



„Die Leute wollen Helden“, sagt Beckenbauer-Manager Marcus Höfl. Der Tennisschläger in der Ecke ist ein Geschenk von Boris Becker. Der Vertrag mit ihm ist beendet.

Fotos Helmut Fricke, Imago

Im Porträt: Marcus Höfl

Des Kaisers General

Marcus Höfl versilbert die sportlichen Erfolge seiner Klienten. Sein Zugpferd ist Franz Beckenbauer, sein liebster Star Maria Riesch.

VON GEORG MECK

Wie war das noch mal mit Hund und Herrchen? Wenn stimmt, was Psychologen behaupten, gleichen sich die beiden im Laufe der Zeit immer mehr an. Wäre der Vergleich nicht respektlos, beschriebe er recht gut das Verhältnis des Mannes, um den es hier gehen soll, zu seinem Herrn, dem er seine berufliche Existenz verdankt: Marcus Höfl, ein 36 Jahre alter Stenz, tritt auf wie Franz Beckenbauer, 65 - nur in jung.

Höfl kennt „den Franz“, wie er ihn nennt, seit er ihm mit ungefähr drei Jahren daheim zum ersten Mal begegnet ist. Heute ist er dessen Schatten, sein Manager und Generalvermarkter, der Mann also, der das Produkt „Lichtgestalt“ bewirtschaftet, ein wertvolles Gut wohlgekerkt: Das Angebot ist winzig (es gibt nur einen Kaiser), die Nachfrage immens.

Das treibt den Preis und erübrigt die Akquise. Agent Höfl muss seine Ware nicht feilbieten, er teilt zu. Das verschafft Macht. „Franz könnte jeden Tag woanders auftreten“, sagt der Sportmanager, der mit seiner in Kitzbühel ansässigen Firma MHM (Marcus Höfl Management) auch schon Boris Becker betreut hat. Er hat neben anderen Matthias Sammer im Sortiment und Maria Riesch, die grandiose Skifahrerin, mit der er inzwischen verlobt ist: „Maria ist die beste Frau, die ich mir vorstellen kann.“ Im April wird geheiratet; mit Kirche, Kutsche und allem drum und dran, so war es jüngst einem ganzseitigen „Bild“-Interview zu entnehmen.

Zum ersten Mal wird Höfl, der sich auskennt mit den Tücken des Boulevards, selbst zum Gegenstand der Berichterstattung. Ein riskantes Spiel für einen Unternehmer. Auf die Meldung, wie er den Marktwert seines Skistars Riesch nach zwei Goldmedaillen einschätzt, folgte rasch die Überschrift: „Ja, es ist Liebe“. Zuerst aber war das Geschäft.

Höfl verspricht seinen Stars Rundum-sorglos-Pakete; er positioniert sie

in den Medien, organisiert PR-Events, verschafft ihnen Werbeverträge, begleitet sie während der gesamten Karriere und darüber hinaus - und immer mit Franz Beckenbauer, dem Kaiser, als Referenz. Kein Großer des Sportes hat seinen Ruhm nach der aktiven Laufbahn derart gehalten und monetarisiert. „Die Leute wollen Helden“, sagt Höfl. Den Stoff liefert er und kassiert dafür Provision, irgendwas um die 20 Prozent sind in der Branche üblich.

Nach dem Tod des schier ewigen Beckenbauer-Managers Robert Schwan, jenes Mannes, der den Fußballer einst aus Giesing in die Welt hinaus getragen hat, beginnt Höfl 2002 als eine Art besserer Assistent des Kaisers. Er organisiert Termine, begleitet ihn auf Reisen. In Stoßzeiten wie während der WM 2006 heißt das: Er klebt 330 von 365 Tagen an ihm. „Wir haben 46 von 64 WM-Spielen angeguckt, und am Abend im Hotel nicht immer gewusst, was wir gesehen haben.“

So viel Nähe färbt ab, Höfl nimmt Züge Beckenbauers an. Gerten-schlang wie der junge Kaiser ist er sowieso. Dazu Sportlerfigur und Gentleman-Blick. Frauen mögen das. Mimik und Gestik ahmen Beckenbauer nach,

das „i“ zieht er genauso lang. „Gut, sicherlich“, beginnt Höfl seine Sätze mit kaiserlicher Präzision. Hinter seinem Schreibtisch künden Fotos von Beckenbauers aktiver Zeit. Wie er den WM-Pokal hochreckt, 1974 in München. Marcus Höfl ist da gerade ein Jahr alt, geboren in Bad Reichenhall, wo sein Vater, selbst einst Spitzensportler, damals die Nationalmannschaft der Eisschnellläufer trainiert.

Von dort ziehen die Höfls nach Herzogenaurach, zu Adidas. Der Konzern gehört in jenen Tagen noch Familie Dassler. Die befiehlt damals keine globale Marketingmaschine mit ausge-



„Ja, es ist Liebe“: Höfl mit Maria Riesch

lagerter Produktion in Asien, sondern beschäftigt leibhaftige fränkische Schuster. Wer als Sportler etwas geleistet hat, wird hier nach der Karriere versorgt. Wie in einer großen Familie eben. Nur mit dem abgespaltenen Zweig, dem Rivalen Puma, will man nichts zu tun haben. Alles gibt es zweimal in Herzogenaurach: Marcus Höfl geht in die Adidas-Klasse, kickt im Adidas-Verein, hat Adidas-Freunde. Und verkehrt in seinem Elternhaus schon früh mit den Helden des Sports, inklusive Beckenbauer und dessen kaufmännischer Weggefährten, Robert Schwan und Wurstfabrikant Rudi Houdek. „Meine Vorbilder bis heute, total praxisorientierte Typen“, sagt Marcus Höfl. Was liegt da näher, als selbst zu versuchen, das Geld mit Sport zu verdienen?

Als Fußballer reicht es nur bis nach Vestenbergsgreuth und Unterhaching, dritte Liga. Also sucht Höfl einen schnelleren Weg in den Beruf. In München absolviert er ein einjähriges Studium zum Kommunikationswirt. Mit 22 macht er sich selbständig, mit einer Agentur für Sportmarketing. Erster Kunde ist der Brauer des Erdinger Weißbiers, damals Sponsor des FC Bayern München. Der Jungspund profitiert vom sozialen Aufstieg, den der Fußball nimmt. Mit den neuen Stadien kommen die Manager in die Logen. „Fußball ist heute ein gesellschaftliches Ereignis, Fußball überstrahlt alles“, tönt Höfl und doziert über die Marktgesetze dies- und jenseits des Rasens. „Fußball ist die einzige Sportart, die nicht an Stars hängt. Alle anderen Sportarten sind von Einzelpersonen abhängig.“ Deshalb ist die Zuschauergunst und damit der Geldfluss besser planbar als im Tennis oder Golf. „Für die Marke FC Bayern ist es ziemlich unwichtig, wer dort spielt.“ Geht ein Großer, kommt der nächste, das Geschäft läuft immer. „Die Mannschaft ist der Star.“ Mit Elf-Freunde-Romantik muss man Höfl nicht kommen. Wenn Traditionalisten den Kommerz im Sport beklagen,

„Fußball überstrahlt alles.“

gen, findet er das lächerlich: „Natürlich ist Fußball Teil der Unterhaltungsindustrie, stört das irgendjemanden?“

An dieser Stelle ist Höfls einschlägige kommerzielle Vergangenheit einzufügen: Als Gesöff-Milliardär Dietrich Mateschitz („Red Bull“) beschloss, für sein Marketing den Fußball und die Formel 1 einzuspannen, brauchte er dafür abenteuerlustige Experten. Und da Mateschitz und Beckenbauer Spezl sind, ward Höfl dafür auserkoren, quasi vom Kaiser ausgeliehen für drei Jahre Entwicklungshilfe in Sachen Fußball.

„Head of Soccer“ stand da auf Höfls Visitenkarte. Im Namen der Dose gehörte er dem „Board of Governors“ der amerikanischen Liga an, pendelte zwischen dem Salzburger Land, wo Red Bull sich hinter den Bergen versteckt, und New York. Die Sprudelspezialisten haben sich dort teuer in die Liga eingekauft und für viele Millionen ein Stadion hingestellt. Jetzt warten sie auf die Rendite, wie sie ein Sebastian Vettel in der Formel 1 gerade eingefahren hat.

Zurück daheim, forciert Höfl die eigene Firma. In Kitzbühel, neben New York der attraktivste Ort der Welt, wie er findet. Hier hat er jetzt Wohnung und Büro. Den Espresso trinkt er drüben im hippen Luxushotel, mit Kitzgöweh an der Wand und Lounge-Musik im Hintergrund. Nur wenige Schritte sind es rüber in den Zielhang, wo die Abfahrer die Streif hinunterschießen, den Hahnenkamm sieht Höfl vom Fenster aus. 200 bis 250 Tage im Jahr aber ist er unterwegs. Präsentationen, Sportevents, Termine bei Firmen und Verbänden. Für Olympia 2018 in Garmisch ist er aktiv („eine Wahnsinnschance“), Sony Ericsson hat er heuer mit Blick auf die WM in Südafrika beraten, zu Mercedes und Adidas pflegt er permanenten Kontakt. Und er hält Ausschau nach den Stars von morgen, oder Sportler, die er dazu aufbauen könnte. Nicht Manager nennt er sich, sondern „Karierebegleiter“.

Der Name Beckenbauer hilft dabei natürlich. Dessen Ruf ist unverwundlich. Private Eskapaden haben so wenig geschadet wie die Tatsache, dass er es mit der Geschäftstüchtigkeit so weit getrieben hat, bis niemand mehr wusste: Für welchen Sender, welchen Bierbrauer, welchen Mobilfunker ist er gerade unterwegs: „Ja, iss‘ denn schon Weihnachten?“

Gewiss kalkulieren Konzerne die Werbeausgaben scharf, und doch erfüllt sich mancher Vorstand mit dem Engagement von Franz Beckenbauer vermutlich einen Jungentraum. Möge nur etwas von dessen Glanz auf ihn abfallen. Gestandene Manager bekommen diesen seltsamen Groupie-Blick, wenn sie, scheinbar beiläufig, erzählen: „Ich geh‘ mit dem Franz golfen.“ Glaubwürdige Zeugen berichten gar von Chefs, die nach einem Treffen mit der Lichtgestalt beseelt über den Vorstandsflur tänzeln: „Der Franz duzt mich jetzt.“

Diese Verehrung zahlt sich für Marcus Höfl in Cent und Euro aus. Nur die Frage des Nachschubs ist ungeklärt: Wo steckt der nächste Beckenbauer? Sympathische Burschen laufen genügend über den Platz, nur wer taugt zum rundum vermarktbaren Idol? Höfl hat keinen einzigen aktuellen Spieler unter Vertrag. „Die wenigsten machen sich Gedanken übers Hinterher, das aber wäre Voraussetzung für eine Zusammenarbeit.“

Nur sieben Prozent der Fußballprofis, zitiert er aus einer Studie, seien nach der Karriere versorgt. „Das Geld ist schnell weg: Scheidungen, Fehlinvestitionen, das Übliche.“ Inneren Druck, seinen Star-Kader zu vergrößern, verspürt Höfl nicht. Er genieße es, „nur mit Leuten zu arbeiten, mit denen es mir Spaß macht.“ Das Ziel ist nicht Wachstum, sondern - wie könnte es anders sein - sich dem Idol anzunähern, das Stadium Beckenbauerscher Gelassenheit zu erlangen: „Franz verliert nie die Leichtigkeit: Er tut alles für seine Sache, aber er weiß, er kann es nicht erzwängen.“