

SPONSORS 01.12.2010

URL [http://www.sponsors.de/index.php?id=71&tx\\_ttnews\[tt\\_news\]=23965](http://www.sponsors.de/index.php?id=71&tx_ttnews[tt_news]=23965)

WIRTSCHAFT | Sonstiges

Tobias Kuske ✉  
Kathrin Schmidt ✉

## Episode Ausland

**Das Sportbusiness wird immer internationaler, globaler. Den gut ausgebildeten deutschen Sportbusiness-Fachleuten bieten sich vermehrt Chancen, hochkarätige Jobs im Ausland zu ergattern. Vier Experten haben den Schritt nach Singapur und China, Brasilien, Spanien und Katar gewagt und berichten Ungewöhnliches, aber auch, dass man als Neuling ein paar Gepflogenheiten aus Deutschland besser nicht exportieren sollte.**

Doha im Juni 2007, pyramidengleich thront das Fünf-Sterne- Luxushotel Sheraton am Ufer des Persischen Golfs. 371 Zimmer, davon 64 Edel-Suiten, zum Frühstück werden Austern gereicht. Seit Anfang des Monats residiert hier Dieter Meinhold. Noch weiß er nicht, dass ihn der ganze Luxus bald herzlich wenig interessiert.

Der gebürtige Karlsruher ist einer von vielen deutschen Sportbusiness-Experten, die ihr Handwerk hierzulande gelernt haben, um dann für einige Zeit ins Ausland zu gehen. Die Erfahrungen, die sie dort machen, zählen selbstredend nicht immer zu den schlechtesten. Aber auch nicht immer zu den besten. Oftmals sind die Erkenntnisse jedoch sehr hilfreich, um vor allem das internationale Geschäft besser zu verstehen.

Dieter Meinhold reiste damals als künftiger Sports Director der Profi-Fußball-Liga nach Katar. Als ehemaliges Mitglied im Vorstand des Bundesliga-Clubs VfL Bochum hatte er den Auftrag angenommen, in dem Emirat einen Liga-Verband nach dem Vorbild der englischen Premier League und der Deutschen Fußball Liga aufzubauen. Eine Herkules-Aufgabe, wie sich bald herausstellen sollte.

An jenem Junimorgen beginnt Meinholds erster Arbeitstag, und er legt die zwei Kilometer vom Sheraton zu seinem neuen Büro im Olympic Tower mit dem hoteleigenen Limousinenservice zurück. Noch hat man ihm die Schlüssel für den Dienstwagen nicht ausgehändigt, und ein Fußmarsch bei 45 Grad im Schatten hätte Hemd und Anzug übel mitgespielt. „Ich wäre wohl patschnass gewesen“, erinnert er sich an die schweißtreibenden Temperaturen.

Eigentlich sollte der damals 53-Jährige bereits vor über einem Monat seine neue Stelle antreten, doch der katarische Fußballverband QFC vertröstete ihn immer wieder.

„Inschallah“, sagt man dazu in der arabischen Welt gern. „Wenn Allah will“ würde er morgen oder auch erst übermorgen mit der Arbeit beginnen können. Diese unverbindliche Redewendung hörte Meinhold in den folgenden zwei Jahren noch öfter.

Als er endlich im Olympic Tower auf der Schwelle seines neuen Büros steht, wenn man es so nennen mag, ist nichts von jener Arbeitsatmosphäre zu spüren, die Meinhold aus Deutschland gewohnt ist. Zwei Stühle stehen an einem runden Tisch, auf dem die englischsprachige Tageszeitung liegt. Mehr gibt es nicht. Kein Schreibtisch, kein Computer, kein Telefon.

Auf dem Stuhl neben Meinhold nimmt Marc McGowan Platz, ein ehemaliger Amateur-Rugby-Spieler aus Australien, der zuvor Karriere als Offizier bei der australischen Armee gemacht hatte. 2,02 Meter groß und 40 Jahre verheiratet, ein echter Haudegen. Von ihm lernte der Deutsche in den ersten Wochen vor allem die englische Sprache – inklusive australischen Akzents. Genug Zeit für den privaten Sprachkurs haben die beiden allemal. „Wir sind jeden Tag pünktlich im Büro gewesen, sind mittags zum Essen gegangen, konnten aber den ganzen Tag nichts tun. Noch nicht einmal telefonieren“, erzählt Meinhold. So verging die erste Woche genauso wie die zweite, die dritte und die vierte.

### Entspann dich!

Was „inschallah“ in Katar heißt, nennt man in Madrid „mañana màs“ und meint: „Entspann dich, morgen ist auch noch ein Tag.“ Mit dieser immer wieder durchschimmern- den Gelassenheit muss man als zielstrebigem Deutscher erst mal klarkommen, vor allem bei der Arbeit. Wie Meinhold erlebte das Alexander Jobst hautnah. 2006 kam der heutige Head of Sales des Fußball-Weltverbands FIFA zum Fußballclub Real Madrid als neuer Head of International Business

Development und merkte schnell, dass hier einiges anders läuft als er es sich vorher ausgemalt hatte.

Zwar lautete die Adresse seiner neuen Arbeitsstelle „Estadio Bernabeau“, und Jobst ergötzte sich jeden Morgen an dem Anblick während er die Avenida de Concha Espina runter zum altherwürdigen Stadion ging. Doch wollte der Rest nicht so recht zu den „Königlichen“ passen.

Die Büros unter der Haupttribüne bestachen durch ihre Kargheit, Tageslicht war Mangelware. Und als Jobst voller Tatendrang loslegen wollte, merkte er, dass von einem Dienst-PC nichts zu sehen war. „Die ersten zehn Tage funktionierte nichts“, er- innert sich Jobst schmunzelnd. „Das braucht dort alles seine Zeit.“

Wie von seiner vorherigen Station als Sponsoringverantwortlicher für Siemens Mobile gewohnt, kam Jobst anfangs um acht Uhr morgens ins Büro. Und hörte erst mal nichts – Jobst war der Einzige seiner Abteilung, der zu dieser für Spanier unsäglich frühen Zeit arbeiten wollte. Der Lärmpegel schwoll erst ab halb zehn allmählich an; dann aber richtig, des Öffterens kam sich Jobst vor wie auf einem Bahnhof.

Um 12.30 Uhr fragte „der Deutsche“ sei- ne neuen Kollegen, ob jemand mitkomme zum „Lunch“. Die Reaktionen waren große Augen und fragende Gesichter, so als ob er vom Mond komme. Was Jobst nicht bedacht hatte: Wie am Morgen haben die Spanier auch mittags einen anderen Tagesrhythmus. Von 14 bis 16 Uhr ist Siesta, dann wird gegessen und geruht. Und zwar in ganz Spanien merkte Jobst und gab es auf, in dieser Zeit jemanden erreichen zu wollen, egal wie dringend es auch gerade war, ein Spanier schaltet sein Handy während der Mittagspause aus. Für viele Deutsche, die immer erreichbar sind, unvorstellbar.

Um die Zeit zu nutzen, legte der damals Mitdreißiger so oft es ging Geschäftsessen in die Mittagszeit. Denn in Spanien fängt jede Verhandlung mit einem großen Essen an. Kein Essen, kein Geschäft. Daher hat Jobst während vieler Siestas das Bernabeau nicht verlassen und stattdessen in einem der drei Stadionrestaurants mit Blick auf den Rasen die ersten Brücken zum Geschäftspartner gebaut.

### **Luftröhre und Entenzunge**

Kein Essen, kein Geschäft, das gilt für Asien in besonderem Maße, weiß Peter Leible. Als der frühere Sponsoringverantwortliche vom Fußballbundesligisten TSV 1860 München 2006 die Leitung der neu gegründeten asiatischen Niederlassung der Sportrechte- Agentur The Sportsman Media Group in Peking übernahm, hatte er diese goldene Regel bereits gelernt. Ein chinesischer Berater und Übersetzer hatte ihm gesteckt: „Pass mal auf: Geschäfte macht man nur beim Essen, nicht bei Meetings.“ Bei Meetings gehe es Chinesen erst mal nur um das allgemeine Kennenlernen.

Geht es dann zu Tisch, ist Mut gefragt, sehr viel Mut. Denn eine weitere wichtige Regel in Asien lautet: Blamiere nicht den Gastgeber. Oder anders ausgedrückt: Was auf den Tisch kommt, wird auch gegessen – oder zumindest probiert. Da Leible davon wusste, andererseits auch ihm schon aller- hand Absonderlichkeiten zur asiatischen Küche zu Ohren gekommen waren, trickste er sich kurzerhand selbst aus: Er sagte seinem Übersetzer und großen Helfer Benson Wang, dass er ihm gar nicht erst sagen solle, was da in zum Teil noch nie zuvor gesehener Form und Konsistenz auf den Tellern liege. So schaffte es Leible tatsächlich, brav Bissen von Luftröhre, Entenzunge und Hühnerfuß hinunterzuschlucken. Auch wenn es nicht geschmeckt hat, den Gastgeber hat es gefreut, und darauf kam es an.

Aus den gleichen Gründen sah sich der Deutsche genötigt, mehr Alkohol zu trinken als ihm lieb war. Schließlich ist es eine Ehre, mit den Geschäftspartnern auf Ex an- zustoßen. So machte Leible auch beim zehnten Mitarbeiter gute Miene und trank eine seltsam schmeckende Mischung aus Orangensaft und Schnaps. Gan bei! Sehr zum Wohle!

Kulinarische Überraschungen gibt es für Jochen Lösch in Brasilien nicht mehr. Als der heute 45-Jährige vor zweieinhalb Jahren seine Koffer in São Paulo auspackte, war er ein Stück weit nach Hause gekommen. Schließlich hatte er bereits seine ersten sechs Lebensjahre in Südamerika, genauer gesagt in Montevideo, verbracht, später lebte er ein halbes Jahr in Ecuador und handelte vier Jahre lang für den deutschen Vermarkter Sportfive mit Fernsehrechten in Rio de Janeiro. Zudem heiratete er eine brasilianische Frau, bevor sein Sohn in São Paulo zur Welt kam.

Heute ist er President International Business bei Traffic Sports Marketing und beginnt seinen Arbeitstag landestypisch: mit einem Kaffee im Café, dazu die 50 Seiten mächtige Fußballtageszeitung. Eine von dreien in dem fußballverrückten Land. Ab zehn Uhr sitzt der Jurist dann an seinem Schreibtisch, trifft sich mittags mit Kollegen zum zweistündigen Essen und schließt erst weit nach 20 Uhr die Tür zu seinem Appartement in einer von Mauer, Elektrozaun und einem Security-

Dienst geschützten Wohnanlage auf. Im Gegensatz zu Meinhold, der in Katar in einem der sichersten Länder der Welt lebte, muss Lösch mit hoher Kriminalität leben. Zweimal habe er während seiner vier Jahre in Rio de Janeiro in einen Pistolenlauf geschaut, be- richtet Lösch, um mit südamerikanischer Gelassenheit zu ergänzen: „Das ist der normale Schnitt für einen Ausländer.“

### **Chinesischer Ballack**

Auf dem Flughafen Peking vor neun Jahren geht es zu wie bei einem Staatsempfang: Eine Blaskapelle spielt und zappelige Chinesen bitten den Deutschen Peter Leible um Autogramme. Dass die ganze Aufregung eigentlich nicht ihm gilt, ist dem damaligen Abgesandten von 1860 München klar. Neben ihm schreibt die Nummer zehn der chinesischen Fußballnationalmannschaft, Jiayi Shao, seine Signatur auf die entgegen- gestreckten Fotos.

Leible ist zusammen mit dem chinesischen Ballack aus München eingeflogen, um Geschäfte zu machen. Shao steht zu dieser Zeit beim TSV 1860 München unter Vertrag, als erster chinesischer Spieler in Europa überhaupt, und hat damit in seiner Heimat einen ungeheuren Hype ausgelöst, in erster Linie um sich selbst, aber auch um seinen deutschen Club und die Bundesliga.

Der staatliche Fernsehsender CCTV überträgt die Spiele live in den Milliardenmarkt. Dieses riesige Potenzial will Leible nutzen und stellt über Shao und seinen Berater Benson Wang erste Kontakte her. Dank der Popularität Shaos öffnen sich die Türen wie von selbst.

Heraus kommen insgesamt vier Sponsorenverträge mit chinesischen Firmen, darunter ein Kontrakt mit einem chinesischen Möbelhändler für eine fernsehrelevante Werbebande. Und Kontakte zu ein- flussreichen Herren in Peking, die sich für Leible in den Jahren später noch als wertvoll erweisen sollen.

Als er ab 2006 für The Sportsman beispielsweise die Medienrechte der Fußballbundesliga im asiatischen Raum ver- marktet, nutzt er die alten Kontakte, die er mithilfe von Shao und Benson Wang aufgebaut hat. Immer wieder jettet er für wenige Tage von München nach Asien. Immer wieder Stunden um Stunden im Flieger. Als dann 2008 die Agentur MP & Silva Singapore ihm den Geschäftsführerposten anbietet, ist für Leible klar: Wenn ich es mache, dann nur vor Ort, sonst ist der Reisetress zu hoch.

### **Viel Tee trinken**

Bei Dieter Meinhold stellte sich diese Frage erst gar nicht. Für den Deutschen war von Beginn an klar, dass er als Sportdirektor vor Ort leben musste. Nur so lässt sich das Vertrauen der Katarer gewinnen. „Man kann nicht einfach nach Katar kommen und sagen ‚Hallo, ich komme aus Deutschland und kann euch mit meinem Know-how weiterhelfen!‘. Selbst wenn es so ist, kommt man damit zunächst nicht weiter“, begründet Meinhold seinen Schritt.

Bevor man sein Fachwissen vermitteln könne, müsse man von den Katarern akzeptiert werden. Konkret heißt das: viel Tee trinken.

Meinhold hat in seinen beiden Jahren viel Zeit beim Tee verbracht, doch an einige kulturelle Besonderheiten konnte auch er sich auf der arabischen Halbinsel nicht gewöhnen. So stellte man dem Deutschen beispielsweise in seiner Direktorenposition, wie es in Katar üblich ist, einen einheimischen Stellvertreter zur Seite. Dieser sei zwar, so Meinhold, fachlich in der Regel nicht kompetent genug, fälle aber letztlich im Hintergrund politisch die Entscheidungen.

„Die Katarer wollen auf diese Weise den Schlüssel in der Hand behalten“, erklärt er das für deutsche Verhältnisse ungewöhnliche Verhalten. Das behindere vieles.

Nicht minder kompliziert ist das Verschicken offizieller Post: So habe es klare Vorgaben gegeben, wer welche Briefe unterzeichnen und mit seinem Gummistempel versehen durfte. Danach wurden die Briefe im ganzen Land von speziellen Boten händisch dem Empfänger übergeben. Manchmal mit mehreren Tagen Verspätung. Einige Briefe waren da schon von den realen Ereignissen längst überholt worden.

Während der festen Gebetszeiten – fünfmal täglich für jeweils zehn Minuten – stand die Zeit in der islamisch geprägten Organisation still. „Dann ist es egal, ob ein Fax raus muss.“ Also lernte Meinhold Gelassenheit. Nur entspannt ließen sich am Golf Geschäfte machen.

Auch in Madrid fühlte sich Alexander Jobst als „Neuer“ unter all den Spaniern wie unter Beobachtung. Umso mehr war

er für den Tipp eines Kollegen dankbar, am Anfang eines Projekts alle einzubeziehen, die irgendwie mit der Sache zu tun haben – damit sich ja niemand ausgeschlossen fühlt. Dann sitzen da am Anfang schon mal 15 Leute am Tisch, obwohl es letztendlich nur auf drei Personen ankommt.

„Das kenne ich so aus Deutschland nicht“, sagt Jobst. Hätte er sich nicht an diese Regel gehalten, hätte er sich damit ins Abseits geschossen, glaubt er. Dabei hat es ihn schon sehr in den Fingern gejuckt, dieses Spielchen sein zu lassen und direkt nur mit den Entscheidern zu sprechen. Denn in puncto Zeiteffektivität erhält das Vorgehen der Spanier eine glatte Sechs.

Aber so etwas gehört einfach dazu, meint Jobst. „Wenn es eine goldene Regel gibt, um im Ausland erfolgreich zu sein, dann die: Man muss sich anpassen.“ Man müsse sich sofort davon verabschieden, das typisch deutsche Mentalitätsdenken an den Tag zu legen. Sonst laufe man schnell gegen eine Wand. Man müsse flexibel sein und versuchen, eine gute Balance zwischen der deutschen Vorstellung von einer vernünftigen Arbeitseinstellung und den Gepflogenheiten vor Ort zu finden.

Nur dann schaffe man es, dass einen die Mitarbeiter akzeptieren und einem das auf den ersten Eindruck merkwürdig klingende Kompliment machen: „Alex, du bist ja gar kein richtiger Deutscher!“ In der größten Stadt der Südhalbkugel erlernt Jochen Lösch derweil die unkomplizierte Seite des Sportbusiness. Familiär, informell und schnell werden bei Traffic Sports in der Regel die Geschäfte gemacht. Dabei fällt Inhaber José Hawilla schon mal eine Zehn-Millionen-Dollar-Entscheidung am Mittagstisch. Mancher Beschluss wird gar ohne jegliches Vertragspapier umgesetzt. „Wenn man von einem Bürokratie-Monster wie Sportfive kommt, macht das sehr viel Spaß hier“, verrät Lösch augen-zwinkernd. Ähnliches hat Leible in Asien erlebt. Die Deutschen sind Weltmeister beim vertraglichen Fixieren von Geschäftsbeziehungen. Wo Deutsche einen Vertrag mit 30 bis 40 Seiten aufsetzen, begnügen sich Asiaten mit drei bis vier Seiten. Und das reiche dann auch, meint Leible.

Die persönliche Ebene sei viel entscheidender als ein mit Raffinesse formulierter Vertrag. „Wenn man sich lange kennt und vertraut, bekommt man in Asien auch sein Geld“, berichtet Leible. Und sowieso: „Was hilft der beste Vertrag, wenn sich der Markt ändert und Anpassungen vorgenommen werden müssen?“ Auf Erfüllung des Vertrages zu pochen, wie es viele deutsche Firmen gern tun, wenn es hart auf hart kommt, helfe gar nichts.

## Deutscher Import

Im Silvercafé direkt neben dem Al-Sadd-Stadion, Heimstätte des gleichnamigen katarischen Erstligisten, sitzt Dieter Meinhold im Frühjahr 2008 mit seinem Laptop auf dem Schoß auf einer Ledercouch. Das Sofa ist Teil seines provisorischen Büros, in dem er mit seinen Mitarbeitern aus dem neu gegründeten Sport-Department die Basis für die künftige katarische Profi-Fußball-Liga schafft. Später würde er mit dem Team Büroräume mit Anschlüssen für lokale Telefongespräche im benachbarten Stadion beziehen, jetzt müssen erst mal die 20 Quadratmeter im Café genügen.

Die Katarer hatten Meinhold vor allem deshalb nach Doha geholt, um von seinem Wissen aus der Bundesliga-Zeit beim Karlsruher SC und beim VfL Bochum zu profitieren. Schließlich wollten sie ihren neuen Liga-Verband am Vorbild von Deutschland und England ausrichten. Meinhold begann also bei null. Zunächst akquirierte er für sein Sport-Department geeignete Mitarbeiter aus der ganzen Welt, besorgte ihnen Arbeitsplätze und Computer im Silvercafé und erstellte mit ihnen ein „League Handbook“. Ein Druckwerk mit sämtlichen Informationen über die Qatars Stars League, darunter Fußballregeln, Daten und Fakten zu den einzelnen Stadien sowie den verschiedenen Vereinen. „Eine Mammutaufgabe“, so Meinhold, der hier gern von Pionierarbeit spricht. „Ich weiß nicht mehr, wie wir das geschafft haben.“

Überdies galt es, eine Scouting-Datenbank aufzusetzen mit Details zu sämtlichen Spielern und Trainingscamps in Europa. Auch hier war Meinholds Wissen gefragt. Schließlich hatte er in Bochum die Lizenzspielerabteilung verantwortet.

Auch die Real-Geschäftsführung hatte den Deutschen Jobst nach Madrid geholt, in der Hoffnung, dass dieser mit seinem Fachwissen und seiner typisch deutschen Zielstrebigkeit den „Königlichen“ weiterhilft. Und in der Tat merkte Jobst schnell, dass es einigen Nachholbedarf bei seinen Mitarbeitern gab.

Als er vor seinem ersten internen Meeting einen Kollegen nach der Agenda der Besprechung fragte, kannte dieser noch nicht einmal das Wort „Agenda“. Einen Ablaufplan kannten seine madrilensischen Mitarbeiter nicht. Sie kamen einfach zusammen und plauderten wild drauflos. Ein Graus für einen auf Effektivität und Zielstrebigkeit gepolten Deutschen.

Auch taten sich schnell Wissenslücken bei seinen spanischen Kollegen auf, wogegen jedoch nichts getan wurde: Weiterbildung war ebenso ein Fremdwort wie Agenten. Das zu ändern war nicht einfach für Jobst, auf die denkbar sanfteste Art musste er den stolzen Spaniern beibringen, dass es bei den „Königlichen“ noch viel Verbesserungspotenzial gäbe. Auch die Organisationsstrukturen ließen teilweise zu wünschen übrig. Anfangs bekam Jobst öfter einen Hinweis wie den, dass er erst mal über einen bestimmten Mitarbeiter gehen solle, da dieser der Neffe vom Präsidenten sei.

## Mao und Marx

Rückblick: Auf dem Militärflughafen der chinesischen Stadt Qingdao sind Peter Leible und Erich Rembeck, der Mannschaftsarzt von 1860 München, gelandet und fahren zum Hospital der Militärbasis. Leible hat seine Kontakte genutzt, die er mithilfe des Spielers Shao geknüpft hat, und will nun mit den Chinesen über eine Kooperation für ein Rehabilitationszentrum verhandeln. Als sie im Hospital ankommen, werden sie in den obersten Stock geführt, in einen riesigen Sitzungssaal, und alles sieht genauso aus, wie man es sich in einem kommunistischen Land vorstellt: auf den Tischen Blumengestecke mit den roten Nationalflaggen und große Gemälde an den Wänden mit Porträts von, natürlich, Mao Tse-tung.

Doch zur großen Überraschung von Leible und Rembeck hängen daneben die Gesichter von Deutschen an den Wänden, darunter Friedrich Engels und Karl Marx. So sitzen die Deutschen in der Volksrepublik China unter dem Abbild der Väter des Kommunismus – und verhandeln über schier kapitalistische Dinge wie den Business-Case. „Das war schon sehr skurril“, erinnert sich Leible und muss heute noch lachen.

Vielleicht auch wegen Marx und Engels schätzen die Chinesen die Deutschen, in jedem Fall aber wegen der deutschen Automobil- und Maschinenbauindustrie und der damals wohlwollenden China-Politik der Regierung Schröder. Diese grundsätzliche Wertschätzung gegenüber ihm hat Leible immer wieder auch bei Verhandlungen geglaubt zu spüren. Das ging ihm nicht nur mit Chinesen so, auch bei anderen Asiaten etwa aus Japan oder Indonesien stieß er als Deutscher auf Wohlwollen.

Jochen Lösch kennt diese besondere Anerkennung ebenso aus Südamerika. Fragt man einen Brasilianer nach den typisch deutschen Eigenschaften, so nennt dieser in der Regel Zuverlässigkeit, Pünktlichkeit. Und Professionalität.

Nicht schlecht für einen Reutehändler und Spielervermittler wie Lösch, der diesem Image nur zu gern nachkommt. Er sei in der Tat pünktlich und professionell, überdies genüge sein Wort – einen schriftlichen Vertrag brauche es nicht. „Ich versuche, diese positiven Vorurteile jeden Tag zu bestätigen, weil ich merke, dass es mir hilft“, lautet die einfache Erklärung.

Besonders im nicht immer sauberen Geschäft mit Spielern profitiert der Deutsche von seiner Herkunft. „Es kommen ständig neue Spieler auf den Markt mit immer neuen Beratern im Schlepptau, die nicht wissen, wie das Geschäft funktioniert.“ Trotzdem würden sie knallhart versuchen, ihren eigenen Vorteil herauszuholen. „Hier misstraut einer dem anderen“, berichtet Lösch. Sobald er sich aber mit den verschiedenen Parteien an einen Tisch setze, herrsche ein gewisses Grundvertrauen. Dann würden die Brasilianer denken: „Der ist Deutscher, der betrügt uns nicht.“

Alexander Jobst hat das in ihm gesetzte Vertrauen genutzt, bei Real Madrid Agenten eingeführt ebenso wie Workshops und verkrustete Strukturen aufgebrochen. Auch privat lief es immer besser. Jobst hatte seine Tapas-Kneipe in der Nachbarschaft gefunden und dank des vom Verein angebotenen Sprachkurses und seiner, wie er selbst sagt, offenen Art schnell neue soziale Kontakte geknüpft.

Ohne das einmalige Angebot der FIFA wäre es ihm sehr, sehr schwer gefallen, seinen Kindheitstraum zu beenden und 2008 Real den Rücken Richtung Zürich zu kehren. Nun vermisst der 37-Jährige vor allem die Spontaneität und Gelassenheit der Spanier. Das sei bei den Deutschen oder Schweizern anders: Wenn man sich in Deutschland nach der Arbeit auf ein Bier trifft, steht nach spätestens eineinhalb Stunden jemand mit Blick auf die Uhr auf, er habe morgen früh einen wichtigen Termin, man müsse verstehen. In Spanien nehme man sich die Zeit und lebe nach dem Motto: Was morgen ist, ist morgen.

Auch in Doha hieß es nach 25 Monaten Koffer packen. Ein Jahr früher als geplant verließ Meinhold den Golfstaat wieder gen Deutschland. Es hat einfach nicht gepasst: Die politischen Interessen innerhalb des Verbands behinderten seine Arbeit, der Zugang zur Gesellschaft vor Ort war aufgrund der kulturellen Unterschiede schwierig, seine freien Stunden verbrachte Meinhold mangels Freizeitangeboten oder einer Kneipenszene vor allem im Fitnessclub des Sheraton, und die Familie lebte Tausende Kilometer weiter nördlich. Auf die Frage, warum er seine schwierige Mission

am Persischen Golf nicht schon früher abgebrochen hat, findet der heute 56-Jährige schnell eine Antwort: „Ein internationales Projekt schmeißt man nicht einfach hin.“

Von den Katarern habe er vor allem De- mut gelernt. „Das Leben kommt auf dich zu, du musst ihm nicht hinterherlaufen“, sagt er heute, zwei Jahre später, und würde das Abenteuer Ausland wieder wagen.

Bereut hat Leible ebenfalls nichts. Nicht nur beruflich, auch privat lief es bestens in Singapur. Nach zwei Jahren fand er immer mehr Freunde, sei es beim Golfen oder bei den von ihm ausgerichteten Oktoberfesten mit deutschem Bier, das die Asiaten so lieben. Auch werde er wohl nie mehr so schön wohnen wie damals, als er für ein halbes Jahr in der Villa von MP & Silva lebte. „Wir hatten einen riesigen Pool, Fitnessräume, einen wunderbaren Blick auf das Meer und den Hafen, einen eigenen Bootsanleger – wirklich wunderschön“, schwärmt Leible noch immer. Und danach habe er nicht viel schlechter gewohnt.

Dennoch hieß es Abschied nehmen. Der Vertrag war befristet auf mindestens zwei und maximal fünf Jahre. Und als Leibles Sohn auf die Welt kam, war ihm klar: Nach zwei Jahren geht es zu- rück nach Deutschland. Denn je länger er mit seiner Frau im schönen Singapur geblieben wäre, umso schwerer wäre es ihnen gefallen, Lebewohl zu sagen. Und schließlich sollten die Großeltern mehr von ihrem Enkel haben als nur Stippvisiten. Deswegen nahm der An- fang-40- Jährige dankbar das Angebot von MP & Silva an, die neue Dependence der Agentur in München ab Juli dieses Jahres zu leiten. Jochen Lösch wird noch einige Zeit in Brasilien bleiben. Mindestens bis zur Fußball-Weltmeisterschaft 2014. „Ich mag Deutschland und vor allem Hamburg sehr gern, aber ich lebe unter dem Strich lieber hier und bin regel- mäßig mal in Deutschland.“ Als Fremder im Ausland fühlt sich Lösch schon lange nicht mehr. „Wenn ich am Flughafen von São Paulo lande, habe ich das Gefühl, nach Hause zu kommen.“

Seinen Arbeitgeber wird es freuen. Seine brasilianische Frau auch. Allerdings haben alle Auslandsreisenden eines gemeinsam: Wer einmal in der Fremde gelebt hat, den packt früher oder später wieder das Fern- weh. Doch das nächste Mal sind die bereits gemachten Erfahrungen mit im Gepäck.

Redakteur:

**Tobias Kuske** ✉

**Kathrin Schmidt** ✉

© Copyright 2011 SPONSORS Verlags GmbH - all rights reserved.  
Vervielfältigung nur mit Genehmigung der SPONSORS Verlags GmbH.

SPONSORS Verlags GmbH,  
Donnerstraße. 10-20, D-22763 Hamburg,  
Fon: 0 40 / 41 33 008-0, Fax: 0 40 / 41 33 009-19,  
Internetseite: [www.sponsors.de](http://www.sponsors.de)  
E-Mail: [info@sponsors.de](mailto:info@sponsors.de)