



# Fußball, eine ganz besondere Spezies

Kaum eine Sportart hat so korruptionsanfällige und gewalttätige Begleiterscheinungen.

## Kommentar

••• Von Dinko Fejzuli

WAS TUN? In seinem dieswöchigen Kommentar in medianet zur aktuellen Fußball-WM thematisiert IP Österreich-Chef Walter Zinggl die Frage, wie TV seine Stärken ausspielen kann, aber er sagt auch: „Im Emirat geht es nicht nur um Tore und Spannung. Es geht um die großen Themen unserer Zeit: Klimaschutz, Menschenrechte, Weltpolitik, Gaslieferungen, Presse- und Religionsfreiheit. Für TV-Macher sind die Fußballfestspiele in jeder Sicht eine Herausforderung, die schon im Vorfeld mit Bravour gemeistert wurde.“

Bis auf den letzten Teil würde ich der Analyse von Zinggl voll zustimmen.

Dieses Sportereignis hat es vermutlich tatsächlich geschafft, mehr Menschen für das Thema Fußball zu interessieren, als die Weltmeisterschaften bisher.

Zum einen, weil nun endlich auch Frauen als Schiedsrichter bei so einem Mega-Event eingesetzt werden, aber vor allem, weil es bei dieser WM tatsächlich um *mehr* geht, als um Fußball.

Und da hat Zinggl schon recht: Es geht um die Frage, was alles im Vorfeld passiert ist, damit diese Fußball-WM in unseren Winter verlegt werden konnte, damit sie praktisch in einem Land, welches keine Fußballtradition hat, stattfinden konnte, und vor allem geht es um die Frage, wie viele Kollateralschäden man im Interesse von Macht, Geld und dem Ego einiger weniger Männer in Zeiten wie diesen hinnehmen darf, bevor all diese Dinge kritisch hinterfragt werden.

## Hooligans, Gewalt und Korruption

Und in der Tat: Auch ohne die WM in einem Land, wo die Stadien klimagekühlt sein müssen, haftet Fußball bereits der Ruf an, wohl die gewalttätigsten Fans zu haben und die korrupteste Organisationsführung, und so muss man sich die Frage stellen, welche Rolle die Medien hier als Watchdog übernehmen müssen, um auf all das noch mehr hinzuweisen.

Im Fall von Katar hat das gut funktioniert. Denn kaum jemand wird sich das Spektakel ansehen, ohne auch all die anderen Dinge im Kopf zu haben.

”

*TV wirft einen holistischen Blick auf das Großereignis, klärt auf, macht Hintergründe und Zusammenhänge verständlich und bringt alle Aspekte auf die Bildschirme.“*

## Zitat des Tages

Walter Zinggl,  
CEO IP Österreich



© Droemer Knaur Verlag

## BUCHTIPP

# Schmutziges Geschäft

AUFRÜTTELND. „FIFA-Mafia“ erzählt von schmutzigen Wahlkämpfen, schmutzigen WM-Vergaben, den hilflosen Sponsoren und der teils manipulativen, teils opportunistischen Politik. Der Weltfußball als ein einziger, gigantischer Interessenskonflikt. Thomas Kistner, Sportredakteur der SZ, berichtet seit mehr als 20 Jahren über die kriminellen Machenschaften im und um das Milliardenunternehmen FIFA.

Droemer Verlag; 432 Seiten;  
ISBN: 3426275864

## Doppelter Neuzugang bei e-dialog

Geballte Expertise: Stephanie Mauerer und Rupert Tonn verstärken das Team.

WIEN. e-dialog, Full Service-Agentur und Digital-Experte für Data Driven Marketing, verstärkt sich auf Director Level. Mit Stephanie Mauerer und Rupert Tonn holt sich die international tätige Agentur zwei erfahrene Profis ins Boot und wertet damit deren holistische Kundenberatung und Business Development auf. „Mit Stephanie Mauerer und Rupert Tonn konnten wir zwei ausgewiesene Experten für unser Team gewinnen. Bereits über 95 digitale Talente arbeiten bei uns täglich an tollen Projekten für namhafte Kunden. Mit den beiden fokussieren wir die strategische Kundenbetreuung und die langfristige und nachhaltige Entwicklung in Deutschland, Österreich und der Schweiz“, freut sich e-dialog-Gründer und Geschäftsführer Siegfried Stepke über die jüngste Verstärkung.

### Leidenschaft für digitales Marketing

Stephanie Mauerer leitet zukünftig das Strategic Consulting und die Prozessoptimierung für die e-dialog Key Accounts. Dabei bringt sie ihre Leidenschaft für den Bereich Digitales Marketing und ihre langjährige Erfahrung im effektiven Umsetzen



Neu an Bord: Rupert Tonn und Stephanie Mauerer.

von Kampagnen mit ein. Rupert Tonn steuert für e-dialog mit Expertise und Marktkenntnis den Bereich Business Development. Der in der Marketing- und Werbebranche erfahrene Experte kombiniert als Senior Director Ad Tech digitale Strategie und Multi-Channel-Ansatz für Agentur und Kunden sowie die Neugeschäftsentwicklung. (red)