC Mailand, ehe das Pendel erneut Richtung Spanien ausschlug. Im neuen Jahrhundert dominieren der FC Barcelona und Real Madrid, die sich je viermal den Titel holten.

Wie groß die Leistungsdichte der europäischen Ligen und Schauplätzen ist, belegen auch nachfolgende Zahlen: Von den bisher 60 ausgetragenen Endspielen gingen 16 in die Verlängerung. Fünfzehnmal endete ein Endspiel mit dem Ergebnis von 1:0, zehnmal mit 2:1. Zehn Endspiele wurden durch Elfmeterschießen entschieden und einmal gab es ein Wiederholungsspiel. Das war 1974 und der Sieger hieß





DAS DUELL DER BESTEN. Bayern München gegen Real Madrid, Cristiano Ronaldo gegen Philipp Lahm – das sind die Zweikämpfe, die die Fans faszinieren.

FC Bayern München, der nach dem 1:1 im Finale von Rotterdam zwei Tage später gegen Atletico Madrid mit 4:0 gewann.

Es war der Auftakt einer Münchner Dominanz mit drei Titeln in Serie, wie es sie seit Einführung der Champions League nicht mehr gibt. Obwohl der FC Bayern seit 2010 dreimal das Finale und sechsmal das Halbfinale erreichte und sich damit unter den Top vier Europas etabliert hat, gelang keiner Mannschaft seit 1992 eine Titelverteidigung. Auch das spricht für den neuen Modus, für die Leistungsdichte und für das unberechenbare Spektakel, das Mittwoch für Mittwoch auf Europas Schauplätzen geboten wird. Die Champions

League sorgt nicht nur für europäische Transparenz und direkte Vergleichsmöglichkeiten, sondern hat den europäischen Fußball auf ein neues Niveau gehoben.

Das war nicht immer so. In den 80er Jahren dümpelte der Europapokal vor sich hin. Als der FC Bayern den russischen Rekordmeister Dynamo Kiew zu Gast hatte, verloren sich gerade einmal 8 000 Zuschauer im weiten Rund des Olympiastadions. Taktisches Ballgeschiebe sowie die Perfektion der Abseitsfalle machten das Spiel so unattraktiv, dass die Zuschauer ausblieben, die Fernsehsender keine Quoten und die Vereine kein Geld machten. Auch Live-Spiele waren keine Selbstverständlichkeit. Das Jahrhundertspiel, das

7:1 von Borussia Mönchengladbach gegen Inter Mailand mit dem legendären Büchsenwurf gegen Stürmer Boninsegna, blieb den deutschen TV-Zuschauern verwehrt. Erst als die Vereine die UEFA unter Druck setzten und mit der Gründung einer eigenen Europaliga drohten, reagierte Präsident Lennart Johansson. Klaus Hempel, der mit Jürgen Lenz zuvor

für die ISL gearbeitet und die Agentur T.E.A.M in Luzern gegründet hatte, setzte sich gegen sechs Mitbewerber durch. Die Champions League (inclusive des Namens) ist ihre Erfindung.

Der größte Unterschied zum Europapokal: ein einheitliches CI mit einer zentralen Vermarktung. Klubs, die erstmals in



EINHEITLICHES CI. Sogar der Weg zum Finale wird beschrieben – wie hier in Barcelona vor dem Halbfinalspiel gegen die Bayern im Jahr 2015.

der Champions League antreten, wundern sich noch heute über die Heerscharen, die vor einem Heimspiel einfallen und das Stadion umbauen. Sämtliche Vereinswerbung wird abgehängt und abgedeckt, stattdessen die einheitlichen Champions League-Sponsoren präsentiert. Hempel: „Exklusivität erzeugt Wertigkeit. Die Regel, dass wenige Sponso-



DER BALL. Sogar der Ball trägt das Logo. Und für das Finale gibt es noch ein Extradesign.

ren viel Geld bezahlen, hat uns zum Durchbruch verholfen.“ Das neue Konzept war auf das Fernsehen ausgerichtet, vor allem auf die größten Fernsehmärkte Deutschland, Frankreich, Italien, Spanien und England. Vereine und Sender konnten sich nicht mehr ihre Sponsoren aussuchen, sondern mussten Werbepattformen bereitstellen, zentral vermarktet von Hempels Agentur. „Das war ein Aufschrei. Dass sie unser Format ohne Abstriche akzeptieren müssen.“ Der sich verändernde TV-Markt mit dem Privatfernsehen ermöglichte auch diese Revolution. Der Fußball war nicht mehr abhängig von den öffentlich-rechtlichen Fernsehsendern, sondern war verlockendes Mittel der Privaten, um Quoten zu machen. So landete die Champions League anfangs bei RTL und später auch im exklusiven Pay-TV.

Die größte sportliche Veränderung war die Einführung der Gruppenspiele. So wurde gewährleistet, dass die Mannschaften aus den TV-trächtigen Nationen nicht in der ersten Runde ausscheiden konnten, sondern mindestens sechs Spiele in der Königsklasse austrugen. Aus diesen fünf Ländern generiert die Champions League 80 Prozent der TV- und Werbemillionen.

Einschneidend sind bis heute die stringenten Vorgaben und Ablaufpläne sowie die Vereinheitlichung der Erscheinungsbilder: einheitliches Logo, Trainer in Anzügen, Jugendliche mit schwenkendem Sternenbanner und eine einheitliche Hymne in den drei Sprachen der UEFA: „Ils sont les meilleurs! – Sie sind die Besten! – These are the champions! – Die Meister, die Besten! – Les grandes Équipes! – The champions!“

Bei der EM 1992 in Schweden hatte Hempel den englischen Komponisten Tony Britten beauftragt, eine feierliche,

eigenständige Hymne zu kreieren, wie das Halleluja von Händel. Hempel in einem Interview mit dem Berliner Tagespiegel: „Noch heute läuft mir jedes Mal ein Schauer über den Rücken, wenn ich diese Hymne höre.“ Sie ist das akustische Signal für eine Liga, die seit 1992 für Furore sorgt, Jahr für Jahr neue Bestmarken aufstellt und sich auch zu einem existenziellen Wirtschaftsfaktor für die Vereine entwickelt hat. Denn die UEFA garantiert den Vereinen feste Einnahmen, die in jedem Budget eine dominante Rolle einnehmen. Diese Garantiesumme war für die Agenturgründer Hempel und Lenz zu Beginn die größte Hürde. 150 Millionen Mark sollten sie für die ersten zwei Jahre aufbringen und den Vereinen garantieren. Die deutschen Gründerväter kontaktierten Industrielle wie Rudolf Oetker und Otto Wolf von Ame-

rungen und konnten mit ihrem Konzept überzeugen. Das hohe Risiko hat sich ausgezahlt, die Champions League wurde zu einer Gelddruckmaschine – für Hempel und Lenz, für die UEFA, für die Vereine. Lag der Vermarktungsumsatz noch 1992 bei rund 85 Millionen Mark, so waren es zehn Jahre später schon eine Milliarde, inzwischen sind es 1,75 Milliarden, und das wohlgernekt in Euro und nicht mehr in D-Mark. 75 Prozent davon werden an die teilnehmenden Klubs ausgeschüttet. Wer die Gruppenphase erreicht, erhält eine Antrittsgage von zwölf Millionen Euro. Pro Sieg gibt es 1,5 Millionen Euro, für ein Unentschieden 500.000 Euro. Für den Einzug ins Achtelfinale werden 5,5 Millionen gezahlt, für das Viertelfinale sechs, für das Halbfinale sieben Millionen. Der Sieger kassiert noch einmal 15 Mil-



FEIERTAG IN MÜNCHEN. Spiel für Spiel lassen sich die Fans eine neue Choreografie einfallen, wie hier beim Halbfinale 2016 gegen Atletico Madrid.

tionen. Neben diesen Prämien gibt es den Marktpool, aus dem Werbe- und TV-Einnahmen ausgeschüttet werden und der sich nach einem komplizierten Schlüssel errechnet. Dazu kommen für jeden teilnehmenden Verein noch die Zuschauereinnahmen.

Für die großen Klubs ist die Champions League längst ein unverzichtbares Millionengeschäft. Als Bayern München 2002 in der ersten Gruppenphase ausschied, herrschte beim Vorstandsvorsitzenden Karl-Heinz Rummenigge Katerstimmung. „Es ist für das Image des FC Bayern, für den sportlichen Bereich, eine absolute Enttäuschung. Aber es ist auch finanziell gesehen ein großes Loch, das da hinterlassen wird und das wir jetzt zu schließen haben.“ Als Bayern die Einnahmen aus der Champions League gefährdet sah, mussten Trainer wie Felix Magath, Jürgen Klinsmann oder zuletzt Louis van Gaal vorzeitig gehen. Platz drei in der Bundesliga ist für das sieggewohnte Münchner Erfolgsensemble existenzielle Pflicht, um die Vielzahl hochbezahlter Stars überhaupt finanzieren zu können.

Einnahmen von mehr als 50 Millionen Euro aus der Champions League sind fest eingeplant und bedeuten bei einem Umsatz von über 500 Millionen Euro immerhin zehn Prozent des Gesamtbudgets.

Der Europapokal, der seit 1992 Champions League heißt, ist nun 60 Jahre alt. Ein Alter, in dem sich Otto Normalverbraucher mit dem Ruhestand beschäftigt und sein Arbeitsleben langsam ausklingen lässt. Die Champions League aber ist wie ein Jungbrunnen, so quirlig, so erfolgreich, so attraktiv wie nie zuvor. Nicht umsonst wird sie die Königsklasse genannt. Und nicht umsonst sagt Ottmar Hitzfeld im Interview (siehe ab Seite 70), dass ein Triumph in der Champions League höher zu bewerten sei als ein Weltmeister-Titel. Wie wichtig der Stellenwert heute ist, zeigt die Haltung des FC Bayern. Da ist es nicht genug, dass Pep Guardiola in seinen drei Münchner Jahren dreimal die Meisterschaft gewonnen hat. Das Erfolgsdenken ist fokussiert auf den europäischen Titel. Als Nachfolger des spanischen Erfolgstrainers haben sie einen Italiener nach München geholt. Der hat immerhin schon dreimal die Champions League gewonnen, mit zwei Vereinen und zwei Ländern. Der deutsche Meistertitel ist für die Münchner längst lieb gewordener Alltag. Der Gewinn der Champions League aber die Krönung einer Saison.



AUTOR

ULLRICH KÜHNE-HELLMESSEN

(Jhg. 1957) ist Autor und Herausgeber von über 60 Sportbüchern. In 2016 sind die Titel „HANDBALL-WUNDER“, „100 x VERRÜCKTE BUNDESLIGA“ und „4EVER“ im riva Verlag erschienen, dazu die Ereignisbücher zur EURO 2016, zu OLYMPIA 2016 und zu den PARALYMPICS 2016. Dazu gehören auch Biografien über Franz Beckenbauer, Rudi Völler, Matthias Sammer oder Mario Basler sowie diverse Sachbücher. Die drei Bände „VERRÜCKTER FUSSBALL“ haben sich in mehreren Auflagen über 200 000 Mal verkauft. Der Hobby-Golfer (Hdcp. 20) war Sportkoordinator bei der Nachrichtenagentur dapd, geschäftsführender Chefredakteur beim Sportverlag Europa, Chefredakteur Sport beim Blick in Zürich, stv. Sportchef bei BILD, Chefreporter bei Sport-Bild, leitender Redakteur beim Kicker und lernte Journalismus beim Westfalen-Blatt in Bielefeld und hat sich mit der Firma SPOBUCOM auf die Produktion von Sportbüchern spezialisiert. Sternstunden der Champions League erlebte er hautnah im Stadion. So war er live dabei, als Dortmund über Juventus Turin triumphierte oder Bayern München den Sekundentod gegen Manchester United erleben musste. Und er war an der Seite von Rudi Völler, als der Stürmer mit Olympique Marseille den europäischen Titel gewann. „60 JAHRE CHAMPIONS LEAGUE“ ist deshalb ein authentisches Werk und vermittelt die Highlights dieses Wettbewerbs hautnah.