

Quickonomy

Nachrichten



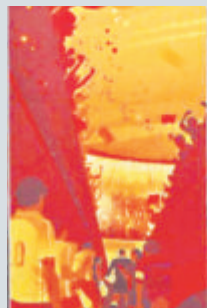
Immer am Ball 6
Fußball-EM 2008 – welche Technologien werden aus heutiger Sicht den Fan begleiten? Ein Blick in die Zukunft.

Der Kampf um Inhalte 10
Die Consumer Electronics Show war eine Show der Gadgets. Im Hintergrund schwelt jedoch ein neuer Formatstreit.

Das Spiel mit dem Ölhaun 13
Der Westen hängt unangenehm fest am Gängelband russischer Konzerne.

Straße schlägt Wohnzimmer 1:0 14
Mit einer Lizenz in der Tasche darf jeder zur EM 2008 Public Viewing betreiben.

Kinder, Küche, Karriere 30
Das Kindergeld erweist sich als frauenpolitischer Flop. Jetzt kümmern sich Personalberater um Beruf und Familie.



Standards

Zahlenspiel 12
Special Innovation ab 17
Dossier ab 25
Reaktionen auf *economy* 31
Frage der Woche 31
Consultant's Corner 32

IMPRESSUM

Economy Verlagsgesellschaft m.b.H., 1010 Wien, Gonzagagasse 12/13
Herausgeber (gf): Christian Czaak
Chefredaktion: Thomas Jäkle (jake)
Redaktion: Christian Ellison, Mario Koepl, Klaus Lackner (kl), Antonio Malony, Alexandra Riegler, Jakob Steuerer, Hannes Stieger, Christine Wahlmüller (cwm)
Autoren: Beatrix Beneder, Klaus Federmaier, Lydia J. Goutas, Michael Liebminger, Gregor Lohfink, Jean François Tanda
Illustrationen: Kilian Kada, Carla Müller
Titelbild: epa
Produktion und Artdirektion: Tristan Rohrhofer
Lektorat: Elisabeth Schöberl
Webredaktion: Klaus Lackner

Druck: Luigard, 1100 Wien Druckauflage: 30.000 Stück
Internet: www.economy.at E-Mail: office@economy.at
Tel.: +43/1/253 11 00-0 Fax: +43/1/253 11 00-30

Alle Rechte, auch nach § 44 Abs. 1 Urheberrechtsgesetz:
Economy Verlagsgesellschaft m.b.H.
Abonnement: 50 Euro, Studentenabo: 30 Euro
Probeabo: 10 Euro; abo@economy.at



Offenlegung nach § 25 Mediengesetz

Medieninhaber: Economy Verlagsgesellschaft m.b.H.
Gesellschafter: Christian Czaak (51 Prozent), Johannes Unger (49 Prozent)
Geschäftsführung: Christian Czaak

Blattlinie: *economy* ist eine liberale Zeitung. Auf Basis einer sozialen und bildungsfördernden Marktwirtschaft tritt *economy* für einen internationalen wettbewerbsfähigen Forschungs- und Wirtschaftsstandort Österreich ein. *economy* spricht Entscheiderinnen und Entscheider von heute und morgen an, die fundierten und unkonventionellen Journalismus in Verbindung mit informativem Lesespaß und unternehmerischem Nutzen schätzen. *economy* ist unabhängig von allen politischen Parteien und allen sonstigen Interessengruppen.

Unternehmensgegenstand: Herstellung, Herausgabe, Verlag und Vertrieb von Druckwerken aller Art und hier insbesondere der Zeitung *economy* sowie elektronischen Medien, allen voran jene im Internet. Die Gesellschaft ist zu allen Handlungen, Geschäften und Maßnahmen berechtigt, die zur Erreichung des Gesellschaftszweckes förderlich erscheinen, etwa der Errichtung und dem Betrieb von Zweigniederlassungen im In- und Ausland.

Vertragspoker: Ein Bluff zu viel – Millionenzahlungen drohen

Auf die falsche Karte gesetzt

Ein Gerichtsurteil enthüllt fragwürdiges Geschäftsgebahren der Fifa.

Jean François Tanda Zürich

Verfälschte Tonbandaufnahmen, rückdatierte Verträge, Lug und Trug. Eine New Yorker Richterin erhebt schwere Vorwürfe gegen den Weltfußballverband Fifa unter Präsident Joseph „Sepp“ Blatter – bevor sie einen 195 Mio. US-Dollar (149,1 Mio. Euro) schweren Sponsoring-Vertrag für ungültig erklärt, den die Fifa mit dem Kreditkartenunternehmen Visa Card per 1. Jänner 2007 unterzeichnet hatte. Stattdessen soll der langjährige Fifa-Hauptsponsor am Ball bleiben: Visa-Konkurrent Mastercard.

Das 125-seitige Urteil vom 7. Dezember 2006 erwirkt hat Mastercard. Es hatte die Fifa wegen Verletzung von Treu und Glauben verklagt. Entgegen einer Exklusivitätsklausel im bisherigen Sponsoring-Vertrag verhandelte die Fifa mit Mastercard größtem Konkurrenten: Visa.

Das Urteil enthüllt, wie die Fifa mit Geschäftspartnern umgeht: Acht Monate zuvor hatte sie ihrem bisherigen Hauptsponsor Mastercard per Mail bestätigt: „We are done!“. Alles sei geregelt. Mastercard erhielt den Zuschlag für einen Sponsoring-Vertrag. Das ist lukrativ: So konnten zum Beispiel Fußballfans Eintrittskarten für die letztjährige Fußball-Weltmeisterschaft in Deutschland nur online kaufen – und ausschließlich mit Mastercard. Weitere 180 Mio. US-Dollar also wollte Mastercard bezahlen, um auch 2010 bei der WM in Südafrika sowie bei der WM 2014 in einem noch nicht bestimmten Land in Südamerika exklusiver Sponsor zu sein.

Am Montag, 5. Dezember 2005, sollte in Zürich das Fifa-Exekutivkomitee als drittes und



Kartenspiele des Weltfußballverbandes Fifa – nun hat man Ärger mit zwei Kreditkartenunternehmen. Foto: dpa/dpaweb/A3471 Boris Roessler

letztes Fifa-Gremium diesen neuerlichen Deal besiegeln. Offenbar geschah das auch. Fifa-Vizepräsident Julio Grondona jedenfalls äußerte sich kurz danach öffentlich zur Vertragsverlängerung. Doch gleichzeitig erhielt auch Visa frohe Kunde aus Zürich: Fifa-Präsident Blatter wünsche, dass Visa Hauptsponsor werde.

Erinnerungslücken

Heute wissen nur noch Augen- und Ohrenzeugen, was in jener Sitzung im Dezember wirklich geschah. Die Beweismittel sind verfälscht. Die Sekunden auf dem Tonband, in welchen das Exekutivkomitee die Sponsoring-Verträge diskutierte, sind unkenntlich. „Die Fifa konnte nicht erklären, wie die mysteriöse Lücke in die Tonaufzeichnung kam“, hält die New Yorker Richterin fest. Es sei die einzige Stelle der Aufnahmen, in der der Ton ausfalle. Die Fifa habe auch nicht erklären können, warum sich die schriftlichen Aufzeichnungen der Sitzung von den Tonaufzeichnungen unterschieden.

Drei Monate nach der Sitzung vom Dezember und kurz nachdem Visa seine Offerte in letzter Sekunde auf 195 Mio. US-Dollar hochgeschraubt hatte, vergab das Fifa-Exekutivkomitee die Sponsoring-Rechte

plötzlich an Visa. Fifa und Visa unterschrieben den Vertrag. Wann genau, ist nicht ganz klar, denn es gibt zwei Versionen des Dokumentes: Die zwei Unterschriften von Visa-Präsident Rodrigues unterscheiden sich, fällt der New Yorker Richterin auf. Der Originalvertrag im Besitz von Visa ist auf den 6. April 2006 datiert. Zwei Tage zuvor hatte Mastercard per Fax bei der Fifa protestiert. Merkwürdig ist darum, dass der Sponsoring-Vertrag, den die Fifa an das New Yorker Gericht geschickt hatte, das Datum vom 3. April 2006 trägt, dem Tag vor dem Mastercard-Fax.

Die New Yorker Richterin annullierte den Vertrag und sprach die Sponsoring-Rechte Mastercard zu. Die Fifa hat gegen das Urteil Berufung eingelegt. So ist zurzeit weder der Sponsoring-Vertrag mit Visa in Kraft noch jener mit Mastercard. Visa ist verärgert, der Fifa drohen hohe Schadenersatzforderungen: „Wir prüfen alle Optionen“, sagte Visa-Sprecher Michael Sharman. Sollte am Ende doch Mastercard unterliegen, drohen der Fifa Geldforderungen von dort.

In der Jänner-Ausgabe des offiziellen Fifa-Magazins klafft an Stelle des Logos eines Kreditkartenunternehmens eine große, weiße Lücke.

Fortsetzung von Seite 1

bewilligten Kunstrasenprojekte im Rahmen der Initiative „In Afrika mit Afrika gewinnen“ führt das niederländische Unternehmen Greenfield aus. Und das bei mehr als 20 Lizenznehmern. „Greenfield haben als Einzige Offerte eingereicht“, sagt Fifa-Sprecher Herren. Bei einer weiteren Vergabe habe ein anderer Lizenznehmer den Zuschlag erhalten. Bei der dritten Runde sei Greenfield massiv billiger als Polytan gewesen und habe darum erneut den Vorzug erhalten.

Die Überwachung

Die Rasenhersteller sind nicht die Einzigen, die sich bei der Fifa einkaufen müssen, um Geschäfte zu tätigen. Die Kunstrasenplätze müssen – je nachdem, ob es sich um Zwei-Sterne-

oder Ein-Sterne-Felder handelt – jährlich oder alle drei Jahre geprüft werden, bevor Präsident Blatter den Stadionbetreibern namens der Fifa das Zertifikat ausstellt: ein vierfarbiges für Zwei-Sterne-Felder, ein zweifarbiges nur für Ein-Sterne-Rasen. Zweck der Prüfung sei es, „den Top-Zustand des Rasens und damit die Sicherheit der Spieler zu gewährleisten“, sagt Fifa-Sprecher Herren. Die Fifa schreibt vor, dass diese Prüfung nur Fifa-zertifizierte Institute vornehmen dürfen. Kostenpunkt für den Stadionbetreiber: zwischen 8000 und 9000 Euro pro Test. Laut Brancheninsidern zeigen sich die Stadionbetreiber über die jährliche Prüfungspflicht erstaunt.

Der Fifa selber ist das wohl auch zu viel – jedenfalls, wenn es sie selber betrifft. So schenkt sie den Landes-Fußballverbän-

den aus den ärmeren Regionen im Rahmen des Fifa-„Goal“-Entwicklungsprogrammes überwiegend Ein-Sterne-Rasen. Nicht nur müssen diese nur alle drei Jahre neu überprüft werden; sie sind auch billiger: Ein Zwei-Sterne-Feld kostet zwischen 1 und 1,5 Mio. Franken, der Preis für ein Ein-Sterne-Kunstrasenfeld liegt hingegen um 30 bis 40 Prozent tiefer.

Während sich die Fußballfunktionäre um Blatter am Plastikgras erfreuen, wehren sich Fußballspieler und ihre Trainer gegen den künstlichen Belag. Es sei eine Unverschämtheit, Spiele auf solchem Boden zuzulassen, schimpfte etwa Bayern Münchens Trainer Felix Magath vor dem Auswärtsspiel bei Spartak Moskau. Denn, so stellte Stürmerstar Roy Makaay fest: „Der Ball rollt ganz anders.“ Das gilt auch für den Rubel.