

Heikle Situation für Dortmund: Gerät das Deutsche Fußballmuseum finanziell ins Minus?

geschrieben von Bernd Berke | 8. April 2018

Der frühere Rundschau-Kollege Gregor Beushausen hat jetzt recherchiert, was man quasi von Anfang an befürchten musste: Offenbar steht es ums Deutsche Fußballmuseum in Dortmund finanziell nicht gerade rosig. Laut Bericht drohen mittelfristig gar rote Zahlen.



Das Deutsche Fußballmuseum hat in Dortmund keinen allzu markanten Architektur-Auftritt. Es ist das flache helle Gebäude ganz links. (Foto = Ausblick vom „U“-Turm: Bernd Berke)

Die Stadt begibt sich demnach dringlich auf weitere Sponsorensuche fürs Fußballmuseum und will diverse Förderer überreden, ihre Beträge aufzustocken. Beushausen deutet an, dass dies – falls es überhaupt geschieht – auf Kosten anderer Einrichtungen gehen dürfte. Beispiel: Der örtliche

Energieversorger DEW21 stellt anscheinend die Förderung so um, dass das „einst mit mehreren Zehntausend Euro pro Jahr“ unterstützte Konzerthaus „in die Röhre“ gucke. Oha!

Im Vertrauen gesagt: Angesichts solcher Perspektiven bin ich doppelt froh, kürzlich Strom- und Gasvertrag bei DEW21 gekündigt zu haben und zu einem günstigeren Anbieter gewechselt zu sein. Dortmunder Stallgeruch brauche ich bei Strom- und Gaslieferungen bestimmt nicht. Den brauchen höchstens jene Sozialdemokraten, die bei derlei kommunalen Unternehmen wahrlich wohlversorgt auf die Leitungsebene gehievt werden.

Jedenfalls habe ich so gar keine Lust, das von der vielfach gebeutelten Stadt Dortmund und dem pekuniär weitaus besser gestellten Deutschen Fußballbund (DFB) gemeinsam getragene Fußballmuseum indirekt nochmals mitzufinanzieren. Als Steuerzahler und Bürger dieser Gemeinde gibt man ja eh schon sein Scherflein. Oder sollte es sich um ein ausgewachsenes Scherf handeln?

Scherz beiseite. Die ernste Sache ist die: Bis zu einem Defizit von 500.000 Euro haften Stadt Dortmund und DFB gleichermaßen. Was darüber hinaus geht, muss nach den jetzigen Verträgen die Stadt allein tragen, die eh schon etliche Sach- und Personalleistungen beisteuert.

Da wird man schon fragen dürfen, ob die Vertreter Dortmunds im Vorfeld geschickt verhandelt haben oder ob sie sich haben blenden lassen. Sollten sie das Potenzial und die bundesweite Anziehungskraft des Hauses überschätzt haben? Kämmerer und Stadtdirektor Jörg Stüdemann möchte jetzt aus guten Gründen im Sinne der Kommune nachjustieren. Für dieses enorm ambitionierte Unterfangen ist ihm Fortune zu wünschen. Ob der DFB tatsächlich ein Einsehen haben wird?

Gewiss: Dortmund hat mehrere andere Bewerber-Städte aus dem Feld geschlagen, als es um den Standort des Museums ging. Mehr

noch: Die Auslosungen zu den Hauptrunden des DFB-Pokals finden jetzt stets in Dortmund statt. Auch will Bundestrainer Löw am 15. Mai höchst medienwirksam sein vorläufiges WM-Aufgebot im hiesigen Fußballmuseum verkünden. Das alles bedeutet sicherlich gehörige Werbung für die Stadt; freilich wieder und wieder auf dem Felde, auf dem sich Dortmund ohnehin am meisten profiliert, wenn auch in letzter Zeit nicht immer vorteilhaft, was den BVB angeht.

Zugleich hat die Westdeutsche Allgemeine Zeitung (WAZ) über die neue Ausstellung des Fußballmuseums („Schichtwechsel – FußballLebenRuhrgebiet“) längst nicht nur in üblicher Art berichtet, sondern legt dazu eine veritable Serie auf. Tagein tagaus geht es da um einzelne Exponate und/oder Geschichten des Revierfußballs. Kann man machen, zumal als Ruhrgebiets-Blatt. Schmeckt aber trotzdem auch nach spezieller Hilfestellung fürs Haus. Irgendwie müssen sich die Besucherzahlen ja festigen oder steigern lassen.

Apropos: Das Museum teilt bislang nicht etwa das konkrete Aufkommen zahlender Besucher (satte 17 Euro Vollzahler-Eintritt) mit, sondern nur eine – weit weniger aussagekräftige – Gesamtziffer. Was soll man davon halten?

Um mal ein Stück vom (kommerziellen) Umfeld zu skizzieren:

Laut Homepage des Deutschen Fußballmuseums gibt es zwei „Premium-Partner“, nämlich die Dax-Konzerne Adidas und Daimler-Benz. Weitere Partner sind Bitburger, Rewe, Sky, Sparkasse Dortmund und Deutsche Post.

Als Förderer werden genannt: DEW 21, Wilo und Gelsenwasser.