



© AP/WideWorld/Khalil Khatib/Anadolu

So wirbt es sich mit der umstrittenen WM

Am kommenden Sonntag wird die Fußballweltmeisterschaft in Katar eröffnet. Wie gehen Sponsoren mit dem problematischen Event um?

•• Von Georg Sander

Die Fußballweltmeisterschaft 2022 in Katar ist umstritten wie kaum eine andere, auch wenn sich Sportgroßereignisse und autokratische Regime selten ausschlossen. Das war vor langer Zeit so, und Olympia fand 2022 ebenso in China statt wie

die letzte WM 2018 in Russland. Korruptionsvorwürfe rund um die Vergabe der Großereignisse begleiten die FIFA schon seit Jahren. Katar steht zudem wegen der Menschenrechtslage im Negativfokus: Auf den WM-Baustellen sollen Tausende Gastarbeiter umgekommen sein. Homosexualität wird in dem Land, in dem die Scharia gilt, strafrechtlich verfolgt.

Dass ein Land in der Größe von Oberösterreich darüber hinaus vielleicht zu klein für ein derartiges Großereignis ist, beweisen Containerdörfer und Shuttleflüge aus dem Umland für Fans.

Globale Partner verloren
Seit der Kür von Russland und Katar als Ausrichter der WM 2018 und 2022 kam es zum Rumoren rund um und bei den Sponsoren.

2014 in Brasilien waren Adidas, Coca-Cola, Emirates, Hyundai/Kia, Sony und Visa FIFA-Partner, wie die höchste Kategorie heißt. Internationale Sponsoren waren Anheuser-Busch, Castrol, Continental, Johnson & Johnson, McDonald's, Moy Park, Oi und Yingli. Schon rund um die WM in Russland zogen sich einige Unternehmen zurück. Und die Sponsoringlandschaft ver-