

Band
7

Luca Rebeggiani / Michael Drewes (Hrsg.)

Wettbewerb und Wettbewerbspolitik im Sport

*Sammelband zur 25. Jahrestagung
des Arbeitskreises Sportökonomie*

KCV Schriftenreihe



KCV KompetenzCentrum
für angewandte Volkswirtschaftslehre
der FOM Hochschule für Oekonomie & Management

Sören Bär / Cathrin Benkel / Thomas Bezold / Petra Biebl / Markus Breuer / Oliver Budzinski / Stefan Chatrath / Frank Daumann / Sebastian Faulstich / Arne Feddersen / Bernd Frick / Freya Gassmann / Johannes Hell / Loc Minh Hoang / Ine Hugaerts / Andreas Kladroba / Thomas Könecke / Philipp Kunz-Kaltenhäuser / Markus Kurscheidt / Katrin Lindt / Lars Mortsiefer / Gerd Nufer / Luca Rebggiani / Benedikt Römmelt / Holger Schunk / Viktoria Spindler / Aisha Stickel / Lutz Thieme / Gerhard Trosien

Wettbewerb und Wettbewerbspolitik im Sport
Sammelband zur 25. Jahrestagung des Arbeitskreises Sportökonomie
KCV Schriftenreihe der FOM, Band 7
Essen 2023

ISBN (Print) 978-3-89275-364-3 ISSN (Print) 2701-9403
ISBN (eBook) 978-3-89275-365-0 ISSN (eBook) 2701-9411

Dieses Werk wird herausgegeben vom KCV KompetenzCentrum für angewandte Volkswirtschaftslehre der FOM Hochschule für Oekonomie & Management gGmbH

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliographie; detaillierte bibliographische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© 2023 by



**Akademie
Verlags- und Druck-
Gesellschaft mbH**

MA Akademie Verlags-
und Druck-Gesellschaft mbH
Leimkugelstraße 6, 45141 Essen
info@mav-verlag.de

Das Werk einschließlich seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urhebergesetzes ist ohne Zustimmung der MA Akademie Verlags- und Druck-Gesellschaft mbH unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürfen. Oft handelt es sich um gesetzlich geschützte eingetragene Warenzeichen, auch wenn sie nicht als solche gekennzeichnet sind.

Luca Rebeggiani / Michael Drewes (Hrsg.)

Wettbewerb und Wettbewerbspolitik im Sport

Sammelband zur 25. Jahrestagung des
Arbeitskreises Sportökonomie

Sören Bär / Cathrin Benkel / Thomas Bezold / Petra Biebl / Markus Breuer /
Oliver Budzinski / Stefan Chatrath / Frank Daumann / Sebastian Faulstich /
Arne Feddersen / Bernd Frick / Freya Gassmann / Johannes Hell / Loc Minh
Hoang / Ine Hugaerts / Andreas Kladroba / Thomas Könecke / Philipp Kunz-
Kaltenhäuser / Markus Kurscheidt / Katrin Lindt / Lars Mortsiefer / Gerd Nufer /
Luca Rebeggiani / Benedikt Römmelt / Holger Schunk / Viktoria Spindler / Aisha
Stickel / Lutz Thieme / Gerhard Trosien

Kontakt

Prof. Dr. Luca Rebeggiani
E-Mail: luca.rebeggiani@fom.de

Prof. Dr. Michael Drewes
E-Mail: michael.drewes@fom.de

Vorwort des Vorstands des Arbeitskreises Sportökonomie e. V.

Liebe Leserinnen und Leser,

der vorliegende Band dokumentiert in Ausschnitten die Jahrestagung 2022 des Arbeitskreises Sportökonomie e. V. (AK) in Bonn. Spannende Diskussionen auf höchstem fachlichem Niveau prägten die Tagung, die durch zwei Besonderheiten gekennzeichnet war. Zum einen merkte man an der Intensität der Diskussionen wie glücklich alle Teilnehmer darüber waren, dass man sich nach den coronabedingten Ausfällen von Kongressen endlich wieder im persönlichen direkten Austausch unterhalten konnte. Zum anderen feierten wir in Bonn – insbesondere mit den anwesenden Gründungsmitgliedern – das 25-jährige Jubiläum des AK, was einen weiteren Motivationsaspekt darstellte.

Sollten Sie Gefallen an der Lektüre des vorliegenden Sammelbandes finden, mache ich Sie gerne darauf aufmerksam, dass wir auch vergangene Tagungen dokumentiert haben. Im kommenden Jahr wird ein Sonderheft im *German Journal of Exercise and Sport Research* zur Tagung 2023 erscheinen. Weiterhin lade ich Sie ein, uns auch in Zukunft auf unseren Jahrestagungen zu besuchen, da wir grundsätzlich für alle sportökonomisch Interessierten offen sind. Vom 20. bis 22. Juni 2024 findet unsere Jahrestagung an der Universität Bayreuth (Prof. Dr. M. Kurscheidt) in Kooperation mit der *International Association of Sports Economists* statt.

Ich danke Luca Rebeggiani und Michael Drewes für die intensive Arbeit an der Erstellung des Sammelbandes und bin sehr stolz, was hiermit als weiterer Baustein der sportökonomischen Diskussion in den 25 Jahren unseres Bestehens dokumentiert wird.

Im Namen des Vorstandes des AK wünsche ich eine anregende und spannende Lektüre!

Prof. Dr. Gregor Hovemann

Professor für Sportökonomie und Sportmanagement der Universität Leipzig

Vorwort der Herausgeber

Die Jahrestagung des Arbeitskreises Sportökonomie im Juni 2022 war in mehrfacher Hinsicht ein besonderes Ereignis: Zum einen konnte nach den mühsamen Pandemie-Jahren zum ersten Mal wieder in Präsenz getagt werden. Zum anderen handelte es sich um die mittlerweile 25. Jahrestagung des Arbeitskreises Sportökonomie – ein Jubiläum, das Anlass zum Rückblick bot, aber auch zu einer Reflexion des aktuellen Stands und der Herausforderungen für die Sportökonomie in Deutschland einlud. Das Oberthema der Konferenz war bewusst klassisch gewählt worden: Wettbewerb und Wettbewerbspolitik im Sport. Darunter ließen sich sowohl betriebswirtschaftlich als auch volkswirtschaftlich orientierte, theoretische wie empirische Themen subsumieren. Die Tagung deckte tatsächlich die Sportökonomie in ihrer gesamten Breite ab, einschließlich des besonderen Themas Wettbewerbsverzerrung.

Die Konferenz fand zum ersten Mal in den Räumen der FOM Hochschule Bonn statt, direkt am Rhein gelegen. Ein Höhepunkt war die Keynote-Lecture von Prof. Dr. Justus Haucap: Der Düsseldorfer Wettbewerbsökonom machte mit seiner analytischen Schärfe nicht nur seinem Ruf als einer der einflussreichsten Volkswirte Deutschlands alle Ehre, sondern erwies sich auch als Vollblut-Sportökonom und leidenschaftlicher Sportfan. Von herausragendem Interesse war auch die Podiumsdiskussion anlässlich des 25-jährigen Jubiläums des Arbeitskreises, die von der Anwesenheit der Gründungsmitglieder Prof. Dr. Gerhard Trosien, Prof. Dr. Bernd Frick und Prof. Dr. Thomas Bezold profitierte: Hierbei konnte nicht nur die Erfolgsgeschichte der Sportökonomie in Deutschland nachgezeichnet werden, vom kleinen Orchideenfach zu einem stattlichen Forschungszweig mit dutzenden Publikationen jedes Jahr und einem erstaunlich breiten Angebot an Studiengängen, sowohl an Universitäten als auch an Fachhochschulen. Es wurde auch deutlich, wie sehr sich die (Sport-)Welt in dieser eigentlich eher kurzen Zeitspanne verändert hat, mit welchen komplett neuen Problemstellungen sich heute sportökonomische Forschung und Lehre beschäftigen muss.

Der vorliegende Sammelband dokumentiert eine Auswahl der Beiträge der Konferenz. Er gliedert sich in sieben thematisch abgegrenzte Teile. Zu Beginn stehen ein Rückblick auf die Geschichte des AK Sportökonomie sowie eine wissenschaftliche Bestandsaufnahme der Sportökonomie in Deutschland. Anschließend folgen zwei Beiträge zum Kernthema der Tagung, also dem Wettbewerb im Sport. Der dritte Teil nimmt die Fußball-Bundesliga in den Fokus, das weiterhin meist diskutierte und meist untersuchte Objekt der deutschen Sportökonomie. Schließlich werden in einem vierten Abschnitt zwei Facetten des besonderen

Themas Wettbewerbsverzerrung beleuchtet, das Doping und die wettinduzierten Spielmanipulationen. Die restlichen drei Abschnitte widmen sich drei aktuell in der Sportökonomie stark im Fokus stehenden Forschungsgebieten: der Zahlungsbereitschaft für Sportprodukte oder -events (besonders in Verbindung mit dem Thema Nachhaltigkeit), dem Thema Digitalisierung des Sports und schließlich den Erfahrungen in der Covid-19-Pandemie, die gerade im Sport als eine Art natürliches Experiment gedient hat, um beispielsweise die Auswirkungen der Zuschauerpräsenz auf den Heimvorteil im Fußball in vivo untersuchen zu können.

Die erfolgreiche Durchführung der Jahrestagung wäre nicht ohne den finanziellen und organisatorischen Support der FOM Hochschule möglich gewesen, die großzügig und unbürokratisch Räumlichkeiten, finanzielle Mittel und personelle Kapazitäten zur Verfügung gestellt hat. Stellvertretend möchten wir an dieser Stelle dem Prorektor Forschung Prof. Dr. Thomas Heupel danken, der auch das offizielle Grußwort der FOM zur Tagung gehalten hat, sowie Herrn Dipl.-Ing. Christoph Hohoff. Ein besonderer Dank gehört auch dem Team des Hochschulzentrums Bonn unter der Leitung der Geschäftsleiterin Kathrin Kammler, M.A., die außerordentlich effizient die Tagung mitorganisiert und begleitet hat. Schließlich wäre dieser Sammelband (wie auch der bereits veröffentlichte Abstract-Band zur Tagung) nicht ohne die tatkräftige Unterstützung der Publikationsabteilung der FOM Hochschule unter der Leitung von Dipl.-Jur. Kai Stumpp denkbar gewesen, die den Review- und Publikationsprozess fachkundig mitgestaltet hat.

Bonn und Mannheim, November 2023

Prof. Dr. Luca Rebeggiani

Professor für Volkswirtschaftslehre am Hochschulzentrum Bonn

Prof. Dr. Michael Drewes

Professor für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Rechnungslegung und Bilanzierung am Hochschulzentrum Mannheim

Inhalt

Vorwort des Vorstands des Arbeitskreises Sportökonomie e. V.....	III
Vorwort der Herausgeber	V
Über die Herausgeber	IX
Über die Autorinnen und Autoren.....	X

Kapitel I: 25 Jahre AK Sportökonomie

1 – 25 Jahre Arbeitskreis Sportökonomie – Rückblick und Ausblick Thomas Bezold / Bernd Frick / Gerhard Trosien.....	1
2 – Sportökonomie und Sportwissenschaft: eine empirische Annäherung an den Status quo Freya Gassmann, Cathrin Benkel, Johannes Hell, Katrin Lindt, Lutz Thieme.....	23

Kapitel II: Wettbewerb

3 – Zwischen Wettbewerbsorganisation und Wettbewerbsverzerrungen – Regelsetzungen durch europäische Fußballverbände Oliver Budzinski, Arne Feddersen, Philipp Kunz-Kaltenhäuser	45
4 – Der Beitrag der Einzeldisziplinen zum Gesamtergebnis bei Kombinationssportarten – eine statistische Analyse Andreas Kladroba.....	77

Kapitel III: Fußball-Bundesliga: Governance und Krise

5 – Qualitative Aspekte der Lageberichtsanalyse von professionellen Fußballclubs am Beispiel ausgewählter Clubs der Fußball Bundesliga Petra Biebl, Markus Breuer	97
6 – Der Einfluss von Playoffs auf den Wettbewerbsausgang und deren Eignung für die Fußball Bundesliga. Eine fallbezogene Analyse Sebastian Faulstich, Frank Daumann	119
7 – Idealtypische Krisenverläufe im Profifußball. Der Versuch einer Musterbildung vom Krisenbeginn bis zur Insolvenz Sebastian Faulstich / Frank Daumann	151

Kapitel IV: Wettbewerbsverzerrungen

8 – Doping als Wettbewerbsverzerrung – Die Aufgaben der Nationalen Anti Doping Agentur Lars Mortsiefer.....	175
9 – Cheating in Contests – Die Ökonomik der Wettbewerbsverzerrungen und der spezielle Fall der wettinduzierten Spielmanipulation Luca Rebggiani.....	195

Kapitel V: Zahlungsbereitschaft

10 – Willingness To Pay for Sustainable Sports Apparel: First Results of a Study among German Runners Viktoria Spindler, Holger Schunk, Thomas Könecke.....	225
11 – Runners’ Willingness to Pay for the Environmental Sustainability of a Participatory Sport Event Ine Hugaerts, Thomas Könecke	243

Kapitel VI: eSports und Sport & Internet

12 – Ziele und Strategien professioneller Fußballclubs bei der Etablierung von eSports-Abteilungen Sören Bär, Loc Minh Hoang, Markus Kurscheidt	257
13 – Ich bin, also zeige ich mich – Selbstpräsentation deutscher Wintersportler bei Instagram Markus Breuer, Benedikt Römmelt.....	293

Kapitel VII: Die Auswirkungen von COVID-19

14 – Die Furcht vor einer Ansteckung mit dem Coronavirus SARS-CoV-2 – Auswirkung auf den Besuch von Sportevents Stefan Chatrath.....	307
15 – Der Heimvorteil in der Fußball-Bundesliga – Empirische Analyse zur Entwicklung des Heimvorteils nach den pandemiebedingten Geisterspielen Gerd Nufer, Aisha Stickel	333

Über die Herausgeber

Prof. Dr. Luca Rebeggiani, M.A. ist als Professor für Volkswirtschaftslehre an der FOM Hochschule für Oekonomie und Management am Hochschulzentrum Bonn tätig. Er studierte Wirtschaftswissenschaften (Dipl.-Ök.), Geschichte und Romanistik (M.A.) an der Leibniz Universität Hannover und promovierte dort 2007 in Volkswirtschaftslehre. Anschließend war er mehrere Jahre in der amtlichen Statistik tätig (Landesbetrieb für Statistik Niedersachsen, Statistisches Bundesamt), bevor er von 2014 bis 2019 am Fraunhofer Institut für Angewandte Informationstechnik im Bereich Mikrosimulation fiskal- und sozialpolitischer Fragestellungen mitwirkte. Seit dem Wintersemester 2015/16 ist er als Professor für Volkswirtschaftslehre an der FOM Hochschule tätig, wo er auch Statistik und Mathematik lehrt. Seine Forschungsschwerpunkte liegen in den Bereichen Sportökonomie und Glücksspiel sowie Sozialpolitik und öffentliche Finanzen. In diesen Themenfeldern ist er auch als Berater für private und öffentliche Akteure tätig.

Prof. Dr. Michael Drewes hat u. a. an der Albert-Ludwigs-Universität Freiburg Volkswirtschaftslehre (Dipl.-Volkswirt) studiert und wurde dort auch promoviert. Er ist derzeit Professor an der FOM Hochschule für Oekonomie und Management am Hochschulzentrum Mannheim und daneben als Wirtschaftsprüfer in eigener Praxis tätig. Forschungsschwerpunkte sind die externe Rechnungslegung, Sportökonomie sowie Methoden der Wirtschaftswissenschaften.

Über die Autorinnen und Autoren

Prof. Dr. Sören Bär hat im Wintersemester 2022/2023 die Professur für Marketing und Medien an der Bauhaus-Universität Weimar vertreten. Seit Oktober 2017 ist er Professor für Marketing und Eventmanagement an der HMKW Berlin. Von 2020 bis 2021 vertrat er die Professur ABWL, insbesondere Sponsoring und Eventmanagement, an der Hochschule Ostfalia in Salzgitter sowie von 2016 bis 2017 die Professur für Marketing, insbesondere Tourismus, Event und Handel, an der ISM Hamburg. Von 2008 bis 2016 arbeitete er als Professor für Marketing und Dienstleistungsmanagement und ab 2010 als Studiengangsleiter BWL-Dienstleistungsmanagement an der Staatlichen Studienakademie Riesa. Er promovierte 2005 zum Thema „Kooperatives Marketing für touristische Regionen“ an der Universität Leipzig. Beim Best Paper Award der EASM Conference 2022 erhielt sein Beitrag „Objectives And Strategies Of Professional Football Clubs When Establishing eSports Departments. A Comparative Qualitative Analysis Of German Bundesliga Clubs.“ (mit Loc Minh Hoang und Markus Kurscheidt) den dritten Preis.

Cathrin Benkel war von März 2020 bis September 2022 studentische Hilfskraft im Rahmen des BISP-Forschungsprojektes „Sportwissenschaft an Universitäten – Strukturbedingungen und Perspektiven“, in dessen Rahmen sie ihre wissenschaftliche Abschlussarbeit „Die Bedeutung des Leistungssports in der Lehre an deutschen Hochschulen – Eine inhaltsanalytische Auswertung der Modulhandbücher der sportwissenschaftlichen Studiengänge“ verfasste. Sie hat die Fächer Sport und Deutsch (Sekundarstufe I und II) sowie Mathematik (Sekundarstufe I) auf Lehramt an der Universität des Saarlandes studiert.

Prof. Dr. Thomas Bezold, Diplom-Sportökonom, Jahrgang 1965, ist seit Oktober 2002 Professor für Sportmanagement an der Reinhold-Würth-Hochschule der Hochschule Heilbronn in Künzelsau. Nach Studium der Sportökonomie und Promotion in den Fächern Sportwissenschaft, Marketing und Allgemeiner Betriebswirtschaftslehre an der Universität Bayreuth arbeitete er in der Sportvermarktung und in der öffentlichen Sportverwaltung, zuletzt als Leiter des Sportamtes der Stadt Bayreuth. Gründungsmitglied des Arbeitskreises Sportökonomie e. V. Aktuelle Schwerpunkte in Lehre und Forschung sind das Sportmarketing, Vereinsmanagement, Markenmanagement im Sport sowie Internationales Sport- und Eventmanagement. Aus der Verzahnung von Theorie und Praxisprojekten sind zahlreiche Veröffentlichungen zu diesen Themenschwerpunkten entstanden.

Dipl.-Kffr. Petra Biebl arbeitet als Financial Controller in einem internationalen Hotelkonzern. Sie studierte Wirtschaftswissenschaften und Sportmanagement in Hagen und Wismar.

Prof. Dr. Markus Breuer ist Professor an der Fakultät für Wirtschaft der SRH Hochschule Heidelberg. Nach Studium und Promotion am Lehrstuhl für Sportökonomie und Gesundheitsökonomie an der Universität Jena arbeitete er mehrere Jahre bei einer international tätigen Wirtschaftsprüfungsgesellschaft.

Prof. Dr. Oliver Budzinski ist Professor für Wirtschaftstheorie und Direktor des Instituts für Volkswirtschaftslehre an der Technischen Universität Ilmenau. Seine Hauptforschungsgebiete sind die Wettbewerbs- und Industrieökonomik, die Digital- und Medienökonomik sowie die Sportökonomik. In diesen Bereichen hat er drei Bücher, mehr als 60 Beiträge in referierten Fachzeitschriften und mehr als 50 Beiträge in Handbüchern, Tagungsbänden und anderen Sammelwerken publiziert.

Prof. Dr. Stefan Chatrath ist Professor für Sportmarketing. An der University of Europe for Applied Sciences (UE) leitet er den Studiengang Sport und Event Management und ist zudem Mitglied im Fachbereichsrat und Vertreter der Stipendienkommission der UE in Berlin. Seit 2021 gehört er auch dem Marketing Club Berlin an.

Prof. Dr. Frank Daumann hat den Lehrstuhl für Sportökonomie und Gesundheitsökonomie am Institut für Sportwissenschaft der Friedrich-Schiller-Universität in Jena inne. Er hat nach einem Studium der Betriebswirtschaftslehre und einer Promotion in Volkswirtschaftslehre im Jahre 1998 an der Rechts- und Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität Bayreuth habilitiert. Seine bevorzugten Forschungsgebiete sind die Sportökonomie, die Gesundheitsökonomie sowie Problemstellungen der Wettbewerbs-, Institutionen- und Ordnungsökonomie. Frank Daumann ist u. a. Mitglied des Arbeitskreises Sportökonomie e. V., des Gesundheitsökonomischen Ausschusses im Verein für Socialpolitik, der American Economic Association und des Walter Eucken Instituts e. V.

Dr. Sebastian Faulstich erforscht und berät seit 2015 Sport- und Kultureinrichtungen. Der freiberufliche Autor studierte Geschichte, Politikwissenschaften und Sportmanagement. Seine bevorzugten Forschungsgebiete sind die Sportökonomie, das Kulturmanagement sowie Problemstellungen des strategischen Personalmanagements, der Wettbewerbsökonomie und der Leadership. Sebastian Faulstich ist u. a. Mitglied des Arbeitskreises Sportökonomie e. V., des Deutschen Museumsbundes e. V. und diverser historischer Vereine und Arbeitsgruppen.

Prof. Dr. Arne Feddersen ist Professor für Industrieökonomik und Leiter der Forschungsgruppe „Markets, Organization, and Behavior“ an der University of Southern Denmark in Esbjerg, Dänemark. Seine Hauptforschungsgebiete sind die Sport- und Medienökonomik, Industrieökonomik sowie Regionalökonomik. Hierzu hat er mehr als 50 Beiträge in referierten Fachzeitschriften, Handbüchern und Tagungsbänden veröffentlicht. Er war von 2015 bis 2021 der geschäftsführende Herausgeber des International Journal of Sport Finance sowie Mitglied des Vorstands der European Sport Economics Association von 2013 bis 2021.

Prof. Dr. Bernd Frick, ist seit 2007 Professor für Organisations-, Medien- und Sportökonomie an der Universität Paderborn und (von 2016–2019 sowie seit 2023) Professor für Sportökonomie an der Privatuniversität Schloss Seeburg in Seekirchen/Salzburg. Zuvor war er Professor für Unternehmensführung, Wirtschaftsethik und gesellschaftlichen Wandel an der Universität Witten/Herdecke (2001–2007) und Professor für Personal- und Organisationsökonomie an der Ernst-Moritz-Arndt Universität Greifswald (1995–2001). Weitere Rufe (u. a. an die Universität Wien, die London School of Economics und die Türkisch-Deutsche Universität in Istanbul) lehnte er ab. Zu seinen Forschungsschwerpunkten zählen die Personal- und Organisationsökonomie, Weinökonomie, Kunst- und Kulturökonomie sowie die Religionsökonomie. Von 2011 bis 2015 war er zudem Direktor des Instituts für Arbeit und Personalmanagement an der AutoUni der Volkswagen AG in Wolfsburg.

Jun.-Prof. Dr. Freya Gassmann ist seit September 2022 Juniorprofessorin für Methoden der Empirischen Sozialforschung an der Rheinland-Pfälzische Technische Universität Kaiserslautern Landau. Ihre Forschungsschwerpunkte liegen in der Sportsoziologie, Sportökonomie, Hochschulforschung und den Methoden

der empirischen Sozialforschung. Nach dem Studium der Soziologie und Erziehungswissenschaften mit einem besonderen Fokus auf den quantitativen Methoden der empirischen Sozialforschung in Mannheim war Freya Gassmann zunächst wissenschaftliche Mitarbeiterin am Centrum für Evaluation (CEval) an der Universität des Saarlandes, danach am Lehrstuhl für Sportökonomie und Sportsoziologie am Sportwissenschaftlichen Institut.

Johannes Hell, M.Sc. hat seit April 2022 die Leitung des Biomechaniklabors der Sanisaar Orthopädie GmbH inne. Das Promotionsvorhaben widmet sich der Betrachtung der sozioökonomischen Bedingungen und Auswirkungen Olympischer Spiele auf der Makro- und Mikroebene. Johannes Hell studierte Sportwissenschaft an der Universität des Saarlandes. Anschließend war er zunächst wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Sportökonomie und Sportsoziologie am Sportwissenschaftlichen Institut der Universität des Saarlandes.

Loc Minh Hoang arbeitet als SEA Growth Consultant bei der Smarketer GmbH in Berlin. Er absolvierte den Studiengang Medien- und Eventmanagement an der Hochschule für Medien, Kommunikation und Wirtschaft (HMKW) Berlin und erwarb den Abschluss Bachelor of Arts. Loc Minh Hoang ist ein Experte im Bereich Online Games.

Ine Hugaerts has just finished her PhD and now works as a postdoc at KU Leuven (Belgium), where she is a member of the “Physical Activity, Sports & Health Research Group“. The main focus of her academics works is environmental sustainability of sport events and sport federations.

Prof. Dr. Andreas Kladroba ist Professor für Mathematik und Statistik an der FOM Hochschule am Hochschulzentrum Düsseldorf. Nebenberuflich ist er als Senior Research Advisor beim Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft tätig. Andreas Kladroba hat an der Universität Essen Volkswirtschaft studiert und dort im Jahr 1994 als Diplom-Volkswirt abgeschlossen. Danach hat er am Lehrstuhl für Statistik promoviert. Nach seiner Universitätszeit war er als Spezialist für quantitative Methoden bei der Commerzbank in Frankfurt/Main, bevor er beim Stifterverband zunächst als Wissenschaftlicher Referent, dann als Projektleiter und Geschäftsführer der Wissenschaftsstatistik GmbH tätig war. Seit 2016 ist er

hauptberuflicher Dozent der FOM Hochschule. Sein Forschungsschwerpunkt ist die angewandte Statistik, besonders im Kontext von Forschung und Innovation.

Prof. Dr. habil. Thomas Könecke is associate professor in sport management at KU Leuven (Belgium). He obtained his PhD and a postdoctoral qualification (habilitation) at Johannes Gutenberg University Mainz (Germany). At KU Leuven, Thomas is a member of the Physical Activity, Sports and Health Research Group, the interdisciplinary Centre for Ethics, Regulation and Integrity in Sport (iCERIS), the KU Leuven Digital Society Institute (DigiSoc) and the KU Leuven Institute for Mobility (LIM). His research interests comprise sustainability in sport, sport organisations, governance and regulation in sport, sport events, sport consumers and sport consumption, brand and financial management as well as eSports.

Dr. Philipp Kunz-Kaltenhäuser ist Wissenschaftlicher Mitarbeiter im Fachgebiet Wirtschaftstheorie am Institut für Volkswirtschaftslehre, Technische Universität Ilmenau. Die Vertiefungsrichtungen seiner Forschung sind Sportökonomik, Wettbewerbs- und Medienökonomik. Er ist Autor verschiedener peer-reviewter Veröffentlichungen u. a. aus den Bereichen des Europäischen Fußballs und der U.S.-Amerikanischen National Football League.

Prof. Dr. Markus Kurscheidt ist seit Oktober 2011 Inhaber des Lehrstuhls für Sportwissenschaft II – Sport Governance und Eventmanagement – an der Universität Bayreuth. Seit dem 1. April 2021 fungiert er als Direktor des Bayreuther Zentrums für Sportwissenschaft BaySpo. Zudem steht er dem Prüfungsausschuss Sportökonomie sowie der Zulassungskommission zum Masterstudien-gang vor. Im Januar 2007 promovierte er an der Universität Paderborn zur ökonomischen Analyse von Sportgroßveranstaltungen. Zu seinen Forschungsschwerpunkten Governance, Institutionen- und Politökonomik in empirischer Anwendung auf den Sport, insbesondere Sportanlagen, Sportevents, Sportpolitik, Gesundheitssport, Teamsport und Fankultur referierte er weltweit auf namhaften Konferenzen und publizierte in renommierten internationalen Fachzeitschriften. Er ist zweiter Vorsitzender im Arbeitskreis Sportökonomie e. V. und Vizepräsident der International Association of Sports Economists IASE.

Katrin Lindt, M.A. ist Doktorandin an der Rheinland-Pfälzische Technische Universität Kaiserslautern Landau mit dem Forschungsschwerpunkt „Risikokarriere Leistungssport?!“. Sie ist seit 2017 wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Hochschule Koblenz / RheinAhrCampus im Fachbereich Wirtschafts- und Sozialwissenschaften im Bereich Sportmanagement. Sie studierte Sportmanagement im Bachelor und Economic and Social Research im Master an der Hochschule Koblenz / RheinAhrCampus Remagen.

Dr. Lars Mortsiefer ist Mitglied des Vorstandes der Nationalen Anti Doping Agentur Deutschland (NADA) und Leiter der Rechtsabteilung der NADA. Er begann seine Tätigkeit bei der NADA im Jahr 2008 als Justiziar. Im Jahr 2009 wurde er zusätzlich Datenschutzkoordinator der NADA. Datenschutz in der Anti-Doping-Arbeit war auch das Forschungsgebiet für seine Promotion. 2010 übernahm er die Rechts- und Verwaltungsabteilung der NADA zunächst als kommissarischer Leiter. Seit 2011 ist er Leiter der Rechtsabteilung und Mitglied des Vorstandes der NADA. In der internationalen Anti-Doping-Arbeit engagiert er sich seit 2013 unter anderem durch den Vorsitz der Arbeitsgruppe Recht der sog. Monitoring Group des Europarats zur Anti-Doping-Konvention. Seit 2019 ist Lars Mortsiefer zudem stellvertretender Vorstandsvorsitzender des *Institutes of National Anti-Doping Organizations* (iNADO), dem weltweiten Netzwerk von nationalen Anti-Doping-Organisationen.

Prof. Dr. Gerd Nufer lehrt Betriebswirtschaftslehre mit den Schwerpunkten Marketing, Handel und Sportmanagement an der ESB Business School der Hochschule Reutlingen. Er ist Studiendekan des MBA International Management Part-Time sowie Akademischer Leiter des berufsbegleitenden M.A. International Retail Management. Gerd Nufer verfügt über eine langjährige Praxiserfahrung an der Schnittstelle von Sport und Wirtschaft. Seine Lehr-, Forschungs- und Beratungsschwerpunkte sind Sport- und Event-Marketing, Sponsoring / Ambush Marketing, Marketing-Kommunikation, Marketing below the line / innovatives Marketing sowie internationale Marktforschung.

Prof. Dr. Benedikt Römmelt ist Professor für Marktforschung und Statistik an der Fachhochschule Erfurt. Im Anschluss an sein Studium der Sportökonomie an den Universitäten Bayreuth und Montpellier promovierte er am Lehrstuhl für Sportökonomie und Gesundheitsökonomie der Friedrich-Schiller-Universität Jena. Nach Tätigkeiten in Beratungs- und Marktforschungsunternehmen lehrte und

forschte er im Bereich Sportmanagement und Sportmarketing an der SRH Hochschule Heidelberg.

Prof. Dr. Holger Schunk is professor in media management with a focus on marketing at RheinMain University of Applied Sciences. He has more than 20 years of experience in management consulting and was managing director of an international consulting company between 2006 and 2011. As a consultant, he has supported world-leading international organizations as well as medium-sized companies from various industries in Germany and abroad. His research focuses on strategic brand management and brand valuation.

Viktoria Spindler began her doctoral studies at KU Leuven in Belgium in September 2021 and has since then been working at RheinMain University of Applied Sciences in Wiesbaden as a research assistant. Her doctoral project focuses on the impact of environmental and social sustainability on consumer preference and willingness to pay for sports apparel and sports events. She studied nutrition economics in her master's degree at Justus Liebig University, Gießen. During her studies she gained interdisciplinary and international experience at Umeå Universitet in Sweden. In addition, she worked at the institute for business administration in the food industry, while studying for her master's degree.

Aisha Stickel absolvierte ihren Master of Science in General Management und ihren Bachelor of Arts in Sprachen, Geschichte und Kulturen des Nahen Ostens an der Eberhard Karls Universität Tübingen. Sie ist derzeit an der ESB Business School der Hochschule Reutlingen als Projektkoordinatorin für die Digitalisierung der Lehre im MBA International Management Part-Time zuständig.

Prof. Dr. Lutz Thieme ist seit 2001 Professor für Sportmanagement an der Hochschule Koblenz / RheinAhrCampus Remagen. Nach seinem Studium der Sportwissenschaft, Kommunikationswissenschaft und Psychologie an der Universität Leipzig übte er verschiedene Tätigkeiten in der öffentlichen Verwaltung und in Unternehmen aus. Lutz Thieme schrieb seine sportpädagogische Dissertation nebenberuflich an der Universität Leipzig. 2012 habilitierte er sich an der Universität des Saarlandes. Forschungsschwerpunkte sind die Entwicklung von Steuerungsinstrumenten für Sportorganisationen, Ehrenamt, Sportentwicklung,

Sportstätten und die Digitalisierung im Sport. Er hat verschiedene ehrenamtliche Funktionen in Sportvereinen und Sportverbänden.

Prof. Dr. Gerhard Trosien, Sport(management)wissenschaftler und Soziologe, ist seit 2012 an der accadis Hochschule Bad Homburg als Professor für Sportmanagement. Von 1980 bis 2001 war er beim Deutschen Sportbund e. V.; anschließend bis 2011 Professor und Leiter des Arbeitsbereiches Sportmanagement an der SRH Hochschule Heidelberg. Zahlreiche Seminare, Vorträge und Exkursionen im In- und Ausland sowie zahlreiche Publikationen. Fußball- und Tischtennisportler sowie ehrenamtliche Engagements in Sportvereinen. Mitgründer des Arbeitskreises Sportökonomie e. V. und der Sportregion Rhein-Neckar e. V.

***25 Jahre Arbeitskreis Sportökonomie –
Rückblick und Ausblick***

Thomas Bezold / Bernd Frick / Gerhard Trosien

Autorenkontakt

Prof. Dr. Thomas Bezold

Professor für Sportmanagement an der Reinhold-Würth-Hochschule der
Hochschule Heilbronn, Campus Künzelsau

E-Mail: thomas.bezold@hs-heilbronn.de

Abstract

Der Beitrag zeichnet die Gründungsphase des Arbeitskreises Sportökonomie e. V. aus der Sicht von drei Gründungsmitgliedern nach, die aktiv in diesem Prozess involviert waren. Dabei wird besonders auf die koordinierenden Vorbereitungstreffen sowie die strategischen Überlegungen und inhaltlichen Schwerpunktsetzungen eingegangen, die zur Gründung geführt haben. Eine zusammenfassende chronologische Darstellung der bisherigen jährlichen Arbeitskreistagungen seit 1998 mit den korrespondierenden Veröffentlichungen rundet den ersten Teil des Beitrages ab.

Besonderes Augenmerk wird auf die Auswahl der inhaltlichen Schwerpunktthemen der Jahrestagungen gelegt. Es wird nachgezeichnet, dass der Arbeitskreis eine breite Palette von sportökonomisch relevanten Themenfeldern bearbeitet und damit Lösungsansätze für die Praxis und Impulse für weitere Forschungsvorhaben geliefert hat. Die Veröffentlichungen der Jahreskreistagungen haben darüber hinaus einen wesentlichen Beitrag der Etablierung der Sportökonomie und des Sportmanagements als Schnittstellendisziplinen in der wissenschaftlichen Verortung geleistet.

In einem weiteren Kapitel wird die Entwicklung der Sportökonomie und Sportmanagement-Studiengänge in Deutschland seit den 1980er Jahren beleuchtet, die im Bereich der akademischen Lehre wesentlich für die Akzeptanz und Etablierung des Berufsbildes des Sportmanagers verantwortlich waren. Die verschiedenen Studiengänge, die an sportwissenschaftlichen Institutionen oder an wirtschaftswissenschaftlichen Fakultäten von Universitäten und staatlichen, wie privaten Hochschulen für angewandte Wissenschaften eingerichtet wurden, haben maßgeblich zu einer Qualitätssteigerung in der personellen Ausstattung und damit auch zur Professionalisierung in der deutschen Sportlandschaft beigetragen. Aus dem Arbeitskreis kamen dazu wichtige Impulse, was die inhaltliche Ausgestaltung der Studiengänge in der Lehre und das Setzen von Forschungsthemen anbelangte.

Im abschließenden Kapitel wird auf der Basis des Rückblicks auf die ersten 25 Jahre ein Ausblick auf die weitere Entwicklung von Sportökonomie und Sportmanagement in Lehre, Forschung und Praxis gewagt und Themenbereiche adressiert, die eine besondere Beachtung erfahren sollten. Dazu zählen unter anderem ein verantwortungsvoller Umgang mit der Zulassung weiterer Studiengänge sowie in diesem Zusammenhang die Berücksichtigung der limitierten Aufnahmekapazität des Sportmarktes für hauptamtliches Personal. Zur verbesserten Wahr-

nehmung des Arbeitskreises in der allgemeinen und fachspezifischen Öffentlichkeit sollte der interdisziplinäre Ansatz bei der Auswahl und Bearbeitung von Themen in Forschung und Lehre in bewährter Weise fortgeführt sowie das nationale und internationale Netzwerk mit Stakeholdern aus Wissenschaft, Sport, Wirtschaft, Politik und Gesellschaft weiterhin gepflegt und ausgebaut werden.

Inhalt

Abstract.....	2
Tabellenverzeichnis.....	4
1.1 Entstehungsgeschichte des Arbeitskreises	5
1.2 Gründung des Arbeitskreises	6
1.3 Thematische Schwerpunkte	13
1.4 Entwicklung der Studiengänge in Deutschland	15
1.5 Ausblick und Perspektiven des Arbeitskreises	17
Literaturverzeichnis	20

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Übersicht der Jahrestagungen und Schwerpunktthemen des Arbeitskreis Sportökonomie e. V. von 1997 bis 2022.....	11
Tabelle 2:	Übersicht über die Bände der Reihe Sportökonomie – Bände 1–22.....	13

1.1 Entstehungsgeschichte des Arbeitskreises

Bereits lange vor der Gründung des Arbeitskreises hat der professionelle Sport eine Phase der Kommerzialisierung und Professionalisierung erfahren. Hier ist beispielsweise die Gründung der Fußball-Bundesliga im Jahr 1963 zu nennen, die zu einem bis dahin kaum vorstellbaren Professionalisierungsschub geführt hat. Zu Beginn der 1970er Jahre fanden in Deutschland zudem zwei internationale Sport-Großveranstaltungen statt, die erhebliche Investitionen in die Sportinfrastruktur erforderten: die Olympischen Sommerspiele 1972 in München und die Fußball-Weltmeisterschaft 1974. Die neuen bzw. renovierten Stadien eröffneten den ausrichtenden Städten und ihren Vereinen im Nachhinein erhöhte Einnahmemöglichkeiten im Ticketing, Catering und Merchandising. Parallel dazu nahm der Bedarf an fachlich qualifizierten Mitarbeitern zu, für die es aber bis dato keine adäquaten grundständigen Ausbildungsgänge im dualen oder im akademischen System gab. Der deutsche Sport war in dieser Zeit noch stark von der Ehrenamtlichkeit geprägt. Mit den steigenden Umsätzen und der wirtschaftlichen Verantwortung für die beteiligten Vereine und Verbände verstärkte sich auch der Wunsch nach entsprechenden Ausbildungsmöglichkeiten im und für den professionellen Sport.

Auch seitens der in Deutschland bestehenden Sportartikelindustrie kam der Wunsch nach adäquat für die Belange des Sports ausgebildeten Spezialisten auf, die auf der einen Seite die Besonderheiten des Systems „Sport“ richtig einzuschätzen wussten, auf der anderen Seite aber auch die in der Industrie bewährten betriebswirtschaftlichen Methoden und Instrumente auf den Sport übertragen konnten.

In den USA war bereits seit den 1960er Jahren eine verstärkte Professionalisierung des Spitzensports zu erkennen. Der akademische Ausbildungsmarkt in den USA trug dieser Entwicklung Rechnung, indem viele Colleges und Universitäten Bachelor- und Masterprogramme mit einer Schwerpunktsetzung im Sportmanagement anboten. In Deutschland setzte dieser Trend aufgrund verschiedener anders gelagerter Rahmenbedingungen erst später ein. Zunächst standen nach dem 2. Weltkrieg andere Aufgaben im Vordergrund, die die Entstehung einer wettbewerbsfähigen Sportinfrastruktur und die Entwicklung des kommerziellen Sports in den Hintergrund treten ließen. Ende der 1970er und zu Beginn der 1980er Jahre wurde jedoch auch hierzulande die Notwendigkeit einer kombinierten Ausbildung im sport- und wirtschaftswissenschaftlichen Bereich erkannt. Die Universität Bayreuth führte ab 1981 ein zweisemestriges Aufbaustudium „Sport-

recht und Sportverwaltung“ ein.¹ Ziel dieses Studienangebots war es, die Absolventen eines Lehramtsstudiengangs im Sport für außerschulische Tätigkeiten in der Sportselbstverwaltung in Verbänden und Vereinen, in der öffentlichen Sportverwaltung, in der Freizeit- und Reiseindustrie sowie für Einrichtungen in sportbezogenen Gesundheitseinrichtungen zu qualifizieren. Das Aufbaustudium „Sportrecht und Sportverwaltung“ wurde von Studierenden und Arbeitgebern sehr gut angenommen.² Das nur auf zwei Semester begrenzte Aufbaustudium wies aber auch konzeptionell-strukturelle Schwächen auf, die vor allem auf die kurze Dauer zurückzuführen waren (z. B. keine vertiefenden semesterübergreifenden Seminare, sehr kurze Praktikumsphasen, fehlende Zeit für selbständige wissenschaftliche Bearbeitung von sportökonomischen Problem- und Fragestellungen). Aus den Erfahrungen mit dem Aufbaustudiengang und unter Berücksichtigung des Professionalisierungsdrucks in der Sportwirtschaft entwickelte die Universität Bayreuth ab 1985 einen eigenen Diplom-Studiengang „Sportökonomie“, dessen konzeptionelle Entwicklung die Schwächen des Aufbaustudiengangs beseitigte und eine stärkere Spezialisierung in Bezug auf sportökonomische Lehrveranstaltungsangebote und Fragestellungen ermöglichte.³

Darüber hinaus wurden auch an der Deutschen Sporthochschule in Köln und an anderen Universitäten Spezialisierungskurse und Lehrveranstaltungen mit sportökonomischen Inhalten in das sportwissenschaftliche Studium aufgenommen. Mit der zunehmenden wirtschaftlichen Bedeutung des Sports wurden – wenn gleich mit einiger zeitlicher Verzögerung – relevante Themengebiete in der Lehre berücksichtigt.⁴

1.2 Gründung des Arbeitskreises

Workshop Sportökonomie am 17.5.1996 in Köln

Der eigentlichen Gründung des Arbeitskreises gingen verschiedene Diskussions- und Abstimmungsrunden voraus, die die Notwendigkeit, den Bedarf wie auch die Sinnhaftigkeit eines solchen Vorgehens zum Inhalt hatten. Hierbei ist zum einen auf den „Workshop Sportökonomie 1996“ zu verweisen, der am 17.5.1996 vom Institut für Sportökonomie und Sportmanagement an der Deutschen Sporthochschule Köln, geleitet von Prof. Dr. Heinz-Dieter Horch, im Benehmen mit dem

¹ Vgl. Buchmeier / Zieschang (1992), S. 35–37.

² Vgl. ebd., S. 35.

³ Vgl. ebd., S. 35–40.

⁴ Vgl. Trosien (1995) und Trosien (2016), der sich auf die ältere Zusammenstellung bezieht.

Direktor des Bundesinstituts für Sportwissenschaft, Dr. Martin-Peter Büch, in den Räumen des Bundesinstituts stattfand. Hieran nahmen zwölf Interessierte und in der Sportbranche arbeitende Personen teil. Ein zentraler Tagesordnungspunkt des Treffens war die Diskussion über die Gründung einer „Deutschen Sportökonomie-Vereinigung“.⁵ Bei diesem Treffen ging es um den generellen Bedarf, mögliche Interessenten, Zielgruppen und Mitglieder, Aufgaben und zu berücksichtigende Wissenschaftsdisziplinen sowie um die Namensgebung einer möglichen neuen „Wissenschaftsvereinigung Sportökonomie“. Als zentrales Ergebnis wurde festgehalten, dass die Gründung einer neuen wissenschaftlichen Vereinigung „Sportökonomie“ zügig erfolgen sollte, die Rechtsform des eingetragenen Vereins wurde dabei favorisiert. Dazu sollten unter anderem Satzungen und Zielsetzungen von bestehenden wissenschaftlichen Vereinigungen in benachbarten Disziplinen, wie z. B. die des Konstanzer Arbeitskreises Sport und Recht, als Beispiele herangezogen werden.⁶

Workshop Arbeitsgruppe Sportökonomie am 6.3.1997 in Frankfurt a. M.

Neben verschiedenen informellen, persönlichen Gesprächsrunden fand auf Einladung und unter Leitung von Prof. Dr. Heinz-Dieter Horch, Dr. Gerhard Trosien und Prof. Dr. Henning Haase am 6.3.1997 im Haus des Sports in Frankfurt a.M. eine weitere Besprechung der Arbeitsgruppe Sportökonomie statt. Im Rahmen dieser Sitzung beschlossen die zehn Teilnehmer die Gründung des „Arbeitskreises für Sportökonomie“. Das Gründungsprotokoll wurde von allen Anwesenden und im Umlaufverfahren von den Nicht-Anwesenden unterschrieben.⁷ Laut § 11 der Satzung des Arbeitskreises Sportökonomie e. V., Köln, in der Fassung vom 23. Mai 1997, waren folgende Personen in alphabetischer Reihenfolge die zehn Gründungsmitglieder des Arbeitskreises Sportökonomie e. V.:

⁵ Vgl. Heydel (1996), S. 1–3.

⁶ Vgl. ebd., S. 2–3.

⁷ Vgl. Meier (1997), TOP 9.

1. Georg Anders
2. Dr. Thomas Bezold
3. Dr. Martin-Peter Büch
4. Prof. Dr. Bernd Frick
5. Prof. Dr. Henning Haase
6. Prof. Dr. Heinz-Dieter Horch
7. Prof. Dr. Arndt Krüger
8. Rolf Meier
9. Dr. Gerhard Trosien
10. Prof. Dr. Klaus Zieschang.

Georg Anders berichtet in den Informationen des Bundesinstituts für Sportwissenschaft über die Gründung des „Arbeitskreises Sportökonomie“ am 6.3.1997 in Frankfurt a. M. als Zusammenschluss von Wissenschaftlern und Praktikern. Dabei wurde der eingetragene Verein als angemessene Rechtsform für das Vorhaben gewählt und mit Sitz in Köln beim Vereinsregister angemeldet. „Der Arbeitskreis verfolgt – auch über nationale Grenzen hinweg – das Ziel, die Kommunikation unter Wissenschaftlern sowie zwischen Wissenschaftlern und Praktikern, die auf dem Gebiet von Sportökonomie und Sportmanagement arbeiten, zu fördern und den Nutzen entsprechender Forschung und akademischer Ausbildung gegenüber Wissenschaft, Praxis, Politik und Öffentlichkeit zu demonstrieren.“⁸

Workshop Sportökonomie am 27.6.1997 in Köln

Um den Arbeitskreis einem größeren Publikum näher zu bringen und um die inhaltliche und programmatische Linie der neuen Vereinigung festzulegen, wurde am 27.6.1997 in den Räumlichkeiten des Bundesinstituts für Sportwissenschaft in Köln eine weitere Sitzung anberaumt, an der insgesamt 27 Personen teilnahmen. Vorstand und Beirat konnten satzungsgemäß vollständig gewählt werden. In der ersten Legislaturperiode des Arbeitskreises Sportökonomie (1997–1999) bekleideten diese Mitglieder folgende Ämter und Funktionen:

1. Vorsitzender: Dr. Martin-Peter Büch, Bundesinstitut für Sportwissenschaft Köln
2. Vorsitzender: Professor Dr. Heinz-Dieter Horch, Deutsche Sporthochschule Köln
Geschäftsführer: Professor Dr. Bernd Frick, Universität Greifswald

⁸ Anders (1997), S. 19.

Zu Beiratsmitgliedern wurden gewählt:

Dr. Dieter Mussler, Mussler & Partner Frankfurt a. M.
Professor Dr. Horst Schellhaaß, Universität zu Köln
Professor Dr. Klaus Zieschang, Universität Bayreuth.

Erste Sitzung des Arbeitskreises Sportökonomie e. V. am 16./17.5.1998 in Bayreuth

Zur ersten regulären Sitzung des neugegründeten Arbeitskreises wurde durch die Professoren Woratschek und Zieschang an die Universität Bayreuth eingeladen.

Es bleibt an dieser Stelle festzuhalten, dass das, was 1998 vom damaligen 1. Vorsitzenden des Arbeitskreises, Dr. Martin-Peter Büch, im ersten Band der Reihe Sportökonomie in Bezug auf die Zielsetzungen des Arbeitskreises postuliert wurde,⁹ bis heute nichts an ihrer Bedeutung verloren hat:

- „das Wissen um die Sportökonomik und das Sportmanagement zu verbessern,
- neue Methoden und Instrumente zu kreieren,
- Wissenschaftler und Praktiker zusammenzuführen, um voneinander zu erfahren, um erfolgreich Probleme anzugehen,
- Standards für eine akademisch ausgerichtete Disziplin zu setzen, um damit die Lehre zu befruchten und
- den Sport zu beraten; eine sehr klassische, aber in der Sportpolitik vernachlässigte Aufgabe.

Auf den Sport angewandt gilt es,

- die Organisation der Organisation von Sport,
- die Kooperation von Organisationen, insbesondere der Vereine untereinander,
- die Koordination der Organisation von Sport und ihrer Mitglieder über Märkte und ggf. andere Institutionen,
- die Regeln für den Sport und insbesondere die Wettkampffregularien,

⁹ Büch (2000), S. 8.

- die wirtschaftliche Bedeutung des Sports in der Volkswirtschaft auf sportverträgliche Effizienz zu untersuchen und die Träger der Sportpolitik zu beraten.“

Jährliche Arbeitskreistagungen seit 1998

Seit Beginn im Jahr 1998 ist eine jährliche Tagung des Arbeitskreises Sportökonomie die Regel. An der Ausrichtung der Jahrestagung interessierte Kollegen sowie Institutionen können ihre Angebote an den Vorstand oder in die Mitgliederversammlungen einbringen. Die Vergabe erfolgt in der Regel durch Beschluss des Vorstandes bzw. der Mitgliederversammlung. Die Jahrestagungen wurden und werden von der Mitgliederversammlung abwechselnd an unterschiedliche Institutionen, vornehmlich an Universitäten und Hochschulen angewandter Wissenschaften, vergeben, die aktiv Sportökonomie und/oder Sportmanagement in Lehre, Forschung und Transfer betreiben.

Die bislang adressierten thematischen und inhaltlichen Schwerpunkte der Jahrestagungen spiegeln die inhaltliche Breite der Themen und die unterschiedlichen Zugänge von Sportökonomie und Sportmanagements wider. Sie geben auch einen Hinweis auf die zeitpunktbezogenen Forschungsschwerpunkte der jeweils ausrichtenden Institution bzw. auf die sie repräsentierenden Kolleginnen und Kollegen.

Tabelle 1 gibt einen Überblick über die bislang stattgefundenen Jahrestagungen des Arbeitskreises Sportökonomie von 1997 bis 2022.

Tabelle 1: Übersicht der Jahrestagungen und Schwerpunktthemen des Arbeitskreis Sportökonomie e. V. von 1997 bis 2022

Nr.	Datum	Ausrichter	Austragungsort	Schwerpunktthema
	06.03.1997	Haus des Sports	Frankfurt a. M.	Gründung des Arbeitskreises Sportökonomie
	27.06.1997	Bundesinstitut für Sportwissenschaft	Köln	Gründungsworkshop
1	15./16.05.1998	Universität Bayreuth	Bayreuth	Märkte und Organisationen im Sport: Institutionenökonomische Ansätze
2	18./19.06.1999	Deutscher Fußball-Bund	Frankfurt a. M.	Huckepackfinanzierung des Sports: Sportsponsoring unter der Lupe
3	14./15.04.2000	Universität zu Köln	Köln	Rundfunkfreiheit, Wettbewerb und wirtschaftliche Verwertungsinteressen am Beispiel des Sports
4	25./26.05.2001	Sportschule des LSV Saarland	Saarbrücken	Ökonomie des Breitensports
5	07./08.06.2002	Universität Paderborn	Bad Lippspringe	Globalisierung des wirtschaftlichen Wettbewerbs im Sport
6	23./24.05.2003	Technische Universität München	München	Kooperenz im Sportmanagement
7	23./24.04.2004	Universität Leipzig	Leipzig	Ökonomie Olympischer Spiele
8	22./23.04.2005	Universität Innsbruck	Innsbruck	Effektivität und Effizienz öffentlicher Sportförderung
9	04./05.05.2006	Ruhr-Universität Bochum	Bochum	Neue Perspektiven ökonomischer Sportforschung
10	11./12.05.2007	Sportschule Magglingen	Magglingen/CH	Fußball – Ökonomie einer Leidenschaft
11	19./20.06.2008	Universität zu Kiel	Kiel	Ökonomische Perspektiven von Sport und Gesundheit
12	8./9.05.2009	Landessportbund Berlin	Berlin	Sport.Stadt.Ökonomik

13	07./08.05.2010	Universität des Saarlandes	Saarbrücken	Europäische Sportmodelle. Gemeinsamkeiten und Differenzen in international vergleichender Perspektive
14	05./07.05.2011	SRH Hochschule Heidelberg	Heidelberg	Ökonomie der Sportspiele
15	03./05.05.2012	Bundesamt für Sport der Schweiz	Magglingen/CH	Im Schatten der Sportwirtschaft
16	02./04.05.2013	Macromedia Hochschule	München	Evolution und Revolution in der Sportwirtschaft. Perspektiven des Wandels aus sportökonomischer Sicht
17	23./24.05.2014	Universität Bayreuth	Bayreuth	Homo Oeconomicus und Homo Emotionalis – Der seltsame Fall des Dr. Jeckyll und Mr. Hyde im Sportmanagement
18	23./24.05.2015	Universität Leipzig	Leipzig	Sport im Spannungsfeld unterschiedlicher Sektoren
19	13./14.05.2016	Universität Tübingen	Tübingen	Arbeitsmarkt und Sport – eine ökonomische Betrachtung
20	30.6./01.07.2017	IST Hochschule	Düsseldorf	Die Bedeutung der Sportökonomie für die (Regional-) Entwicklung des Sports
21	24. - 26.05.2018	Technische Universität	München	Innovationsökonomie und -management im Sport
22	25. - 27.04.2019	Universität Jena	Jena	Megatrends im Sport
23	2020	Universität Paderborn	Paderborn	Coronabedingte Absage der Tagung
24	16./17.04.2021	Universität Paderborn	online	Strategisches Verhalten im professionellen Individual- und Teamsport
25	24./25.05.2022	FOM Hochschule	Bonn	Wettbewerb und Wettbewerbspolitik im Sport

1.3 Thematische Schwerpunkte

Die Konzentration auf einige wenige inhaltliche Schwerpunkte, die der Arbeitskreis in seinen Jahrestagungen vornahm, ist primär den an den gastgebenden Standorten lehrenden und forschenden Kolleginnen und Kollegen geschuldet. Während in den Anfängen jene Standorte unter den Ausrichtern dominierten, in denen es bereits etablierte Studiengänge in Sportökonomie und Sportmanagement gab, ist in den letzten Jahren eine Verschiebung an Standorte zu konstatieren, an denen einzelne Arbeitskreis-Mitglieder die Sportökonomie und das Sportmanagement als Teilgebiete der BWL oder VWL als Schwerpunkt innerhalb der Sportwissenschaft und ohne eigenständige Studiengänge vorantreiben. In diesem Sinne sind die thematischen „Wellen“ das Ergebnis der Forschungsinteressen der jeweiligen Gastgeber, die – in enger Abstimmung mit dem Vorstand des Arbeitskreises – die inhaltliche Verantwortung für den vor jeder Jahrestagung verschickten „Call for Papers“ haben. Dass unter den Organisatoren der Jahrestagungen eine durchaus begrüßenswerte Breite sowohl in den Themen als auch in den Methoden zu konstatieren ist, hängt wohl insbesondere damit zusammen, dass viele Kollegen in den genannten Bereichen eher als „Einzelkämpfer“ zu bezeichnen sind.

Seit der ersten Arbeitskreistagung im Mai 1998 in Bayreuth ist es üblich, dass die jeweils ausrichtenden Kollegen einen Tagungsband herausgeben, in dem die anlässlich der jeweiligen Arbeitstagung präsentierten Vorträge zusammengefasst publiziert werden. Für die Publikation der Beiträge konnte der Verlag Hofmann, Schorndorf, gewonnen werden, der dafür die Reihe „Sportökonomie“ in sein Verlagsprogramm aufgenommen hat. Tabelle 2 gibt einen Überblick über die bibliographischen Rahmendaten der Verlagsreihe „Sportökonomie“ des Verlags Hofmann.

Tabelle 2: Übersicht über die Bände der Reihe Sportökonomie – Bände 1–22

Band Nr.	Tagung	Herausgeber	Schwerpunktthema der Jahrestagung
1	1998	Büch, M.-P.	Märkte und Organisationen im Sport: Institutionenökonomische Ansätze. 2000.
2	1999	Trosien, G., Haase, H., Mussler, D.	Huckepackfinanzierung des Sports: Sportsponsoring unter der Lupe. 2001.
3	2000	Schellhaaaß, H. M.	Sportveranstaltungen zwischen Liga- und Medieninteressen. 2000.
4	2001	Frick, B.	Ökonomie des Breitensports. 2005.

5	2002	Dietl, H. M.	Globalisierung des wirtschaftlichen Wettbewerbs im Sport. 2003.
6	2003	Zieschang, K., Woratschek, H., Beier, K.	Kooperenz im Sportmanagement. 2004.
7	2004	Kutschke, F.	Ökonomie Olympischer Spiele. 2006
8	2005	Thöni, E., Büch, M.-P., Kornexl, E.	Effektivität und Effizienz öffentlicher Sportförderung. 2006.
9	2006	Klein, M-L., Kurscheidt, M.	Neue Perspektiven ökonomischer Sportforschung. 2008.
10	2007	Dietl, H. M., Franck, E., Kempf, H.	Fußball - Ökonomie einer Leidenschaft. 2009
11	2008	Kähler, R., Schröder, S.	Ökonomische Perspektiven von Sport und Gesundheit. 2010.
12	2009	Maenig, W.	Sport. Stadt. Ökonomik. 2010.
13	2010	Emrich, E., Pierdzioch, C., Büch, M.-P.	Europäische Sportmodelle. Gemeinsamkeiten und Differenzen in international vergleichender Perspektive. 2011.
14	2011	Trosien, G.	Ökonomie der Sportspiele. 2012.
15	2012	Kempf, H., Nagel, S., Dietl, H.	Im Schatten der Sportwirtschaft. 2013.
16	2013	Schafmeister, G., Ellert, G., Dallwig, S.	Evolution und Revolution in der Sportwirtschaft. Perspektiven des Wandels aus sportökonomischer Sicht. 2015.
17	2014	Woratschek, H., Germelmann, C., Kaiser, M.	Der seltsame Fall des Dr. Jeckyll und Mr. Hyde. Homo Oeconomicus und Homo Emotionalis im Sportmanagement. 2016.
18	2015	Hovemann, G., Lammert, J.	Sport im Spannungsfeld unterschiedlicher Sektoren. 2017.
19	2016	Pawlowski, T., Fahrner, M.	Arbeitsmarkt und Sport - eine ökonomische Betrachtung. 2017.
20	2017	Nowak, G.	(Regional-)Entwicklung des Sports. 2018.
21	2018	Königstorfer, J.	Innovationsökonomie und -management im Sport. 2019.
22	2019	Daumann, F., Breuer, M., Berger, T.	Megatrends im Sport. 2019.

Die unterschiedlichen Zugänge von Ökonomen und anderen Sozialwissenschaftlern, zu denen auch diejenigen zu zählen sind, die sich als „Sportmanager“ bezeichnen, sind seit den Anfängen des Arbeitskreises ursächlich für die Heterogenität der bearbeiteten Themen. Während erstere aus beobachtbarem Verhalten auf die diesem Verhalten zugrundeliegenden Motive zurückschließen, erfragen letztere die Motive und Einstellungen z. B. von sporttreibenden Individuen und/oder Fans, um anhand von empirischen Befragungsdaten ihre jeweiligen Forschungsfragen beantworten zu können. Dabei offen bleiben muss, inwieweit strategisch motiviertes Verhalten die Antworten beeinflusst. Die letztlich wissenschaftstheoretische Frage nach dem geeigneten Zugang – Beobachtung vs. Befragung – ist und bleibt eine der für die Diskussionen im Arbeitskreis besonders wichtigen (und vermutlich nicht abschließend zu beantwortenden) methodischen Thematiken.

Unter den Professoren der Sportökonomie bzw. des Sportmanagements gibt es im deutschsprachigen Raum bis heute nur einige wenige Frauen. Hier sind insbesondere Prof. Dr. Marie-Louise Klein (zuletzt an der Ruhr-Universität Bochum) und Prof. Dr. Pamela Wicker (seit einiger Zeit an der Universität Bielefeld) zu nennen.

1.4 Entwicklung der Studiengänge in Deutschland

Während Studiengänge in Sportökonomie und -management sowohl auf Bachelor- als auch Master-Ebene in den USA eine lange Tradition haben, hat es in Deutschland, aber auch in Österreich und der Schweiz doch recht lange gedauert, bis die ersten akademischen Studiengänge angeboten wurden.

Neben den Universitäten, an denen entsprechende Studiengänge etabliert sind, sind es die betriebswirtschaftlichen Fakultäten bzw. Arbeitsbereiche der früheren Fachhochschulen, die unter dem Sammelbegriff „Sportmanagement“ ihre inhaltlich durchaus heterogenen Studiengänge anbieten. Während die an den Fachhochschulen bearbeiteten Fragestellungen typischerweise einen starken Anwendungsbezug haben, wird an einzelnen Universitäten mit einschlägigen Programmen auch international Anschluss- und konkurrenzfähige Grundlagenforschung betrieben. Vor diesem Hintergrund ist es nicht überraschend, dass seit einiger Zeit die Zahl an fachspezifischen Promotionen und Habilitationen deutlich zugenommen hat. Neuerdings sind Promotionen in Kooperation mit Universitäten im In- wie im Ausland auch an bestimmten Fachhochschulen zugelassen, die eigene Studiengänge in Sportökonomie und/oder Sportmanagement anbieten.

In der Zeit vor der Bologna-Reform mit der Umstellung auf Bachelor- und Masterabschlüsse sah das Studium der Sportwissenschaften – sei es mit oder ohne sportökonomische Bezüge – mit dem Diplom- und Magisterabschluss sowie dem Staatsexamen ein noch größeres Spektrum an Abschlüssen vor, was wiederum die Entwicklung einheitlicher Curricula nahezu unmöglich machte. Daran hat sich freilich bis heute nicht viel geändert: Obwohl wir mittlerweile über langjährige Erfahrungen mit Bachelor- und Masterstudiengängen verfügen, kann man feststellen, dass die Differenzierungen noch weiter zugenommen haben. Die institutionellen Zuordnungen, die inhaltlichen Schwerpunkte, die internationalen Kooperationen, die personellen Voraussetzungen wie auch die Kooperation von Wissenschaftlern und Führungskräften aus dem Sportbusiness – nahezu alles ist an jedem Standort idiosynkratisch und damit innerhalb der „academic community“ kaum vergleichbar.

Die Universität Bayreuth war mit ihrer speziellen Kombination aus Sportwissenschaft, Betriebswirtschaftslehre und Rechtswissenschaft zweifellos „first mover“, gefolgt von der Sporthochschule in Köln, an der die erste Sportökonomie-Professur in Deutschland eingerichtet wurde (Prof. Dr. Heinz-Dieter Horch). Um das Jahr 2000 schließlich kam es zu einer erheblichen Ausdehnung der Zahl an Studiengängen für Sportmanagement in den betriebswirtschaftlichen Abteilungen und Fakultäten verschiedener Fachhochschulen, u. a. in Wolfenbüttel, Remagen, Künzelsau, Heidelberg.¹⁰ Wenig später kamen u. a. mit *accadis* in Bad Homburg und der *Fachhochschule für Angewandtes Management* in Erding die ersten privaten Bildungseinrichtungen hinzu. Eine Sonderrolle nimmt nach wie vor das *IST-Studieninstitut* ein – mit einer zwar über 30-jährigen Existenz, aber einer wesentlich jüngeren Laufzeit akkreditierter sportökonomischer Studiengänge.¹¹

Mit dem zunehmenden Angebot an Studiengängen einher ging ein nennenswerter Personalausbau nicht nur an den diese Programme anbietenden Universitäten und Fachhochschulen, sondern auch eine erhebliche Professionalisierung der gesamten Sportindustrie – von professionellen Clubs über Breitensportvereine, Sportartikelhersteller bis hin zur Reise- und Eventbranche. Auch wenn es in Deutschland mittlerweile rund 20.000 Sportmanager mit akademischen Abschlüssen geben dürfte, ist über ihre Einsatzfelder, ihre Karriereperspektiven und ihre Einkommen bislang wenig bekannt und geforscht worden. Die Behebung dieses empirischen Defizits ist und bleibt eine vordringliche Aufgabe.¹²

¹⁰ Vgl. dazu Bezold, Thieme / Trosien / Wadsack (2019)

¹¹ Vgl. im Überblick dazu Wallrodt / Thieme (2017).

¹² Vgl. die Ansätze von Trosien et al. (2017 und 2019).

1.5 Ausblick und Perspektiven des Arbeitskreises

Innerhalb eines vergleichsweise kurzen Zeitraums von nur fünf Jahren (1995–2000) erfuhr die Sportökonomie in Deutschland einen erheblichen Entwicklungsschub. Am 6. Februar 1995 wurde Dr. Martin-Peter Büch Direktor des Bundesinstituts für Sportwissenschaft. Im gleichen Jahr wurde Prof. Dr. Heinz-Dieter Horch auf den ersten Lehrstuhl für Sportökonomie an der Sporthochschule in Köln berufen. 1997 wurde der Arbeitskreis Sportökonomie e. V. in Frankfurt gegründet und 1998 fand in Bayreuth dessen erste Jahresveranstaltung statt.

In den Jahren vor der Gründung des Arbeitskreises war ein erheblicher Teil der Absolventen sportwissenschaftlicher Studiengänge von Arbeitslosigkeit betroffen. Ungeachtet ihrer akademischen Ausbildung erhielten viele nicht die von ihnen angestrebte Einstellung im Schulsport und mussten deshalb in die gemeinnützige Sportbewegung und/oder in die überwiegend privaten Fitness-Studios ausweichen, obwohl sie kaum oder gar nicht über die dafür erforderliche Qualifikation verfügten. Bezeichnend dafür ist die damalige Aussage der Rektorin der Sporthochschule, Prof. Dr. Christiane Stang-Voss: „Wir haben zu lange nur für die Schule ausgebildet“ ... „Im ‚Diplom 1990‘ sollen Freizeit- und Gesundheitssport, Rehabilitation, Sportverwaltung und -management, Sportpublizistik und Sportökonomie betont werden, aber auch der Spitzensport. ...“.¹³

Die erhebliche Zunahme an Studiengängen im Bereich der Sportökonomie und des Sportmanagements ist seit einiger Zeit primär an (privaten) Fachhochschulen zu beobachten.¹⁴ Damit einher geht oftmals eine stärkere Orientierung an den betrieblichen Umsetzungsmöglichkeiten und den Fragen der Sportpraxis sowie eine mögliche langfristig problematische Vernachlässigung der Grundlagenforschung. Die sogenannte „Fanforschung“ beispielsweise lässt jede emotionale Distanz zum Untersuchungsgegenstand – den zumeist jüngeren männlichen Stadionbesuchern – vermissen und läuft damit Gefahr, sich von den organisierten Fußball-Fans instrumentalisieren zu lassen. Der große Vorteil einer ökonomischen – im Gegensatz zu einer verhaltenswissenschaftlichen – Orientierung besteht darin, dass erstere bewusst darauf verzichtet, Partei zu ergreifen, weil nur so eine kritische und zugleich reflektierende, belastbare Handlungsempfehlungen formulierende Analyse gewährleistet werden kann.

¹³ Frankfurter Rundschau (1988).

¹⁴ Vgl. im Überblick dazu Thieme (2011), Wallrod / Thieme (2017) sowie Dunkel et al. (2018).

Der Arbeitskreis sollte die Einführung weiterer sportökonomischer Studiengänge sehr kritisch begleiten und sich hier klar positionieren. Das Studienfach „Sportmanagement“ oder „Sportökonomie“ besticht bei den Bewerbern durch hohe Attraktivität und Popularität und erzeugt entsprechende Nachfrage nach Studienplätzen. Allerdings steht dieser Angebotsnachfrage nur eine begrenzte Aufnahmekapazität des Sportmarktes für Sportmanager gegenüber, die nicht unbegrenzt gesteigert werden kann. Die Kommerzialisierung und Professionalisierung ist in vielen Sportarten weit fortgeschritten bzw. bereits ausgereizt. In verschiedenen Sportarten und Vermarktungsformaten gibt es noch Nachhol- und Optimierungsbedarf. Darüber hinaus haben durch die Mitarbeit in einschlägigen Akkreditierungsagenturen involvierte Kolleginnen und Kollegen direkte Einflussmöglichkeiten, die verantwortungsbewusst genutzt werden sollten. Die Aufnahmefähigkeit der Sportbranche für vollwerbliche Tätigkeiten im Sportmanagement ist begrenzt. Die Corona-Pandemie hat darüber hinaus die Verletzlichkeit des eventgetriebenen Geschäftsmodells im Profisport drastisch vor Augen geführt. Ein durch die Studiengänge anbietenden Institutionen zu verantwortendes Überangebot in Form zu vieler Absolventen, die im Sportmarkt vollberuflich arbeiten wollen, sollte vermieden werden, um damit einhergehende Kollateral- und Imageschäden für die gesamte Disziplin zu vermeiden.

Heute, nach mittlerweile 25 Jahren, steht der Arbeitskreis Sportökonomie vor alten vor folgenden Herausforderungen:

- Die internationale Sichtbarkeit der deutschen Sportökonominnen und -managerinnen in internationalen Vereinigungen (European Sports Economics Association (ESEA), North American Association of Sports Economists (NAASE), European Association of Sport Management (EASM)) ist bereits recht gut, kann aber durchaus noch weiter verbessert werden. So hat beispielsweise die EASM in ihrer mittlerweile 30-jährigen Verbandsgeschichte lediglich eine Jahrestagung in Deutschland durchgeführt (2008 in Heidelberg) während die ESEA in 15 Jahren immerhin zweimal zu Gast in Deutschland war (2010 in Köln und 2017 in Paderborn).
- Die externen Beziehungen zu anderen, aus sportökonomischer Sicht relevanten Verbänden (z. B. zum Arbeitskreis Sportrecht, zu anderen betriebswirtschaftlichen Disziplinen wie Marketing oder Organisation), aber auch zur Sportwissenschaft (dvs) und zum Sportjournalismus (VDS) sind zweifellos ausbaufähig.
- Über eine systematische Zusammenarbeit (nicht nur) mit dem 1996 gegründeten Unternehmen „SPONSORS“ sowie eine stärkere Einbeziehung

und Berücksichtigung von Partnern aus der (Sport-)Wirtschaft und deren Problem- und Fragestellungen wird in naher Zukunft ebenfalls zu diskutieren sein.

Ähnlich wie die internationalen Vereinigungen EASM und ESEA ihre Sichtbarkeit innerhalb wie außerhalb der „scientific community“ durch die Vergabe von Preisen und Auszeichnungen verbessern, sollte auch der Arbeitskreis Sportökonomie e. V. seinen Mitgliedern, die sich um die Entwicklung des Faches verdient gemacht haben, die ihnen zustehende Würdigung entgegenbringen. Die Verleihung der Ehren-Mitgliedschaft an Prof. Dr. Heinz-Dieter Horch im Jahre 2019 war ein erster Schritt in diese Richtung.

Literaturverzeichnis

- Anders, G. (1997): Sitzung des Arbeitskreises „Sportökonomie“, in: Informationen des Bundesinstituts für Sportwissenschaft, Ausgabe 4/1997, S. 19.
- Bezold, T. / Thieme, L. / Trosien, G. / Wadsack, R. (Hrsg.) (2019): Handwörterbuch des Sportmanagements, 3. Aufl., Berlin: Peter Lang.
- Büch, M.-P. (Hrsg.) (2000): Märkte und Organisation im Sport: Institutionsökonomische Ansätze. Reihe Sportökonomie, Band 1. Schorndorf: Hofmann.
- Buchmeier, W. / Zieschang, K. (1992): Sportökonomien im Studium und Beruf. Schorndorf: Hofmann.
- Frankfurter Rundschau (1988): „8.000 Sportlehrer suchen Jobs. Wirtschafts-Sportreferent“ heißt das Zauberwort. FAW und DSB arbeiten zusammen. Hochschulen reagieren. Ausgabe vom 4. Januar 1988.
- Heydel, J. (1996): Protokoll des Workshops „Sportökonomie“ am 17.5.1996 von 13 – 17 Uhr in Köln. Unveröffentlichtes internes Dokument.
- Meier, R. (1997): Protokoll der Sitzung der Arbeitsgruppe „Sportökonomie“ vom 6.3.1997. Unveröffentlichtes internes Dokument.
- Thieme, L. (2011): Zur Konstitution des Sportmanagements als Betriebswirtschaftslehre des Sports-Entwicklung eines Forschungsprogramms. Habilitationsschrift, epubli.
- Trosien, G. (2016): Sport und Management – Einblicke in ein Theoriefeld in Entfaltung. In: accadis denkpunkt, Nummer 1, 37–43.
- Trosien, G. (1995) (Red.): Sport und Ökonomie. in: dvs-Informationen, 20–49.
- Trosien, G. / Ratz, M. / Hattemer, R. (2017): Die Sportmanager in der Sportbranche. Abschlussbericht, 1. Projektphase. Bad Homburg.
- Trosien, G. / Ratz, M. / Hattemer, R. (2019): Die Sportmanager in Deutschland. Karrieren in einer Querschnittsbranche. Abschlussbericht, 2. Projektphase. Bad Homburg.
- Wallrodt, S. / Thieme, L. (2017): Sportökonomische Studiengänge in Deutschland: Wettbewerb oder Angleichung im organisationalen Feld? In: Pawlowski, T.; Fahrner, M. (Hrsg.): Arbeitsmarkt und Sport – eine ökonomische Betrachtung. Schorndorf: Hofmann, S. 153–173.

Weiterführende Literatur

Tagungsbände des Arbeitskreises in chronologischer Reihenfolge – Reihe Sportökonomie im Hofmann Verlag, Schorndorf:

- Büch, M.-P. (Hrsg.) (2000): Märkte und Organisation im Sport: Institutionsökonomische Ansätze. Schorndorf: Hofmann. Reihe Sportökonomie, Band 1.
- Trosien, G. / Haase, H. / Mussler, D. (Hrsg.) (2001): Huckepackfinanzierung des Sports: Sportsponsoring unter der Lupe. Schorndorf: Hofmann. Reihe Sportökonomie, Band 2.
- Schellhaaß, H. M. (Hrsg.) (2000): Sportveranstaltungen zwischen Liga- und Medieninteressen. Schorndorf: Hofmann 2000. Reihe Sportökonomie, Band 3.
- Frick, B. (Hrsg.) (2005): Ökonomie des Breitensports. Schorndorf: Hofmann 2005. Reihe Sportökonomie, Band 4.
- Dietl, H. M. (Hrsg.) (2003): Globalisierung des wirtschaftlichen Wettbewerbs im Sport. Schorndorf: Hofmann. Reihe Sportökonomie, Band 5.
- Zieschang, K. / Woratschek, H. / Beier, K. (Hrsg.) (2004): Kooperenz im Sportmanagement. Schorndorf: Hofmann. Reihe Sportökonomie, Band 6.
- Kutschke, F. (Hrsg.) (2006): Ökonomie Olympischer Spiele. Schorndorf: Hofmann. Reihe Sportökonomie, Band 7.
- Thöni, E. / Büch, M.-P. / Kornexl, E. (Hrsg.) (2006): Effektivität und Effizienz öffentlicher Sportförderung. Schorndorf: Hofmann. Reihe Sportökonomie, Band 8.
- Klein, M-L. / Kurscheidt, M. (Hrsg.) (2008): Neue Perspektiven ökonomischer Sportforschung. Schorndorf: Hofmann. Reihe Sportökonomie, Band 9.
- Dietl, H. M. / Franck, E. / Kempf, H. (Hrsg.) (2009): Fußball – Ökonomie der Leidenschaft. Schorndorf: Hofmann. Reihe Sportökonomie, Band 10.
- Kähler, R. / Schröder, S. (Hrsg.) (2010): Ökonomische Perspektiven von Sport und Gesundheit. Schorndorf: Hofmann. Reihe Sportökonomie, Band 11.
- Maennig, W. (Hrsg.) (2010): Sport. Stadt. Ökonomik. Schorndorf: Hofmann. Reihe Sportökonomie, Band 12.
- Emrich, E. / Pierdzioch, C. / Büch, M.-P. (Hrsg.) (2011): Europäische Sportmodelle – Gemeinsamkeiten und Differenzen in international vergleichender Perspektive. Schorndorf: Hofmann. Reihe Sportökonomie, Band 13.

- Trosien, B. (Hrsg.) (2012): Ökonomie der Sportspiele. Schorndorf: Hofmann. Reihe Sportökonomie, Band 14.
- Kempf, H. / Nagel, S. / Dietl, H. (Hrsg.) (2013): Im Schatten der Sportwirtschaft. Schorndorf: Hofmann. Reihe Sportökonomie, Band 15.
- Schafmeister, G. / Ellert, G. / Dallwig, S. (Hrsg.) (2015): Evolution und Revolution in der Sportwirtschaft. Schorndorf: Hofmann. Reihe Sportökonomie, Band 16.
- Woratschek, H. / Germelmann, C. / Kaiser, M. (Hrsg.) (2016): Der seltsame Fall des Dr. Jeckyll und Mr. Hyde. Homo Oeconomicus und Homo Emotionalis im Sportmanagement. Schorndorf: Hofmann. Reihe Sportökonomie, Band 17
- Hovemann, G. / Lammert, J. (Hrsg.) (2017): Sport im Spannungsfeld unterschiedlicher Sektoren. Schorndorf: Hofmann. Reihe Sportökonomie, Band 18.
- Pawlowski, T. / Fahrner, M. (Hrsg.) (2017): Arbeitsmarkt und Sport – eine ökonomische Betrachtung. Schorndorf: Hofmann. Reihe Sportökonomie, Band 19.
- Nowak, G. (Hrsg.) (2018): (Regional-)Entwicklung des Sports. Schorndorf: Hofmann. Reihe Sportökonomie, Band 20.
- Königstorfer, J. (Hrsg.) (2019): Innovationsökonomie und -management im Sport. Schorndorf: Hofmann. Reihe Sportökonomie, Band 21.

***Sportökonomie und Sportwissenschaft:
eine empirische Annäherung an den Status quo***

Freya Gassmann / Cathrin Benkel / Johannes Hell,
Katrin Lindt / Lutz Thieme

Autorenkontakt

Jun.-Prof. Dr. Freya Gassmann
Juniorprofessorin für Methoden der empirischen Sozialforschung an der
Technischen Universität Kaiserslautern
E-Mail: freya.gassmann@sowi.uni-kl.de

Abstract

Mithilfe von Daten, die im Rahmen des BISp geförderten Projekts „Sportwissenschaft an Universitäten – Strukturbedingungen und Perspektiven“ erfasst wurden, wird der Versuch einer Einordnung der Sportökonomie bzw. des Sportmanagements in die Sportwissenschaft unternommen.

Es zeigt sich, dass Sportökonomie und Sportmanagement heute bedeutsame Teildisziplinen der Sportwissenschaft sind. Rund ein Viertel aller Studierender im Bereich Sport sind in einem Fach Sportökonomie/Sportmanagement eingeschrieben. Rund vier Fünftel dieser Studierenden sind an einer Fachhochschule immatrikuliert. Dies schlägt sich auch auf die Hochschulzugehörigkeit der Professorinnen und Professoren im Fach Sportökonomie/Sportmanagement nieder, welche auch etwas häufiger an den Fachhochschulen tätig sind. An den Hochschulen insgesamt lassen sich jedoch nur 9 Prozent bis 16 Prozent der Professorinnen und Professoren der Sportwissenschaft der Sportökonomie oder dem Sportmanagement zuordnen. Die Bewertungen der Arbeitsbedingungen in Sportökonomie und Sportmanagement unterscheiden sich nicht von denen in der Sportwissenschaft insgesamt und haben sich ebenfalls in den letzten Jahrzehnten verbessert. Der gemessene Anteil der rein sportökonomischen Forschungsprojekte fällt im Verhältnis zu der Studierendenzahl deutlich geringer aus, was durch den hohen Anteil an Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern an Fachhochschulen und durch Abgrenzungsprobleme bei der Messung erklärt werden kann.

Aufgrund des hohen Anteils von Studierenden und auch wissenschaftlichen Personals der Sportökonomie und des Sportmanagements an den Fachhochschulen lässt sich eine hohe Bedeutung von Anwendungswissen und -forschung in der Sportökonomie und dem Sportmanagement ableiten. Zur Beantwortung der Frage, welchen Beitrag Sportmanagement und Sportökonomie zum Erkenntnisgewinn in der Sportwissenschaft einerseits und der Ökonomik andererseits beitragen konnte, bedarf es weiterführender Studien.

Inhalt

Abstract.....	24
Abbildungsverzeichnis.....	26
Tabellenverzeichnis.....	26
Abkürzungsverzeichnis.....	26
2.1 Einleitung.....	27
2.2 Das Projekt „Sportwissenschaft an Universitäten“.....	27
2.3 Fachrelevante empirische Befunde.....	31
2.3.1 Einordnung mithilfe der amtlichen Statistik	31
2.3.1.1 Sportstudierende in Deutschland.....	31
2.3.1.2 Sportwissenschaftliches Personal an deutschen Universitäten	33
2.3.2 Relevanz sportwissenschaftlicher Disziplinen.....	35
2.3.2.1 Persönliche Schwerpunkte in Lehre und Forschung	35
2.3.2.2 Beschäftigungs- und Arbeitsbedingungen in der Forschung.....	36
2.3.2.3 Forschungsprojekte 2015-2020	38
2.4 Zusammenfassung und Fazit.....	39
Literaturverzeichnis	42

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Studierende im Bereich Sport an Universitäten (ohne PH)	32
Abbildung 2:	Studierende im Bereich Sport an Fachhochschulen	33

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Datenrecherche und Datenbanken.....	29
Tabelle 2:	Qualitative und Quantitative Befragungen.....	30
Tabelle 3:	Anzahl der Professorinnen und Professoren.....	34
Tabelle 4:	Beurteilung der Arbeitsbedingungen	38
Tabelle 5:	Theoriefelder der Projekte in SPOFOR von 2015-2020	39

Abkürzungsverzeichnis

BFV	Bundesfachverbände
dvs	Deutscher Vereinigung für Sportwissenschaft e. V.
FES	Institut für Forschung und Entwicklung von Sportgeräten
IAT	Institut für Angewandte Trainingswissenschaft
OSP	Olympiastützpunkte
SPOLIT	Sportwissenschaftliche Literatur
SPOFOR	Sportwissenschaftliche Forschungs- und Transferprojekte
WiKos	Wissenschaftskordinatoren
WMA	Wissenschaftliche Mitarbeiterinnen bzw. Mitarbeiter

2.1 Einleitung

Die Auseinandersetzung mit der Frage, was eine Wissenschaft vom Sport konstituiert, ob dazu eine Wissenschaft von der Ökonomie und/oder dem Management von Sport einen spezifischen Beitrag leisten kann und wie eine wissenschaftliche Teildisziplin Sportökonomie bzw. Sportmanagement zur Sportwissenschaft einerseits und zur Sportwissenschaft andererseits steht, lässt sich lange zurückverfolgen (vgl. dazu Deutscher, Hovemann, Pawlowski & Thieme, 2016, Pawlowski, 2014, Thieme 2011, 2012). Auch wenn nach Willimczik (2011) die Sportökonomie und das Sportmanagement nicht zu den wichtigsten Teildisziplinen der Sportwissenschaft zählen, haben sich die Sportökonomie und das Sportmanagement offenbar seit ihren akademischen Anfängen sowohl hinsichtlich ihrer Beitragsfähigkeit als auch institutionell an Universitäten und Fachhochschulen mit sportwissenschaftlichen Einrichtungen in Deutschland etabliert. Nicht zuletzt ist der Arbeitskreis Sportökonomie e. V. eine von elf Sektionen der Deutschen Vereinigung für Sportwissenschaft e. V. (dvs) und engagiert sich dort mit eigenen Tagungen sowie auf den von der dvs veranstalteten Sportwissenschaftlichen Hochschultagen. Allerdings ist bislang unklar, welchen Stellenwert das Themenfeld Sportökonomie und Sportmanagement innerhalb der Sportwissenschaft einnimmt. Zumindest in quantitativer Hinsicht liegen nunmehr erste Daten aus einem Projekt vor, so dass der nachfolgende Beitrag versucht, sich dem Status Quo zwischen Sportökonomie und Sportmanagement einerseits und der Sportwissenschaft andererseits quantitativ zu nähern.

2.2 Das Projekt „Sportwissenschaft an Universitäten“

Das Forschungsprojekt „Sportwissenschaft an Universitäten – Strukturbedingungen und Perspektiven“ (Kurztitel „Sportwissenschaft an Universitäten“) wurde im Juli 2019 vom Bundesinstitut für Sportwissenschaften ausgeschrieben und von März 2020 bis März 2022 durchgeführt (Gassmann, Thieme, Benkel, Hell, Lindt & Stolzenberg, 2023a; Gassmann, Thieme, Benkel, Hell, Lindt & Stolzenberg, 2023b). Das Ziel der Expertise bestand darin, „zu analysieren, welche Bedeutung (spitzen-)sportbezogene Forschung und Lehre aktuell an den universitären Hochschuleinrichtungen mit Sportbezug in Deutschland haben und welche Bedeutung die universitäre sportwissenschaftliche Forschung und Lehre für den organisierten Spitzensport haben. Konkret geht es um die Erfassung und Analyse

- „der strukturellen Rahmenbedingungen für (spitzen-)sportbezogene Forschung an den universitären Einrichtungen,

- der standortspezifischen Profilierung der Studiengänge an diesen Einrichtungen
- sowie der strukturellen Voraussetzungen gelingender Kooperationen zwischen der Sportwissenschaft und dem Spitzensport“ (BISp, 2019, 1f.).

Diese generelle Forschungsperspektive wurde durch die folgenden vier Aspekte

- I. Bestandsaufnahme der Struktur universitärer sportwissenschaftlicher Einrichtungen
- II. Bestandsaufnahme der Ausrichtung sportwissenschaftlicher Forschung
- III. Ausprägung und Rahmenbedingungen von Kooperationen zwischen Sportwissenschaft und Leistungssport
- IV. Handlungsempfehlungen

konkretisiert (BISp, 2019, 2f.).

Im Rahmen des Projektes konnte die Wissenschaftsdisziplin „Sportwissenschaften“ näher beleuchtet und deren Entwicklung reflektiert werden. Um dies zu erreichen, schlossen sich innerhalb des Projektes eine Betrachtung der historischen Entwicklung der Sportwissenschaften und der Auseinandersetzung mit den Strukturbedingungen auf Nachfrager- und Anbieterseite mehrere Erhebungen in der Hochschullandschaft auf der einen und der Kooperationspartnerinnen und -partner im Leistungssport auf der anderen Seite an. So wurden die Namen und Standorte der sportwissenschaftlichen Einrichtungen in Deutschland sowie des dort tätigen (wissenschaftlichen) Personals erfasst, um nachfolgend die Institutsleitungen qualitativ sowie die Geschäftsführungen, Professorinnen bzw. Professoren und wissenschaftlichen Mitarbeitenden quantitativ zu befragen. Daneben wurden noch qualitative Leitfadenterviews an den Drittmittelstellen der Hochschulen geführt. Vertreterinnen und Vertreter der Olympiastützpunkte, der Bundesfachverbände und des IAT/FES wurden ebenfalls qualitativ befragt. Die Wissenschaftskoordinatorinnen bzw. -koordinatoren wurden sowohl qualitativ als auch quantitativ befragungen unterzogen (vgl. Tabelle 1 und Tabelle 2).

Mit Hilfe dieses umfangreichen Datenmaterials war es möglich, Aussagen hinsichtlich der Struktur der universitären sportwissenschaftlichen Einrichtungen und deren Forschungsausrichtung zu treffen. Zudem konnte das Zusammenspiel der universitären Sportwissenschaften mit den für den Leistungssport relevanten sportwissenschaftlichen Aspekten und die so entstehenden Kooperationen untersucht werden.

Tabelle 1: Datenrecherche und Datenbanken

Daten	Zeitpunkt der Recherche* bzw. Zeitraum der herangezogenen Datenbanken#
Amtliche Statistik des Statistischen Bundesamtes	1990 bis 2020, je nach Verfügbarkeit#
Namen und Standorte der sportwissenschaftlichen Einrichtungen	2020*
Namen, Zugehörigkeiten und Kontaktdaten der Geschäftsführerinnen und -führer, Institutsleitungen, Lehrstuhlinhaberinnen und -inhabern und wissenschaftlichen Mitarbeitenden	2020*
Modulhandbücher der sportwissenschaftlichen Studiengänge	2020*
SPOLIT	2015 bis 2020#
SPOFOR	2015 bis 2020#

Tabelle 2: Qualitative und Quantitative Befragungen

Zielgruppe	Instrument	Geplanter Erhebungsumfang	Realisierter Umfang und ggf. Anzahl der recherchierten Personen
Institutsleitungen	Qualitative Leitfadenterviews	Vollerhebung	62 von 89
Geschäftsführerinnen und -führer	Quantitative Befragung	Vollerhebung	55 von 89
Professorinnen und Professoren	Quantitative Befragung	Vollerhebung	195 von 472
Wissenschaftliche Mitarbeitende	Quantitative Befragung	Vollerhebung	606 von 1.773
Drittmittelstellen	Qualitative Leitfadenterviews	5 Interviews	5 Gruppeninterviews
BFV, OSP	Qualitative Leitfadenterviews	je 4 Interviews	3 Interviews OSP, 3 Interviews BFV
IAT, FES	Qualitative Leitfadenterviews	je 1 Interview	2 Gruppeninterviews, mit je 2 Personen
WiKos	Qualitative Leitfadenterviews	5 Interviews	5 Interviews
WiKos	Quantitative Befragung	Vollerhebung	32 von 40
WiKos	Fokusgruppe	Sprechergruppe	Eine Fokusgruppe mit 6 Personen

Die eigenen Erhebungen, ergänzt um Untersuchungen vorhandener Datenbanken (SPOFOR und SPOLIT) und der amtlichen Statistik, führten zu theoretisch abgeleiteten und praktischen Implikationen für die Wissenschaftsdisziplin. An dieser Stelle wird nachfolgend vor allem auf die Aspekte des Teilbereichs Sportökonomie innerhalb der Sportwissenschaften eingegangen und es werden ausgewählte Ergebnisse zur Ermittlung des Status Quo präsentiert.

2.3 Fachrelevante empirische Befunde

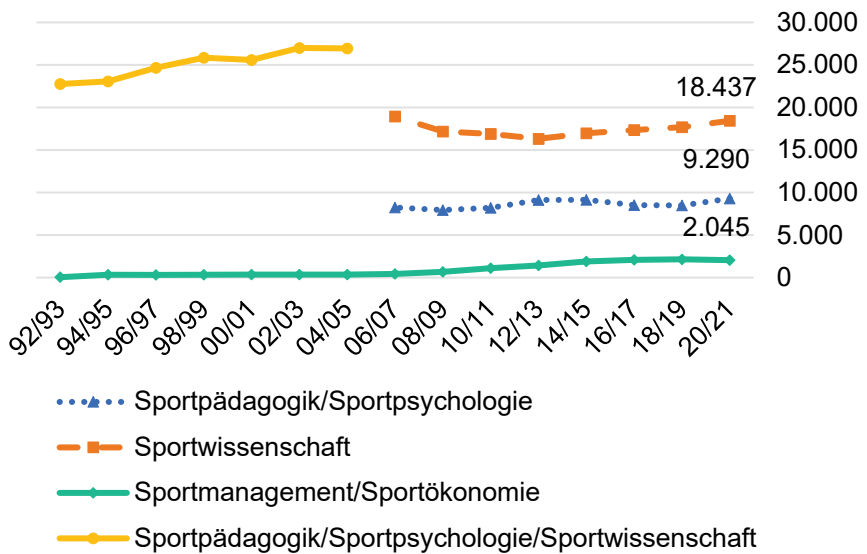
2.3.1 Einordnung mithilfe der amtlichen Statistik¹

2.3.1.1 Sportstudierende in Deutschland

Die Zahl der Studierenden im Bereich Sport (Sportpädagogik/Sportpsychologie, Sportwissenschaft und Sportmanagement/Sportökonomie) ist nach den Daten der amtlichen Statistik in den letzten Jahren deutlich gestiegen. Im Wintersemester 2020/21 waren insgesamt 41.493 Studierende in einem Studiengang im Bereich Sport eingeschrieben. Die Mehrzahl der Studierenden im Bereich Sport sowie im Fach Sport, also in der Sportpädagogik/Sportpsychologie und der Sportwissenschaft, nicht aber im Sportmanagement/Sportökonomie, ist an einer Universität immatrikuliert, ihre Zahl verzeichnete in den letzten dreißig Jahren einen moderaten Anstieg (Stand WS 20/11: Universitäten: 29.800, PH 1.300). Dagegen stieg die Zahl der Studierenden an den Fachhochschulen gerade in den letzten Jahren erheblich an (Stand WS 20/21: 10.500). Die Studierenden der Universitäten sind mehrheitlich in den Studienfächern Sportwissenschaft (Stand WS 20/21: 18.400) sowie Sportpädagogik/Sportpsychologie (Stand WS 20/21: 9.300) eingeschrieben. Sportmanagement/Sportökonomie studieren weniger Personen (Stand WS 20/21: 2.000) (vgl. Abbildung 1). An den Fachhochschulen sind diese dagegen deutlich in der Überzahl, dort dominieren die Studierenden in Sportmanagement/Sportökonomie (Stand WS 20/21: 8.500), Studierende der Sportwissenschaft (Stand WS 20/21: 1.600) und der Sportpädagogik/Sportpsychologie (Stand WS 20/21: 400) sind seltener zu finden (vgl. Abbildung 2).

¹ Das statistische Bundesamt (2020) differenziert im Sport nach den Studienfächern: 1) Sportpädagogik/Sportpsychologie, 2) Sportwissenschaft und 3) Sportmanagement/Sportökonomie. Während Sportpädagogik/Sportpsychologie und Sportwissenschaft der Fächergruppe Sport zugerechnet werden, zählt Sportmanagement/Sportökonomie zur Gruppe Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften. In diesem Beitrag wird daher zwischen dem Bereich Sport (umfasst alle Studienfächer mit einem Sportbezug: Sportpädagogik/Sportpsychologie, Sportwissenschaft und Sportmanagement/Sportökonomie) und dem Fach Sport (umfasst nur Sportpädagogik/Sportpsychologie und Sportwissenschaft) unterschieden und die entsprechenden Daten auch je nach Verfügbarkeit ausgewertet.

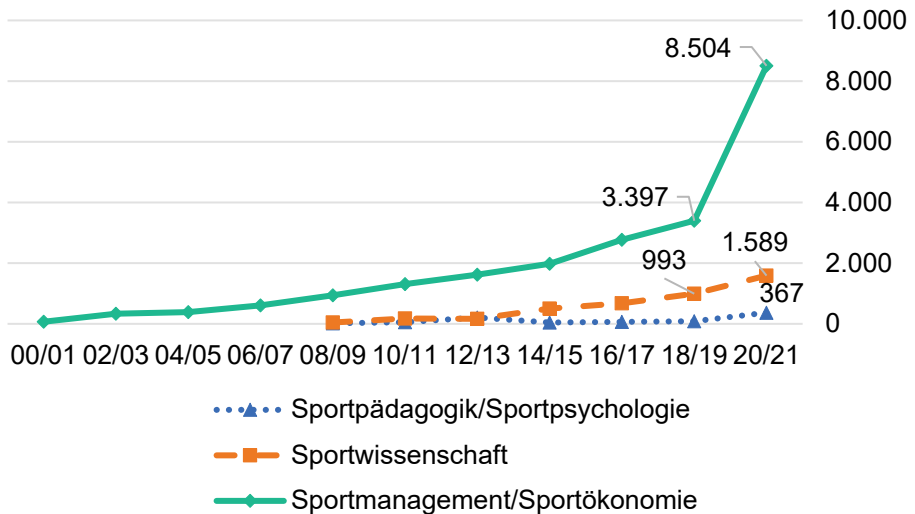
Abbildung 1: Studierende im Bereich Sport an Universitäten (ohne PH)



Quelle: Statistische Bundesamt Fachserie 11 Reihe 4.1, Tabelle 2 für die Jahre 1990/91 – 2020/21, von 00/01 bis 92/3 inkl. der Gesamthochschulen, ab 2006/07 nur Sportpädagogik ohne Sportpsychologie²

² Aufgrund einer Fehlzuzuweisung im Bundesland Nordrhein-Westfalen können die Zahlen für die Fächer Sportwissenschaft und Sportpädagogik/Sportpsychologie vor dem Wintersemester 2006/07 nicht getrennt ausgewertet werden.

Abbildung 2: Studierende im Bereich Sport an Fachhochschulen



Quelle: Statistisches Bundesamt Fachserie 11 Reihe 4.1, Tabelle 2 für die Jahre 2000/01 – 2020/21, ab 2006/07 nur Sportpädagogik ohne Sportpsychologie³

2.3.1.2 Sportwissenschaftliches Personal an deutschen Universitäten

Die Anzahl der Professorinnen und Professoren, wissenschaftlichen Mitarbeitenden und Lehrbeauftragten im Fach Sport ist in den letzten Jahren gewachsen. Im Jahr 2020 waren 262 ProfessorInnen an den Universitäten und 25 an den Fachhochschulen tätig, im Studienfach Sportmanagement/Sportökonomie gab es an den Hochschulen insgesamt 28 Professorinnen bzw. Professoren (Tabelle 3). Auch bei der Gruppe der wissenschaftlichen Mitarbeitenden zeigt sich ein Ausbau im Zeitverlauf: Im Fach Sport waren es an den Universitäten 1.800 und an den Fachhochschulen 15. Grundsätzlich muss bei diesen Werten angemerkt werden, dass zu erwarten ist, dass die Zahl der Personen, die im Bereich Sport lehren und forschen höher ausfällt, da auch Personen aus anderen Fächern (z. B. Medizin, Wirtschaftswissenschaften, etc.) sich einbringen, jedoch in diesen

³ Der starke Anstieg zum Wintersemester 2020/21 ist durch die private Fachhochschule „Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement, Saarbrücken“ zu erklären. Die Studierenden, die zuvor dem Studienfach Gesundheitswissenschaften/-management zugewiesen waren, wurden dann zu großen Teilen als Studierende im Studienfach Sportmanagement/Sportökonomie gemeldet.

Daten nicht enthalten sind. Nichtsdestotrotz stellt dieses Zahlenmaterial Näherungswerte dar und gibt einen Überblick über die zeitliche Entwicklung.

Tabelle 3: Anzahl der Professorinnen und Professoren

	Fach Sport ¹			Sportmanagement/ Sportökonomie ²			
	männlich	weiblich	gesamt	FH (ohne Verwaltungs-FH)			Alle Hochschulen gesamt
männlich				weiblich	gesamt		
2020	188	74	262	18	7	25	28
2018	189	61	250	20	4	24	21
2016	194	56	250	19	2	21	25
2014	194	51	245	-	-	-	19
2012	182	41	223	19	4	23	19
2010	172	42	214	6	-	6	14
2008	164	27	191	6	-	6	14
2006	187	19	206	2	-	2	
2004	196	21	217	-	-	-	
2002	199	22	221	-	-	-	
2000	202	18	220	2	-	2	
1998	190	22	212	-	-	-	
1996	204	23	227	-	-	-	
1994	202	18	220	-	-	-	

Quelle: ¹Statistisches Bundesamt Fachserie 11 Reihe 4.4, Tabelle 8, 9 und 10 für die Jahre 2020 – 1994. ²Sonderauswertung des Statistischen Bundesamtes. Eine Trennung nach Hochschulen und weitere Aufspaltung war aus Datenschutzgründen nicht möglich. +Universitäten inkl. Pädagogischen Hochschulen und Gesamthochschulen

In Relation zu den Personalgruppen über alle Fächer zeigt sich eine Stagnation oder Reduktion des Personals im Bereich Sport (ohne Darstellung), am deutlichsten trifft dies auf die Gruppe der Lehrbeauftragten zu. Ein personeller Aufwuchs der Sportwissenschaft in Relation zu den anderen Fächern fand damit nicht statt. Berechnet man das Verhältnis der Studierenden pro Professorin bzw. Professor und wissenschaftlichen Mitarbeitenden im Sport, zeigt sich, dass diese

Verhältnisse deutlich über denen insgesamt im Hochschulbereich liegen. Um dies in einem betreuungsintensiven Studium, wie dem Sport, auszugleichen, kommen im Sport dann besonders viele Lehrbeauftragte zum Einsatz.

Somit lässt sich insgesamt folgendes Bild zeichnen: Sport hat sich an den Hochschulen als Studienfach gewandelt, das Studienfach Sportmanagement/Sportökonomie hat an Bedeutung gewonnen, wodurch auch die Bedeutung der Fachhochschulen für den Bereich Sport zunahm. Im Zuge des Ausbaus der Hochschulen stieg die absolute Zahl der Studierenden, der Professorinnen und Professoren sowie der wissenschaftlichen Mitarbeitenden.

2.3.2 Relevanz sportwissenschaftlicher Disziplinen

2.3.2.1 Persönliche Schwerpunkte in Lehre und Forschung

Die Bedeutung der Sportökonomie und des Sportmanagements im Kanon der Sportwissenschaft kann daran gemessen werden, welche fachliche Selbstzuordnung Professorinnen und Professoren sowie wissenschaftliche Mitarbeitende vornehmen. Aus der für die Professorinnen bzw. Professoren an sportwissenschaftlichen Einrichtungen repräsentativen Stichprobe geben an Universitäten (n=127; ohne Pädagogische Hochschulen) 13 (entspricht 10 Prozent) der Professorinnen bzw. Professoren an, sich persönlich dem Schwerpunkt Sportökonomie/Sportmanagement in Lehre und Forschung zuzuordnen. Die höhere Bedeutung von Sportmanagement und Sportökonomie an Fachhochschulen wird daran deutlich, dass von den dort tätigen Professorinnen bzw. Professoren (n=55) 16 (entspricht 29 Prozent) sich dem Schwerpunkt Sportökonomie/Sportmanagement zugehörig fühlen, so dass aus der gesamten Stichprobe von 182 Professorinnen und Professoren 29 (entspricht 16 Prozent) ihren Schwerpunkt im Bereich von Sportökonomie/Sportmanagement sehen.

Ein vergleichbares Bild ergibt sich bei den wissenschaftlichen Mitarbeitenden, für welche die Stichprobe ebenfalls als repräsentativ gelten kann. Von 568 wissenschaftlichen Mitarbeitenden an sportwissenschaftlichen Einrichtungen von Universitäten sehen 48 (entspricht 9 Prozent) ihren Schwerpunkt in Bezug auf Lehre und Forschung im Bereich von Sportökonomie/Sportmanagement. An Fachhochschulen liegt dieser Anteil bei 36 Prozent, allerdings bei einer sehr kleinen Stichprobengröße (n=25). Dennoch kann auch in Einklang zu den Studierendendaten nach Hochschulen (Abbildung 1 und Abbildung 2) davon ausgegangen werden, dass im Bereich von Sportökonomie/Sportmanagement die Zahl der wissenschaftlichen Mitarbeitenden verglichen mit anderen sportwissenschaftlichen

Schwerpunkten an Fachhochschulen höher ist, wobei Fachhochschulen auch nicht das gesamte sportwissenschaftliche Spektrum in der Lehre sowie in der Forschung abdecken.

2.3.2.2 Beschäftigungs- und Arbeitsbedingungen in der Forschung

Insgesamt 52 wissenschaftliche Mitarbeitende, die sich selbst dem Schwerpunkt Sportökonomie/Sportmanagement zuordneten, haben Angaben zu ihrem Arbeitsverhältnis gemacht. Knapp die Hälfte von ihnen ($n=25$; 48 Prozent) verfügen demnach über einen befristeten Arbeitsvertrag und 27 (entspricht 52 Prozent) über einen unbefristeten Vertrag. Der Anteil befristeter Beschäftigungsverhältnisse in der Sportökonomie und dem Sportmanagement liegt dabei unter dem der anderen Teildisziplinen der Sportwissenschaft. Hier verfügen wissenschaftliche Mitarbeitende zu 60 Prozent ($n=283$) über ein befristetes und nur 40 Prozent ($n=187$) über ein unbefristetes Arbeitsverhältnis.

Zur Ermittlung der Arbeitsbedingungen an den sportwissenschaftlichen Einrichtungen und ihrer Entwicklung wurde im Rahmen der quantitativen Befragung der Professorinnen bzw. Professoren und wissenschaftlichen Mitarbeitenden auf Items und Skalen zurückgegriffen, die bereits in einer Untersuchung zu "Bedingungen sportwissenschaftlicher Forschung an Hochschulen in der Bundesrepublik Deutschland" (Rieder, Widmaier & Petersen, 1987) verwendet wurden. Seit dieser Studie lassen sich keine weiteren Untersuchungen finden, die sich mit den Arbeitsbedingungen in der Sportwissenschaft auf individueller Ebene oder organisationaler Ebene beschäftigt haben.

Im Mittel schätzen ca. 45 Prozent der Professorinnen bzw. Professoren an sportwissenschaftlichen Einrichtungen, die an unserer Befragung teilgenommen haben ($n=133$), die personellen Arbeitsbedingungen für ihre Forschungsvorhaben als gut bis sehr gut ein. Etwa ein Viertel (23 Prozent) der Professorinnen und Professoren bewertete die personellen Forschungsbedingungen als schlecht bis sehr schlecht. Die wissenschaftlichen Mitarbeitenden ($n=354$) beurteilten die personellen Forschungsbedingungen ähnlich wie die Professorinnen bzw. Professoren. Differenziert man die Professorinnen bzw. Professoren und die wissenschaftlichen Mitarbeitenden jeweils in die Personen, die sich selbst dem Themenfeld Sportökonomie/Sportmanagement zurechnen ($n_{\text{Prof}}=18$; $n_{\text{WMA}}=30$) sowie den Personen, die sich diesem Feld nicht zurechnen ($n_{\text{Prof}}=115$; $n_{\text{WMA}}=324$), so ergeben sich keine signifikanten Unterschiede.

Die finanziellen Forschungsbedingungen für ihre Forschungsvorhaben schätzen ca. 38 Prozent der Professorinnen und Professoren als gut bis sehr gut ein, während etwa ein Viertel die finanziellen Rahmenbedingungen als schlecht bis sehr schlecht bewertet. Bei den wissenschaftlichen Mitarbeitenden sind es jeweils etwas mehr. Auch hier ergab die Befragung von Rieder et al. aus dem Jahr 1987, dass ein größerer Anteil (etwa 35 Prozent) die finanziellen Forschungsbedingungen als schlecht bis sehr schlecht beurteilt, so dass sich die finanzielle Situation der sportwissenschaftlichen Einrichtungen daher subjektiv verbessert hat. Während die Professorinnen und Professoren, die sich dem Themenfeld „Sportökonomie/Sportmanagement“ zuordnen, die finanzielle Situation im Mittelwert etwas schlechter als ihre Kolleginnen und Kollegen anderer Themenfelder beurteilen, ohne dass diese Differenzen sich signifikant unterscheiden, beurteilen die wissenschaftlichen Mitarbeitenden die finanzielle Situation durchschnittlich etwas besser, jedoch ebenfalls auf einem nicht signifikanten Unterschiedsniveau.

Nicht signifikante Differenzen sind auch bezüglich der räumlich-apparativen Bedingungen festzustellen. Während die wissenschaftlichen Mitarbeitenden des Themenfelds „Sportökonomie/Sportmanagement“ auch im Mittelwert nicht von der Einschätzung ihrer Gesamtgruppe abweichen, geben die Professorinnen bzw. Professoren, die sich dem Themenfeld „Sportmanagement/Sportökonomie“ zuordnen, an, im Mittelwert etwas bessere Bedingungen zu haben als außerhalb des Themenfeldes. Betrachtet man die Entwicklung an den Sportwissenschaftlichen Einrichtungen seit 1987, so sank der Anteil der Professorinnen bzw. Professoren und wissenschaftlichen Mitarbeitenden, die die räumlich-apparativen Forschungsbedingungen als schlecht oder sehr schlecht beurteilen, von rund 33 auf rund 15 Prozent bei den Professorinnen und Professoren und rund 10 Prozent bei den wissenschaftlichen Mitarbeitenden. Tabelle 4 fasst die Ergebnisse zusammen.

Tabelle 4: Beurteilung der Arbeitsbedingungen

Wie beurteilen Sie die Arbeitsbedingungen für ...	Professorinnen bzw. Professoren			Wissenschaftliche Mitarbeitende		
	MW	SD	n	MW	SD	n
...in personeller Hinsicht?						
andere Teildisziplin	3,2	1,1	115	3,3	1,1	324
Sportökonomie/ Sportmanagement	3,2	1,3	18	3,3	1,0	30
...in finanzieller Hinsicht?						
andere Teildisziplin	2,9	1,1	115	3,1	1,1	324
Sportökonomie/ Sportmanagement	3,1	1,3	18	2,9	1,0	30
...in räumlich-apparativer Hinsicht?						
andere Teildisziplin	3,4	1,1	115	3,7	0,9	322
Sportökonomie/ Sportmanagement	3,8	1,2	18	3,8	0,8	30

Skala von 1 „sehr schlecht“; 2 „schlecht“; 3 „teils/teils“; 4 „gut“ bis 5 „sehr gut“

2.3.2.3 Forschungsprojekte 2015–2020

Die Datenbank SPOFOR (Sportwissenschaftliche Forschungs- und Transferprojekte) des BISp enthält Angaben zu sportwissenschaftlichen Projekten im deutschsprachigen Raum. Eine Auswertung der in der Datenbank hinterlegten Theoriefelder ergab, dass die rund 1.000 Projekte durchschnittlich rund zwei unterschiedlichen Feldern zugeordnet wurden. Tabelle 5 gibt einen Überblick über die Ergebnisse. Fast ein Drittel der Projekte fällt in den Bereich Trainingslehre/Trainingswissenschaften, je rund ein Viertel kann der Sportpsychologie und der Bewegungswissenschaft und je ein Fünftel der Sportsoziologie, der Sportpädagogik und der Sportmedizin zugeordnet werden. Die Sportökonomie existiert als eigenes Theoriefeld, rund 5 Prozent der Projekte haben hier ihren Fokus. Jedoch kann die Sportökonomie bzw. das Sportmanagement auch noch begründet in anderen Feldern vermutet werden, vor allem in der Sportpolitik/-verwaltung/-organisation, auf welches etwa 11 Prozent der Projekte entfallen. Fasst man diese beiden Kategorien zusammen, lassen sich 139 der rund 1.000 Projekte dem Feld Sportökonomie/Sportmanagement zurechnen, was einem Anteil von etwa 14 Prozent entspricht.

Tabelle 5: Theoriefelder der Projekte in SPOFOR von 2015-2020

	Absolute Häufigkeit	Relative Häufigkeit nach Pro- jekten (n=1.011)	Relative Häufigkeit nach Theo- riefeldern (n=2.207)
Trainingslehre/ Trainingswissenschaft	317	31,36 %	14,36 %
Sportpsychologie	263	26,01 %	11,92 %
Bewegungswissenschaft	260	25,72 %	11,78 %
Sportsoziologie	219	21,66 %	9,92 %
Sportpädagogik	206	20,38 %	9,33 %
Sportmedizin	197	19,49 %	8,93 %
Sporttechnologie	131	12,96 %	5,94 %
Biomechanik	128	12,66 %	5,80 %
Sportpolitik/-verwaltung/ -organisation	107	10,58 %	4,85 %
Behindertensport	79	7,81 %	3,58 %
Kommunikations-/ Informationswissenschaft	79	7,81 %	3,58 %
Sportinformatik	67	6,63 %	3,04 %
Sportökonomie	52	5,14 %	2,36 %
Sportanlagen, Sportgeräte, Normung	34	3,36 %	1,54 %
Sportgeschichte	20	1,98 %	0,91 %
Dopingforschung	14	1,38 %	0,63 %
Sportphilosophie	14	1,38 %	0,63 %
Sportrecht	8	0,79 %	0,36 %
Sportökologie	8	0,79 %	0,36 %
Sportpublizistik	4	0,40 %	0,18 %

Quelle: SPOFOR

2.4 Zusammenfassung und Fazit

Sportökonomie und Sportmanagement stellen bedeutsame Segmente innerhalb der Sportwissenschaft dar. Heute studierenden mehr als 10.000 Personen Sportmanagement/Sportökonomie, was etwa einem Viertel aller Sportstudierenden entspricht. Rund 81 Prozent der Sportmanagement/Sportökonomie-Studierenden sind an einer Fachhochschule eingeschrieben. Der Anteil der Professorinnen und Professoren im Bereich Sportmanagement/Sportökonomie liegt sowohl nach den Daten der amtlichen Statistik (9 Prozent) als auch nach der Eigenzuordnung in den Befragungsdaten (16 Prozent) deutlich unter dem Anteil der Studierenden,

was sicherlich teilweise durch den hohen Anteil der Sportstudierenden an den Fachhochschulen und das dort vorhandene höhere Lehrdeputat des wissenschaftlichen Personals erklärt werden kann. Die Zahl der ProfessorInnen in Sportökonomie und Sportmanagement an den Fachhochschulen übersteigt die Anzahl der an den Universitäten tätigen leicht, deutlich stellt sich die Dominanz der Sportökonomie und des Sportmanagements an den Fachhochschulen im Verhältnis zu den anderen Fächern mit Sportbezug an den Fachhochschulen dar: Nach der Selbstzuordnung gehört fast ein Drittel der Fachhochschul-Professorinnen und -Professoren der Teildisziplin Sportmanagement/Sportökonomie an.

Der gemessene Anteil der rein sportökonomischen Forschungsprojekte scheint angesichts der Zahl der Studierenden und Forschenden geringer als erwartbar, was einerseits durch den hohen Anteil an Wissenschaftlerinnen bzw. Wissenschaftlern an Fachhochschulen und andererseits durch Abgrenzungsprobleme hinsichtlich der Einordnung von Projekten im Sportmanagement und der Sportökonomie erklärt werden kann.

Die Bewertungen der Arbeitsbedingungen fallen hinsichtlich personeller, finanzieller und räumlich-apparativer Bedingungen eher positiv aus, zwischen Sportmanagement/Sportökonomie und den sportwissenschaftlichen Disziplinen bestehen keine signifikanten Differenzen.

Nimmt man an, dass idealtypisch an den Fachhochschulen eher ein Anwendungsbezug und an den Universitäten eher Grundlagenforschung stattfindet (vgl. Enders 2010), dann lässt sich aufgrund dessen schließen, dass es in den letzten Jahrzehnten durch den Ausbau an den Fachhochschulen zu einer stärkeren Relevanz von Anwendungswissen und -forschung im Sportmanagement und der Sportökonomie gekommen ist. Jedoch haben die Fachhochschulen ihre zu Anfang zugeschriebenen Aufgaben weiterentwickelt und sich „thematisch wie auch inhaltlich deutlich verbreitert“ (Enders 2010, S. 446). Stölting kam 2001 zu dem Schluss, dass an den Fachhochschulen eine „Intensivierung relevanter Forschung [stattfindet], so dass die Fachhochschulen in vielen ihrer Fächer zu einer ernsthaften Konkurrenz der Universitäten heranwachsen“ (Stölting 2001, S. 41). In Bezug auf das Studienfach Sportmanagement/Sportökonomie und die Entwicklung der Zahl der Studierenden ist das bereits zu beobachten. Inwieweit sportökonomische Forschung auch überwiegend an Fachhochschulen stattfindet, kann durch das vorliegende Datenmaterial nicht abschließend beurteilt werden. Gleiches gilt für theoriebildende Projekte und Publikationen.

Für die weitere Entwicklung des Faches wäre es wünschenswert zu erkunden, welchen Beitrag Sportmanagement und Sportökonomie zum Erkenntnisgewinn

in den Sportwissenschaften, aber auch in der Ökonomik beitragen konnte, welche Impulse aus Lehre und Forschung in die Praxis Einzug erhalten haben und wie sich das Verhältnis von Theorieentwicklung und Anwendungsorientierung darstellt. Zur Beantwortung bedarf es weiterführender Studien.

Literaturverzeichnis

- BISp (2019): Sportwissenschaft an Universitäten – Strukturbedingungen und Perspektiven. Ausschreibung einer Expertise. URL: https://www.bisp.de/SharedDocs/Downloads/Ausschreibungen/Ausschreibung_Strukturbedingungen_und_Perspektiven.pdf?__blob=publicationFile&v=1. Zuletzt abgerufen am 12.08.2023.
- Deutscher, C. / Hovemann, G. / Pawlowski, T. / Thieme, L. (2016): Sportökonomik – Eine Einführung. In: C. Deutscher, G. Hovemann, T. Pawlowski & L. Thieme (Hrsg.), Handbuch Sportökonomik, S. 9–20, Schorndorf: Hofmann.
- Enders, J. (2010): Hochschulen und Fachhochschulen. In Handbuch Wissenschaftspolitik. VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 443–456. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-531-91993-5_30.
- Gassmann, F. / Thieme, L. / Benkel, C. / Hell, J. / Lindt, K., / Stolzenberg, L. (2023b): Sportwissenschaft an Universitäten – Strukturbedingungen und Perspektiven. BISp, Herausgeber. https://www.bisp.de/SharedDocs/Downloads/Publikationen/Broschuere_Sportwissenschaften_an_Universitaeten.pdf. Zuletzt abgerufen am 14.12.2023.
- Gassmann, F. / Thieme, L. / Benkel, C. / Hell, J. / Lindt, K., / Stolzenberg, L. (2023b): Workingpaper: Sportwissenschaft an Universitäten – Strukturbedingungen und Perspektiven. Projektdokumentation. Working Papers of the European Institute for Socioeconomics 38, European Institute for Socioeconomics (EIS), Saarbrücken. <http://dx.doi.org/10.22028/D291-40134>. Zuletzt abgerufen am 14.12.2023.
- Pawlowski, T. (2014): Sportökonomik – Einführung kompakt, Konstanz und München.:UVK
- Rieder, H. / Widmaier, H. / Petersen, T. (1987): Bedingungen Sportwissenschaftlicher Forschung an Hochschulen in der Bundesrepublik Deutschland, Köln: Strauß.
- SPOFOR (2021). SPOFOR. Sportwissenschaftliche Forschungs- und Transferprojekte. URL: https://info.bisp-surf.de/SURF/DE/EinzelneDatenquellen/SPOFOR/SPOFOR_node.html. Zuletzt abgerufen am 14.12.2023.

- Statistisches Bundesamt (2020): Bildung und Kultur, Studierende an Hochschulen- Fächersystematik. https://www.destatis.de/DE/Methoden/Klassifikationen/Bildung/studenten-pruefungsstatistik.pdf;jsessionid=63A5E07381A7FC9C16CE1EFD7AD9029C.live711?__blob=publicationFile. Zuletzt abgerufen am 12.08.,2023.
- Statistisches Bundesamt (2020-1990): Fachserie 11 Reihe 4.1, Anzahl Studierender: Studierende an Universitäten, Gesamthochschulen, Pädagogischen Hochschulen und Fachhochschulen.
- Stölting, E. (2001): Permanenz und Veränderung von Strukturkrisen: Institutionelle Darstellungsprobleme. In: E. Stölting & U. Schimank (Hrsg.), *Leviathan*: Bd. 20. Die Krise der Universitäten. S. 28–43. Westdeutscher Verlag.
- Thieme, L. (2011): Zur Konstitution des Sportmanagements als Betriebswirtschaftslehre des Sports – Entwicklung eines Forschungsprogramms, Berlin: epubli.
- Thieme, L. (2012): Sportökonomie und Sportmanagement zwischen Wirtschaftswissenschaft und Sportwissenschaft?, *Sportwissenschaft*, 42(4), S. 247–260.
- Willimczik, K. (2011): Sportwissenschaft interdisziplinär: ein wissenschaftstheoretischer Dialog. Bd. 4: Die sportwissenschaftlichen Teildisziplinen in ihrer Stellung zur Sportwissenschaft, Hamburg: Feldhaus.

***Zwischen Wettbewerbsorganisation und
Wettbewerbsverzerrungen – Regelsetzungen durch
europäische Fußballverbände***

Oliver Budzinski / Arne Feddersen / Philipp Kunz-Kaltenhäuser

Autorenkontakt

Prof. Dr. Oliver Budzinski

Leiter des Fachgebiets Wirtschaftstheorie und Direktor des Instituts für Volkswirtschaftslehre, Technische Universität Ilmenau

E-Mail: oliver.budzinski@tu-ilmenau.de

Abstract

Dieser Beitrag beleuchtet drei zentrale Diskussionsbereiche mit Blick auf die Anwendung des Wettbewerbsrechts auf kommerzialisierte Sportmärkte im Allgemeinen und Märkte für den europäischen Spitzenfußball im Speziellen. Hierbei handelt es sich um die wettbewerbspolitische und sportökonomische Bewertung der Zentralvermarktung von Übertragungsrechten, der sog. 50plus1-Sonderregel im deutschen Fußball sowie die fundamentale Frage der Marktmacht von marktinternen Regulierern (z. B. UEFA oder DFB) und ihrer Begrenzung. Die Gemeinsamkeit dieser drei Diskussionsbereiche liegt in der sportspezifischen Besonderheit, dass eine (marktinterne) Regulierung in der Regel als notwendig anerkannt wird – allerdings häufig, ohne dass gleichzeitig Handlungsspielräume und Anreize für Marktmachtmissbrauch durch den marktinternen Regulierer angemessen berücksichtigt werden. Anhand von drei Beispielen werden Marktmacht, Handlungsspielraum und antikompetitive Dual-Role-Anreize von Sportverbänden diskutiert, wobei ein Hauptaugenmerk auf die Einbindung von (empirischer) sportökonomischer Evidenz gelegt wird.

Inhalt

Abstract.....	46
Abbildungsverzeichnis.....	48
Abkürzungsverzeichnis.....	48
3.1 Grundlagen	49
3.2 Finanzregeln im Fußball	52
3.2.1 Eine kurze Einführung	52
3.2.2 Regulierung des Investorenwettbewerbs: die 50plus1-Regel	54
3.2.3 Regulierung finanzieller Ungleichgewichte? – Die endlose Geschichte der zentralen Vermarktung	58
3.3 Anreize für Leistungs- und Behinderungswettbewerb auf der Ebene marktinterner Regulierer: European Super League vs. UEFA	61
3.3.1 Der Stand des Falls (Januar 2023).....	61
3.3.2 Mögliche wettbewerbspolitische Bewertungen.....	63
3.3.3 Implikationen und Ausblick	68
3.4 Fazit	69
Literaturverzeichnis	71

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	HHI der Bundesligabudgets.....	56
Abbildung 2:	Gini-Koeffizient der Bundesligabudgets	57

Abkürzungsverzeichnis

DFB	Deutscher Fußball-Bund
DFL	Deutsche Fußball-Liga
ESL	European Super League
EuGH	Europäischer Gerichtshof
FIFA	Fédération Internationale de Football Association
UCL	UEFA Champions League
UEFA	Union of European Football Associations

3.1 Grundlagen

Angesichts von Rekordumsätzen dürfte nicht in Zweifel stehen, dass der Spitzensport in vielen Sportarten ein Geschäftsfeld bzw. eine Industrie darstellt, auch wenn die exakte Abgrenzung von kommerziellem Sport zu nicht-kommerziellen Tätigkeiten im Sport im Einzelfall schwierig sein mag. Im Bereich des kommerziellen Sports kommt dem Phänomen Wettbewerb dabei eine besondere und von anderen Industrien abweichende Bedeutung zu: einerseits agiert kommerzieller Sport auf einem Unterhaltungsmarkt und steht dort in mehr oder weniger intensiver Konkurrenz zu anderen Unterhaltungsgütern,¹ andererseits besteht das Gut selbst, welches das Publikum unterhält, aus dem (sportlichen) Wettbewerb (wie bei einem Fußballspiel zwischen zwei Mannschaften, bei einem Formel 1 Rennen aus 10 Teams und 20 Rennfahrern oder bei den Olympischen Spielen aus einer Vielzahl an Athleten je Sportdisziplin). Die ordnende Funktion der Marktprozesse stellt einen dezentralen Koordinationsmechanismus dar, welcher verhindert, dass sich Angebot und Nachfrage nach dem Gut (hier: Unterhaltung durch bestimmte Sportdarbietungen/-wettkämpfe) dauerhaft auseinanderentwickeln, und zudem Allokationseffizienz, Innovationsdynamik, Konsumentensouveränität, Adaptionsfähigkeit und ökonomische Freiheit fördert.² In dieser Hinsicht unterscheidet sich kommerzieller Sport nicht von anderen Industrien.

Der (sportliche) Wettbewerb als Gut, welches den Konsumenten einen Unterhaltungsnutzen stiftet, bedarf allerdings als Besonderheit einer gewissen Koordination zwischen den Anbietern: der sportliche Wettbewerb muss organisiert werden.³ Dies geschieht in offenen Gesellschaften typischerweise durch marktinterne Regulierer, welche sich in vielfältiger Weise konstituieren können: als direkter Zusammenschluss der Marktteilnehmer (horizontales Kartell), als unabhängiger Wettbewerbsorganisator (Monopolist auf einem vorgelagerten Markt), als indirekter Zusammenschluss der Marktteilnehmer und weiterer Akteure, bspw. pyramidenförmig über regionale und nationale Verbände (je nach dem Grad der Kontrolle des Spitzenverbands/Hauptregulierers durch die Marktteilnehmer entweder eher ein Kartell/Syndikat oder ein de facto Monopolist auf einem vorgelagerten Markt), als zentraler Rechteinhaber eines Franchisemodells (Monopolist) – oder in vielfältigen Zwischenformen.⁴ Nicht immer, aber in den meisten Fällen, wird es nur einen Hauptregulierer geben, so dass eine monopolistische

¹ Vgl. Budzinski et al. (2021).

² Vgl. Budzinski / Eckert (2018); Budzinski (2019); Budzinski / Feddersen (2023).

³ Vgl. Rottenberg (1956); Neale (1964).

⁴ Vgl. Budzinski / Szymanski (2015).

Organisation des (keinesfalls monopolistischen) Sportwettbewerbs entsteht.⁵ Dafür gibt es gute Gründe, aber es entsteht zwingend auch ein Anreiz zur Verzerrung des Wettbewerbs bzw. zur Ausbeutung der Marktgegenseite (Konsumenten/Fans) und/oder Akteuren auf vor- und nachgelagerten Stufen der Wertschöpfungskette.⁶ Der Trade-off zwischen den v. a. nachfrageseitigen Größenvorteilen eines einheitlichen Premiumwettbewerbs je Sportart (vor allem die Präferenzen für One-Stop-Shopping und für den direkten Wettbewerb der größten Talente bzw. besten Mannschaften) und der mit der internen Regulierungskompetenz einhergehenden Marktmacht wird dadurch ausgeweitet, dass der marktinterne Regulierer – typischerweise als Sportverband à la FIFA, UEFA, IOC, FIA, etc. – eine Reihe von Aufgaben wahrnimmt, welche mindestens auch für den kommerziellen Erfolg des Angebots relevant sind:

- Setzung und Durchsetzung der sportlichen Regeln,⁷
- Organisation des Spielplans und -betriebs,
- Bestimmung der Teilnahmeregel (= der Marktzutrittsregeln) und/oder Selektion der Teilnehmer,
- Regulierung der Einkommen und Budgets der Teilnehmer,
- Vermarktung der Medienrechte und Organisation der Marke,
- etc.

Gerade wegen der ubiquitären Präsenz und de facto Unvermeidbarkeit marktmächtiger Sportverbände als marktinterne Regulierer bedarf der kommerzielle Sport einer aktiven und aufmerksamen Wettbewerbspolitik, um die Balance zwischen notwendiger Regulierungskompetenz und Wettbewerbsverzerrungen/Ausbeutung zu sichern bzw. ggf. wiederherzustellen.⁸ Eine Ausnahme oder eine besonders milde Behandlung des kommerziellen Sports durch die Wettbewerbspolitik aufgrund der geschilderten ökonomischen Besonderheiten (Notwendigkeit der angebotsinternen Koordination) ist aus ökonomischer Sicht fehlgeleitet und missversteht die Bedeutung der marktinternen Regulierung: Gerade weil

⁵ Ein Gegenbeispiel konkurrierender Spitzenverbände wäre bspw. professionelles Boxen.

⁶ Vgl. Budzinski / Feddersen (2023).

⁷ Selbst die zunächst harmlos wirkende Setzung sportlicher Regeln beinhaltet kommerzielle Aspekte, da unterschiedliche Regeln den jeweiligen Sport in unterschiedlicher Weise attraktiv und/oder telegen erscheinen lassen.

⁸ Die wirtschaftliche Macht der marktinternen Regulierer (bzw. der Sportverbände) wird noch dadurch verstärkt, dass sie besonders erfolgreiche Akteure im Lobbying darstellen. Vgl. Daumann et al. (2022).

diese notwendig ist, bedarf sie besonders kritischer / aktiver wettbewerbspolitischer Begrenzung.

In Europa wird die Wettbewerbspolitik in erster Linie auf zwei Ebenen durchgeführt: auf der europäischen Ebene im engeren Sinne durch die Europäische Kommission und auf der nationalen Ebene durch die nationalen Wettbewerbsbehörden, wie das Bundeskartellamt in Deutschland. In weitgehendem Einklang miteinander untersagen dabei sowohl das europäische als auch das nationale Recht

- Kartelle (= kollusive Vereinbarungen zwischen Unternehmen), so sie nicht insgesamt fünf Ausnahmekriterien kumulativ genügen,
- Zusammenschlüsse, die zu einer signifikanten Beeinträchtigung des wirklichen Wettbewerbs führen, und
- Unternehmensstrategien, welche Marktmacht zu Lasten des Wettbewerbsprozesses oder zu Lasten der Konsumenten ausnutzen (Missbrauch von Marktmacht).

Da sich die Wettbewerbsbehörden öfters zögerlich verhielten, in Sportmärkte einzugreifen, waren es nicht selten Gerichtsurteile – und hier insbesondere solche des Europäischen Gerichtshofs (EuGH) – welche die Anwendung der allgemeinen Wettbewerbsregeln auf Sportmärkte in Europa vorantrieben.⁹

Basierend auf der Rechtsprechung des EuGH hat die Europäische Kommission (2007) folgende Regeln implementiert, wann eine wettbewerbsbeschränkende Handlung bzw. Vereinbarung eines markt-internen Regulierers (eines Sportverbands) ausnahmsweise trotz der wettbewerbsbeschränkenden Wirkungen zulässig sein kann. Mit Blick auf die oben ausgeführten Besonderheiten des Sports ist dies möglich, wenn die restriktive Handlung oder Vereinbarung erstens ein legitimes Ziel verfolgt. Legitime Ziele können gemäß bisheriger Fallpraxis beispielsweise die Integrität des Sports (bspw. Regeln gegen Doping und Manipulation), die Gesundheit von Spielern und Zuschauern, finanzielle Solidarität mit den nicht-kommerziellen Bereichen des Sports (Jugendsport, Breitensport), aber auch die wettbewerbliche Ausgeglichenheit des Sports („competitive balance“) sein. Eine Maßnahme, die ein solches legitimes Ziel verfolgt, darf wettbewerbsbeschränkend sein, aber nur wenn sie zweitens der Erreichung des Ziels inhärent ist, also geeignet ist, dieses Ziel zu erreichen, und drittens das Prinzip der Proportionalität nicht verletzt. Letzteres kann etwas vereinfacht so verstanden werden, dass es keine weniger wettbewerbsbeschränkende Maßnahme geben darf, welche dasselbe Ziel erreichen kann und das die Wettbewerbsbeschränkung in ihrer

⁹ Vgl. für Fallübersichten Budzinski (2019); Kornbeck (2023).

Schwere der Relevanz und Bedeutung des legitimen Ziels entsprechen muss. Grundsätzlich kann man die bisherige Fallpraxis und die Rechtsprechung so auslegen, dass wettbewerbsbeschränkende Maßnahme seitens der mächtigen Sportverbände auf das notwendige Minimum begrenzt werden sollen.

Der vorliegende Beitrag ist in seinem Umfang zu begrenzt, um wettbewerbspolitische Kontroversen in allen Bereichen des Sports nachzuzeichnen. Daher konzentrieren wir uns im Folgenden auf den europäischen Spitzenfußball (UEFA-Wettbewerbe, nationale Premiumligen), der alleine genug Stoff für eine erhellende Diskussion um Marktmacht, Marktmachtmissbrauch und Wettbewerb im Sport liefert.

3.2 Finanzregeln im Fußball

3.2.1 Eine kurze Einführung

Wie alle Verbände kommerzieller Sportarten haben auch die europäischen Fußballverbände mindestens zwei relevante Anreize, Finanzregeln zu setzen:

- (i) Integrität des Ligawettbewerbs: Unseriöse Finanzmodelle einzelner Ligateilnehmer können zu Insolvenzen im laufenden Ligabetrieb führen. Aus den folgenden Anpassungen von Spielplänen und Meisterschaftsständen resultieren negative Externalitäten auf die anderen Teilnehmer wie auch auf das Produkt „Liga“ insgesamt (Verletzung des legitimen Ziels Integrität des Sports). Mit Hilfe von Lizenzierungssystemen, welche als Teilnahmebedingung die Erfüllung bestimmter Standards der Rechnungslegung und des Finanzmanagements voraussetzen, kann diese Problematik recht gut durch den marktinternen Regulierer kontrolliert werden. Ausfallfonds, welche bei (unverschuldeter) Insolvenz einspringen und den Spielbetrieb bis Saisonende sicherstellen, können solche Systeme gut ergänzen.¹⁰

Aufgrund spezifischer Anreizsysteme¹¹ mag zudem die Neigung zur Überinvestition im Ligabetrieb besonders hoch sein. Die Bedingungen für ein systematisches Marktversagen in Form eines Akerlofschen

¹⁰ Vgl. Budzinski (2018), S. 174–175.

¹¹ Hierzu gehören bspw. (i) die Maximierung des sportlichen Erfolgs als dominantes Ziel anstelle von Gewinnmaximierung (Késenne 1996), „soft budget constraints“ und „too prominent-to-fail“ Phänomene, welche zur (teilweise öffentlich finanzierten) Rettung eigentlich insolventer Clubs in einer Art „Zombierennen“ führen (Andreff 2007; Storm / Nielsen 2012; Franck 2014), oder (iii) mangelnde betriebswirtschaftliche Kompetenzen im Management (Vöpel 2011).

Rattenrennens oder eines sog. positionalen Wettbewerbs sind jedoch klar nicht gegeben – oder durch die internen Finanzregeln selbst verursacht.¹²

- (ii) Finanzielle Ungleichgewichte:¹³ Die These, dass finanzielle Ungleichgewichte (also erhebliche Unterschiede in den Budgets der Ligateilnehmer) mindestens mittelfristig auch zu einer sportlichen Unausgeglichenheit und damit zu einer geringeren ligaweiten Wettbewerbsintensität führen, ist nicht neu und so weit – trotz prominenter Ausnahmen – auch gut bestätigt.¹⁴ Insofern erscheinen Eingriffe von Sportverbänden zur Begrenzung der finanziellen Ungleichgewichte innerhalb einer Liga auch nicht als abwegig.

Zu beachten sind allerdings drei erschwerende Faktoren: Erstens entstehen solche Ungleichgewichte inhärent im Sport selbst, da Erfolg meist mit einer Verbesserung der finanziellen Möglichkeiten einhergeht (Preisgelder, v. a. aber mehr Zuschauer, höhere Zahlungsbereitschaft von Sponsoren und Werbepartnern, größere Merchandisingnachfrage, etc.). Zweitens ist der oft postulierte Zusammenhang, dass eine größere wettbewerbliche Ausgeglichenheit für die Konsumenten attraktiver ist und daher zu mehr Nachfrage und zu mehr Fanwohlfahrt führt, sowohl theoretisch als auch empirisch fragwürdig.¹⁵ Drittens erlauben es die internen Regeln im europäischen Sportsystem (z. B. durch UEFA und nationale Fußballverbände) in der Regel nicht, dass Vereine ihren Standort wechseln, um Standortnachteile (z. B. durch ein kleineres Einzugsgebiet mit Blick auf Stadionbesucher und Sponsoren) auf diese Weise strategisch zu beseitigen.¹⁶ Der Status Quo – nennenswerte Umsatzerzielungspotenzialunterschiede bestehen zwischen den Vereinen – wird somit durch sportinterne Regulierungen gesichert bzw. gefestigt.

Um es klar zu formulieren: mehr finanzielle Ungleichgewichte führen wahrscheinlich zu geringerer wettbewerblicher Ausgeglichenheit, aber ob letztere mit einer geringeren Fannachfrage einher geht, ist fraglich.

¹² Vgl. ausführlich hierzu Budzinski (2017). Siehe zum letzten Teilsatz zudem auch Abschnitt 2.2.

¹³ Vgl. insgesamt Budzinski (2018), S. 159–163.

¹⁴ Vgl. Schubert / Hamil (2018). Ein überwiegend positiver Zusammenhang zwischen höheren Budgets und (mittelfristigem) Erfolg wird ebenfalls in der Literatur gefunden. Vgl. bspw. Forrest / Simmons (2002); Hall et al. (2002); Quitzau (2003); Frick (2005); Drut / Raballand (2012).

¹⁵ Vgl. bspw. Buraimo / Simmons (2009); Coates / Humphreys / Zhou (2014); Perez et al. (2017); Collins / Humphreys (2022); sowie für eine jüngere Literaturübersicht Pawlowski / Nalbantis (2019).

¹⁶ Solche Restriktionen bzgl. der Mobilität des Unternehmensstandorts bestehen in den meisten anderen Industrien nicht.

Insgesamt können Finanzregeln im Fußball also sehr wohl berechtigte Ziele verfolgen, aber nicht jedes Interventionsziel ist automatisch legitim. Eine Abwägung im Einzelfall ist notwendig, wobei Integritätsziele leichter zu legitimieren sein dürften als Ziele der Begrenzung oder des Abbaus finanzieller Ungleichgewichte. Eine explizite Begründung der Legitimität ist aus ökonomischer Sicht aber in jedem Fall notwendig, da hier kein Automatismus berechtigter Ziele angenommen werden kann. Da die Gefahr einer Überregulierung nicht ausgeschlossen werden kann, sondern bei direkten Eingriffen in Budgets/Ausgaben und/oder Einnahmen/Erträge der Ligateilnehmer sogar recht umfangreich besteht, müssen auch die Eignung des Instruments und seine Proportionalität jeweils kritisch und auf Basis moderner sportökonomischer Erkenntnisse betrachtet werden – was leider in der wettbewerbspolitischen Praxis nicht konsequent geschieht.

Nachfolgend betrachten wir zwei Beispiele von (kontroversen) Finanzregeln im bzw. für den europäischen Fußball im Detail.

3.2.2 Regulierung des Investorenwettbewerbs: die 50plus1-Regel

Die 1998 eingeführte 50plus1-Regel in den beiden obersten nationalen Fußballligen in Deutschland legt fest, dass sogenannte externe Investoren keine Mehrheit der Stimmrechte an Kapitalgesellschaften erwerben und besitzen können, welche im Auftrag von Mitgliedsvereinen der deutschen Fußballverbände an den entsprechenden DFB/DFL-Fußballwettbewerben (1. und 2. Bundesliga) teilnehmen. Der tragende Verein muss stets mindestens 50 Prozent plus 1 Stimmrecht an einer solchen Kapitalgesellschaft halten. Die Verteilung eventueller stimmrechtsloser Anteile ist von der Regulierung nicht betroffen.

Auch wenn die Regulierung „nur“ Stimmrechte betrifft, so stellt sie dennoch eine Regulierung des Investorenverhaltens und des Investorenwettbewerbs dar: die Frage des mit einem Anteilsschein verbundenen Einflusses auf das Unternehmen beeinflusst den Wert des Anteilsscheins und die Motivation der Nachfrage. Von der 50plus1-Regel gibt es drei Ausnahmen: Bayer Leverkusen und der VfL Wolfsburg wurden als „Werksclubs“ von Bayer und Volkswagen von Anfang an von der Regelung ausgenommen. Im Jahr 2005 folgte die Ausnahme für die TSG Hoffenheim und deren Mehrheitseigner Dietmar Hopp. In diesem Kontext wurde festgelegt, dass grundsätzlich eine Ausnahme erfolgen kann, wenn ein „externer“ Investor mehr als 20 Jahre lang kontinuierliche und substanzielle Investitionen in das Team geleistet hat. Ein darauf beruhender Antrag von Martin Kind (Hannover 96) wurde 2017 jedoch vom DFB abgelehnt.

Gemäß DFB sind die zentralen Ziele der 50plus1-Regel:¹⁷

- die Gewährleistung der organisatorischen Verbindung von Leistungssport und Breitensport sowie
- eine für die Bundesligen möglichst wettbewerbsneutrale Ausgestaltung der Regeln für Finanzinvestoren.

Beide Ziele können als legitim im Sinne der Besonderheiten des Sports akzeptiert werden,¹⁸ auch wenn der Zusammenhang zwischen wettbewerblicher Ausgeglichenheit und Konsumentenwohlfahrt in der Sportökonomik sehr ambivalent ist (siehe oben). „Wettbewerbsneutralität“ kann hier aber auch so verstanden werden, dass finanzielle Ungleichgewichte zwischen den Ligateilnehmern durch externe Investoren zumindest nicht vergrößert werden sollen.

Eine durchgängig angewendete 50plus1-Regel kann dabei theoretisch unterschiedliche Auswirkungen auf den Wettbewerb in einer Liga haben. Sind in der Ausgangssituation die Budgets der Clubs einigermaßen gleichverteilt, so ist es sehr wahrscheinlich, dass ein unreguliertes Engagement externer Investoren zu steigenden Ungleichgewichten führt und den Wettbewerb zu Gunsten der Investorenclubs verzerrt.¹⁹ Besteht hingegen in der Ausgangssituation bereits ein relevantes finanzielles Ungleichgewicht zwischen den Ligateilnehmern, so hängen die wettbewerblichen Effekte externer Investoren davon ab, in welche Clubs investiert wird: erfolgen Investitionen vor allem in die ohnehin bereits „reichen“ Clubs, so werden bestehende Ungleichgewichte weiter verstärkt, während eine Investition in nicht so reiche Clubs den gegenteiligen Effekt haben dürfte, nämlich die ursprünglichen Budgetnachteile der Investorenclubs zu den reichsten Clubs zu verkleinern.²⁰ Anders formuliert: ohne externe Aufholinvestitionen können ärmere Clubs den Unterschied zu den reicheren Clubs (der erfolgshäufiger entstanden sein mag; siehe oben) nicht aufholen, unabhängig von Talenten und Leistungspotenzialen. In diesem Fall kann eine 50plus1-Regel wettbewerbsverzerrend wirken, weil sie dazu beiträgt, die historisch gewachsene (Finanz-)Hierarchie der Clubs zu zementieren und den Markt hinsichtlich der Top-Platzierungen abschottet.

Ein Blick in die Empirie zeigt dabei, dass (i) Investitionen häufig in Clubs erfolgen, die vorher nicht zu den Finanzstärksten der jeweiligen Liga gehörten,²¹ (ii) die

¹⁷ Vgl. <https://www.dfl.de/de/aktuelles/fragen-und-antworten-zur-50-plus-1-regel/>.

¹⁸ So auch das Bundeskartellamt (2021).

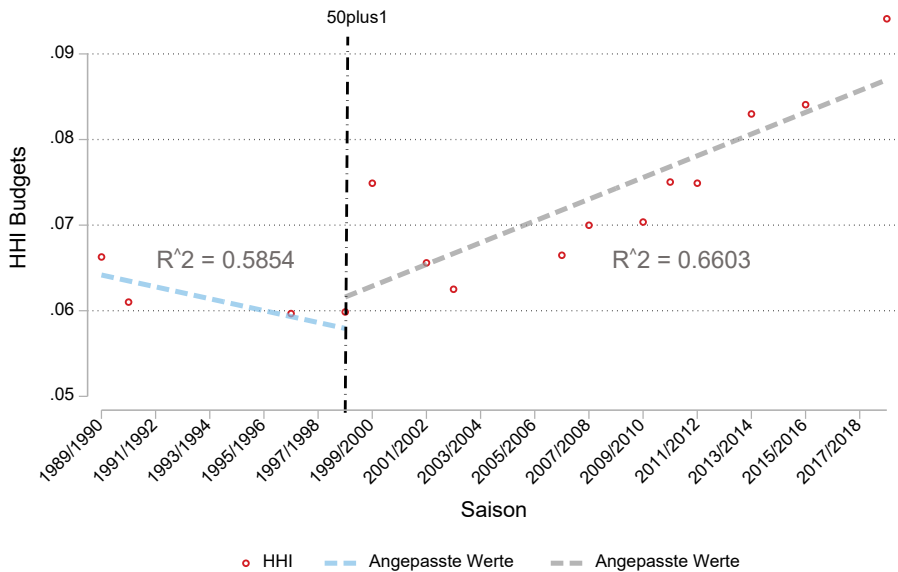
¹⁹ Vgl. bspw. Lang et al. (2011).

²⁰ Vgl. bspw. Budzinski (2018).

²¹ Während in England das Bild recht gemischt ist (zum Beispiel Manchester United, FC Liverpool versus Manchester City, Newcastle) sind die „Investorenclubs“ und

Budgets der Bundesligaclubs bei Einführung der 50plus1-Regel bereits erhebliche Unterschiede aufwiesen, welche (iii) seither noch stark angewachsen sind, so dass (iv) kein Beitrag der 50plus1-Regel zu einem stärkeren Ausgleich der Budgets nachgewiesen werden kann.²² Im Gegenteil zeigt eine deskriptive Statistik der Budgetverteilung in der Bundesliga auf Basis gängiger Konzentrationsmaße (Herfindahl-Hirschman-Index und Gini-Koeffizient), dass zeitgleich mit der Einführung der 50plus1-Regel eine Trendumkehr in Richtung wachsende Ungleichgewichte zu beobachten ist (Abb. 1 und 2). Die Beschränkung des Investorenwettbewerbs lässt sich also durch das Argument einer wettbewerbsneutralen Ausgestaltung eher nicht rechtfertigen.

Abbildung 1: HHI der Bundesligabudgets²³



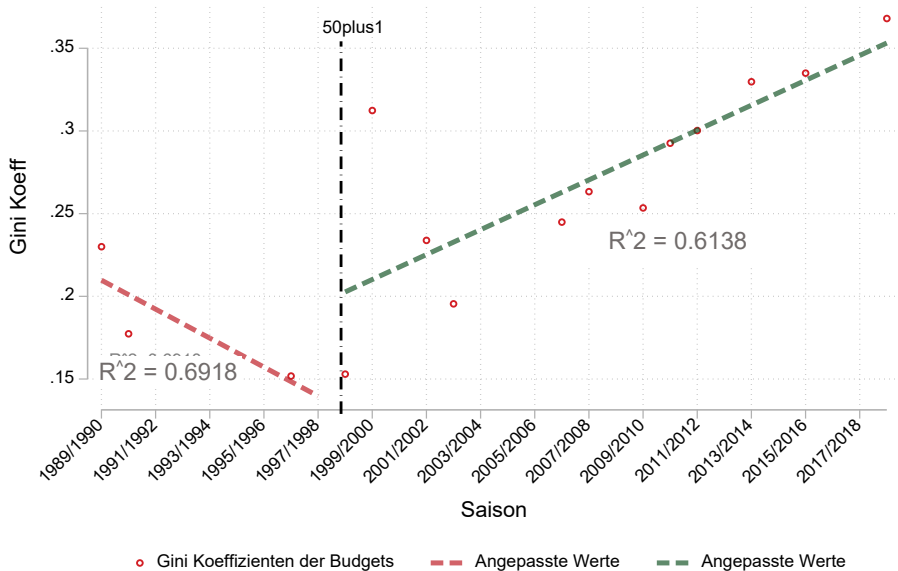
Quelle: Budzinski / Kunz-Kaltenhäuser (2020), S. 16.

Kandidaten für entsprechende Übernahmen in der Bundesliga und vieler anderen Ligen größtenteils keine bereits etablierten Top-Clubs.

²² Vgl. ausführlich Budzinski / Kunz-Kaltenhäuser (2020).

²³ Die gestrichelte senkrechte Linie markiert jeweils die Einführung der 50plus1-Regel.

Abbildung 2: Gini-Koeffizient der Bundesligabudgets



Quelle: Budzinski / Kunz-Kaltenhäuser (2020), S. 17.

Zu einer anderen Bewertung kann man im Hinblick auf das Ziel der Gewährleistung der organisatorischen Verbundenheit von Leistungs- und Breitensport kommen. Die 50plus1-Regel sichert den Einfluss der Vereine und ihrer Mitglieder auf die Lizenzspielerabteilungen, was einen Eigenwert darstellen kann. Empirisch zu analysieren wäre, inwieweit und wie stark zusätzlich der Breitensport hiervon tatsächlich profitiert.

Die bisherigen Überlegungen haben freilich vernachlässigt, dass die 50plus1-Regel nicht ausnahmelos gilt, sondern drei Clubs der aktuellen Bundesliga hiervon ausgenommen sind (siehe oben). Diese Ausnahmen sollten theoretisch wie empirisch wettbewerbsverzerrend wirken.²⁴ Zudem tragen sie auch nicht zum Ziel einer wie auch immer gearteten Verbundenheit von Leistungs- und Breitensport bei, so dass die Ausnahmen insgesamt nicht zu rechtfertigen sind. Damit ist auch die 50plus1-Regel in ihrer bestehenden Form wettbewerbspolitisch nicht zu

²⁴ Vgl. mit Evidenz Budzinski / Kunz-Kaltenhäuser (2020). Auch das Bundeskartellamt (2021) sieht die Ausnahmen äußerst kritisch.

rechtfertigen und bedarf entweder einer Reform (Abschaffung der Ausnahmen)²⁵ oder der Abschaffung. Das Bundeskartellamt beschäftigt sich derzeit (Januar 2023) mit der Regel; es ist unklar, wann mit einer Entscheidung zu rechnen ist.

3.2.3 Regulierung finanzieller Ungleichgewichte? – Die endlose Geschichte der zentralen Vermarktung

Wenn das Ziel einer Begrenzung finanzieller Ungleichgewichte verfolgt werden soll, bietet sich das Instrument der liga-internen oder liga-übergreifenden Umverteilung an. Insbesondere gemeinsame, kollektive Einnahmen eignen sich dafür, da sie ohnehin (mindestens) unter den Ligateilnehmern verteilt werden müssen. Solche kollektiven Einnahmen entstehen durch die übergreifende Vermarktung des Produkts „Liga“, bspw. Markenrechte oder Merchandising zu diesem Produkt.

Deutlich größere Erlöse werden jedoch typischerweise durch die sogenannte Zentralvermarktung erzielt: Liga-Organisator und die die Spiele ausrichtenden Clubs legen ihre Vermarktungsrechte für mediale Übertragungen (Fernsehen, Radio; zunehmend: Streaming) zusammen und bilden – ökonomisch wie wettbewerbsrechtlich – ein Kartell. Dieses Kartell verkauft die Übertragungsrechte dann zentral als Monopolist gegenüber den Kunden (Medienunternehmen), wodurch sich u. a. höhere Erträge im Sinne von Monopol- oder Marktmachtrenten erzielen lassen. Durch diese Praxis wird der Wettbewerb zwischen den Übertragungsrechteanbietern (dezentrale Vermarktung) ausgeschaltet, der Wettbewerb auf dem nachgelagerten Medienmarkt verzerrt und die Konsumentenwohlfahrt gesenkt. Letzteres geschieht dadurch, dass die Medienunternehmen die überhöhten Preise mindestens teilweise an die Konsumenten weiterreichen, bspw. in Form höherer Abonnementsgebühren (Pay TV; Streamingdienste), höherer öffentlicher Abgaben (öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten), mehr Werbung (kommerzielle, werbefinanzierte Anbieter), und/oder verringerte Investitionen in die Qualität des Restprogramms (alle). Wettbewerbswidrige Wirkungen des Zentralvermarktungskartells sind also kaum zu bestreiten,²⁶ die Monopolkommission

²⁵ Das Bundeskartellamt (2021) deutet an, dass eine von den Ausnahmen befreite 50plus1-Regel seiner Meinung nach von einem kartellrechtlichen Verbot ausgenommen sein *kann* (nicht automatisch *ist*).

²⁶ In der umfangreichen und durchaus kontroversen sportökonomischen Literatur zur Zentralvermarktung werden die wettbewerbsbeschränkenden Effekte auch kaum bestritten. Vgl. inter alia, Cave / Crandall (2001); Falconieri et al. (2004); Forrest et al. (2004); Gürtler (2007); Peeters (2011, 2012); Késenne (2014); Budzinski (2019); Budzinski et al. (2019); Butler / Massey (2019); Dewenter / Klein (2020). Strittiger ist die Frage, ob Effizienzvorteile und Vorteile für die Konsumenten in nennenswertem

(2016: 81) sieht schwerwiegende Wettbewerbsbeschränkungen (sogenannte Kernbeschränkungen).

Welche legitimen Ziele können die wettbewerbswidrigen Wirkungen rechtfertigen? Hier können die Begrenzung finanzieller Ungleichgewichte (liga-interne Umverteilung) oder die finanzielle Solidarität mit dem Jugend- und Breitensport (liga-übergreifende Umverteilung) genannt werden. Die Ermöglichung höherer Einnahmen an sich dürfte hingegen kein legitimes Ziel darstellen; im Gegenteil, es müsste aus ökonomischer Sicht sichergestellt werden, dass mit dem Kartellgewinn legitime Ziele verfolgt und hinreichend erreicht werden – und nicht lediglich Pseudomaßnahmen in dieser Richtung ergriffen werden, um die kommerzielle Einnahmenmaximierung zu rechtfertigen.

Das zentrale Problem mit den bisherigen Zentralvermarktungsmodellen sowohl der Bundesliga als auch der UEFA Champions League (und anderer Zentralvermarktungssysteme) liegt in der fragwürdigen empirischen Bilanz der liga-internen und liga-externen Umverteilung.²⁷ Zwar können solche Umverteilungssysteme effektiv (ansonsten) wachsende Budget-Ungleichgewichte innerhalb einer Liga eindämmen, dazu bedarf es jedoch entsprechender Allokationsregeln, wie bspw. einer Gleichverteilung der Einnahmen oder gar einer Verteilung, die umgekehrt proportional zu den sonstigen Einnahmen erfolgt.²⁸ In der Bundesliga, wie in den meisten europäischen Ligaformaten (und im Gegensatz zu manchen amerikanischen Profi-Ligen), werden die stark wachsenden zentralen Einnahmen im Wesentlichen basierend auf einem Tabellenplatzdurchschnitt der letzten drei Jahre verteilt, absteigend von erfolgreich zu wenig erfolgreich (mit einem Sockelbetrag, welcher der Zuteilung an den sportlichen Schwächsten entspricht).²⁹ Da eine (mindestens mittelfristige) imperfekte Korrelation zwischen Budgetvorteilen und sportlichem Erfolg besteht, bedeutet eine solche leistungsorientierte Verteilung, dass ohnehin bestehende finanzielle Ungleichgewichte weiter verstärkt werden. Das legitime Ziel wird somit durch das wettbewerbsbeschränkende Instrument Zentralvermarktung nicht erreicht, weswegen die Wettbewerbsbeschränkung damit auch nicht zu rechtfertigen ist.

Tatsächlich könnte ein Finanzausgleich auch bei anderen Vermarktungsregimen inklusive Einzelvermarktung stattfinden und möglicherweise wirksamer die Unterschiede in der Finanzkraft der Teilnehmer reduzieren, insbesondere wenn

Umfang auftreten, wobei dies überwiegend (aber nicht ausschließlich) negativ gesehen wird.

²⁷ Zur UEFA Champions League siehe diesbezüglich auch Abschnitt 3.2.

²⁸ Vgl. Budzinski (2018).

²⁹ Vgl. bspw. Budzinski / Müller-Kock (2018).

dadurch auch andere Einnahmearten einbezogen werden – so sieht es jedenfalls die Monopolkommission (2016: 96). In jedem Fall müsste das Umverteilungsregime im Zentrum der sportverbandlichen Maßnahme stehen und nicht die wettbewerbswidrige Einnahmemaximierung. Das gilt grundsätzlich in ähnlicher Weise für das legitime Ziel der liga-externen finanziellen Solidarität.

Die Europäische Kommission argumentiert in ihren Entscheidungen zur Zentralvermarktung in der UEFA Champions League (2003), in der English Premier League (2006) und in der Bundesliga (2005) denn auch stärker über die Kartellausnahmebedingungen (Art. 101 (3) TFEU). Sie sieht Effizienzvorteile, an welchen die Konsumenten angemessen beteiligt werden, ohne dass Wettbewerb auf den Endkonsumentenmärkten vollkommen ausgeschlossen wird – letzteres allerdings nur unter gewissen Auflagen. Die Effizienzvorteile einer Zentralvermarktung liegen demnach in einem transaktionskostensparenden „Single Point of Sale“³⁰ und in der Möglichkeit, das Gesamtprodukt Liga als Marke einheitlich zu vermarkten. Aus ökonomischer Perspektive erscheinen diese Effizienzvorteile an sich zweifelhaft und ihre Kartellspezifität zudem wenig überzeugend. Die Monopolkommission (2016: 118) kommt jedenfalls in Übereinstimmung mit der Masse der oben zitierten Literatur zu erheblichen Zweifeln an den Effizienzvorteilen der Zentralvermarktung, die nicht genauso gut oder besser über Einzelvermarktung erzielt werden können.³¹

Auch die Europäische Kommission und das Bundeskartellamt gehen nicht davon aus, dass die möglichen Effizienzvorteile die erheblichen Wettbewerbsbeschränkungen kompensieren, weswegen beide Auflagen verhängen bzw. ihre Genehmigungen nur unter verpflichtenden Zusagen der Sportverbände als marktinterne Regulierer erteilen. Hier ist insbesondere das sogenannte Alleinerwerbsverbot bzw. die No-Single-Buyer-Rule zu nennen.³² Diese Auflage besagt, dass die Live-Übertragungsrechte an jedem Spiel zwar exklusiv an nur ein Medienunternehmen verkauft werden dürfen, aber nicht alle Live-Übertragungsrechte aller Spiele an dasselbe Medienunternehmen. Stattdessen müssen Pakete an exklusiven Übertragungsrechten definiert werden, die an verschiedene Medienunternehmen veräußert werden.

³⁰ Das gilt für jedes Monopol – nur fallen der steigende Preis, die sinkende Qualität und die dynamische Ineffizienz stets stärker ins Gewicht der sozialen Wohlfahrt als die Transaktionskostensenkung.

³¹ Eine einheitliche Vermarktung wäre bspw. als gemeinsame Vereinbarung, die einer Einzelvermarktung unterliegen kann, auch in anderen Systemen umsetzbar.

³² Vgl. European Commission (2003, 2005, 2006) und Bundeskartellamt (2020) – auch zu den weiteren Auflagen.

Durch das Alleinerwerbsverbot wird effektiv verhindert, dass nur ein Medienunternehmen die wertvollen Premium-Fußballübertragungsrechte erwerben und sich damit einen erheblichen Wettbewerbsvorteil auf den Medienmärkten sichern kann. Somit wird der Wettbewerb auf den nachgelagerten Märkten geschützt (wenn auch nicht vor Ausbeutungsmissbrauch in Form überhöhter Preise). Dennoch ist gerade die Alleinerwerbsverbotsklausel in jüngerer Zeit in die ökonomische Kritik geraten.³³ Unter anderem geht es darum, dass im modernen Streamingzeitalter sowie in Pay-TV-Regimen das Alleinerwerbsverbot dazu führt, dass die Konsumenten mehrere Subskriptionen bezahlen (höhere monetäre Kosten) und verwalten (höhere Transaktionskosten) müssen, wenn sie einen Wettbewerb bzw. eine Liga in Gänze verfolgen möchten. Im Free-TV war das historisch kein Problem, da man nur umschalten musste; insbesondere das Streamingzeitalter ändert jedoch Konsumgewohnheiten und -möglichkeiten. Hier zeigt sich die Notwendigkeit einer Neubewertung von historisch gewachsenen Auflagen: was früher gut funktioniert haben mag, kann heute die Konsumentenwohlfahrt schädigen.

Die Lösung der Dauerprobleme um die Zentralvermarktung muss aus ökonomischer Sicht übrigens nicht zwingend in der Einzelvermarktung liegen. Es würde ausreichen, die Exklusivität der Live-Übertragungsrechte zu untersagen (als Bedingung für die Genehmigung einer Zentralvermarktung), so dass mehrere Medienunternehmen überschneidende Rechtepakete erwerben könnten.³⁴ Dies würde Wettbewerb auf den Medienmärkten sichern, Monopolpreise verhindern und den Medienunternehmen ermöglichen, innovative, auf die Präferenzen der Fans zugeschnittene Übertragungspakete und -formen anzubieten. Lediglich das kommerzielle Interesse von UEFA, DFL & Co an Einnahmenmaximierung würde nicht bedient.

3.3 Anreize für Leistungs- und Behinderungswettbewerb auf der Ebene marktinterner Regulierer: European Super League vs. UEFA

3.3.1 Der Stand des Falls (Januar 2023)

Am 18. April 2021 verkündeten 12 europäische Spitzenklubs die Gründung einer neuen europäischen Spitzenliga, nämlich der European Super League (ESL). Unter dem Motto „Die besten Clubs. Die besten Spieler. Jede Woche.“ unterschied sich das geplante Format in vielerlei Hinsicht deutlich von der

³³ Vgl. Butler / Massey (2019); Budzinski et al. (2019); Dewenter / Klein (2020).

³⁴ Vgl. Budzinski et al. (2019), S. 154–155.

existierenden UEFA Champions League. Eine massive negative Reaktion aus organisierten Fankreisen, den Fußballsportverbänden und der Politik führten zu einem zu dem verkündeten Rückzug der Mehrheit der Klubs aus dem Projekt sowie zu einer Überarbeitung des Konzepts (inklusive einer Abkehr von der Idee einer geschlossenen Liga ohne Auf- und Abstieg). Die UEFA ging insofern noch einen Schritt weiter, als sie die Clubs und die Spieler, welche sich dem ESL-Projekt anschließen wollten oder dies zukünftig machen werden, erhebliche Sanktionen androhte: Geldstrafen, Ausschlüsse vom Ligabetrieb und Ausschluss der Spieler von den Nationalmannschaften wurden hier als Sanktionen verkündet.³⁵ Insbesondere gegen diese Sanktionierungen zog die ESL vor einen spanischen Gerichtshof, den *Juzgado de lo Mercantil n.º 17 de Madrid (Commercial Court of Madrid)*. Dieser wiederum stellte eine Anfrage auf Rechtsauskunft an den EuGH. Dabei geht es darum, ob die Artikel in den UEFA-Ordnungen, auf welchen die Sanktionen beruhen sollen, wettbewerbswidrig sind bzw. genauer: gegen europäisches Wettbewerbsrecht (Art. 101 und 102 TFEU) verstoßen würden. Im Juni 2022 fanden die Anhörungen vor dem EuGH statt, im Dezember 2022 veröffentlichte der Generalstaatsanwalt sein Plädoyer und für das Frühjahr 2023 (also nach Redaktionsschluss dieses Beitrages) wird der Spruch des EuGH erwartet.

Der Fall ist für den vorliegenden Beitrag nicht so sehr deswegen spannend, weil man sich als Fußballfan für oder gegen den einen oder anderen Vorschlag positionieren kann. Vielmehr zieht er seine Faszination aus der Frage, wie weit das Monopol der UEFA zur Organisation von paneuropäischen Fußballwettbewerben reicht und welche Grenzen es für die Maßnahmen gibt, dieses Monopol zu verteidigen. Rein ökonomisch stellt die ESL erstmal eine horizontale Konkurrenz zur UEFA Champions League dar, deren Markteintritt durch die UEFA durchaus brachial verhindert wird (wenn man es mit anderen Industrien vergleicht). Bei der Bewertung des Falls sollte man sich dabei nicht davon tragen lassen, dass sich die ESL bisher nicht gerade als Sympathieträger präsentiert hat, oder davon, dass das im April 2021 vorgestellte (und inzwischen mehrfach überarbeitete/korrigierte) ESL-Konzept sehr wahrscheinlich ebenfalls Fragen bezüglich der Wettbewerbsbeschränkungen aufwerfen würde.³⁶ Man kann sich genauso vorstellen, dass eine Stakeholderinitiative (SHI) ein Alternativkonzept zur UEFA Champions League entwickeln würde – mit gleichen Auszahlungen für alle Beteiligten und ohne riesenhafte Finanzsprünge zwischen europäischen und nationalen Ligen,

³⁵ Vorsichtshalber hatte die UEFA bereits am 21. Januar 2021 (also deutlich vor der Bekanntgabe des Projekts) verkündet, ein mögliches ESL-Projekt zu verbieten und die Teilnehmer drakonisch zu sanktionieren.

³⁶ Vgl. Houben / Blocks / Nuyts (2022).

ausgeprägter Fannähe usw. Beides – ESL und SHI – wären unabhängige Ausrichter von Fußballwettbewerben und in beiden Fällen wäre das Monopol der UEFA auf die eigentlichen Aufgaben des marktinternen Regulators begrenzt, während die kommerzielle Seite im Wettbewerb im oder um den Markt stünde.³⁷

Die UEFA verleiht sich in den Art. 49-51 ihrer Statuten selbst das Monopol für die Organisation bzw. Ausrichtung internationaler Fußballwettbewerbe in Europa und die Möglichkeit, solche Wettbewerbe zu untersagen und zu sanktionieren, wenn sie von anderen als ihr selbst organisiert bzw. ausgerichtet werden und vorher von der UEFA genehmigt worden sind. Dabei ist zu bedenken, dass die UEFA keine staatliche Gebietskörperschaft ist, sondern ein privater Verein, der nach Schweizer Recht eingetragen ist. Generalstaatsanwalt Rantos systematisiert die Statuten, deren Vereinbarkeit mit dem Wettbewerbsrecht infrage steht, in seiner Stellungnahme wie folgt:³⁸

- *Statuten*, mit denen die UEFA sich das Recht einräumt, jeden internationalen Fußballwettbewerb in Europa mit einer Ex-Ante Genehmigungspflicht zu belegen; das gilt auch für Wettbewerbe, die von Dritten organisiert werden.
- *Exklusivbindungen*, nach denen direkte und indirekte UEFA-Mitglieder (inklusive Clubs und deren Spieler) ausschließlich in solchen Wettbewerben antreten dürfen, welche von der UEFA genehmigt sind. Im Verstoßfall drohen Sanktionen bis hin zum Wettbewerbsausschluss.
- *Aneignungsklauseln*, nach denen die UEFA der originale Eigentümer aller Sportrechte von europäischen Fußballwettbewerben ist, und gemäß derer nur die UEFA berechtigt ist, diese (kommerziell) auszuschöpfen bzw. auszubeuten („exploit“) und die Distribution dieser Rechte zu autorisieren.

In allen vier Bereichen steht nicht infrage, dass sich die UEFA diese weitgehenden Rechte selbst einräumt. Stattdessen ist die zentrale Frage, ob diese marktinternen Regeln wettbewerbswidrig oder aufgrund der Besonderheiten des Sports zugelassen sind.

3.3.2 Mögliche wettbewerbspolitische Bewertungen

Dem in Abschnitt 1 dargelegten Schema der europäischen Wettbewerbspolitik im Sportbereich folgend, kann man zunächst mit Überlegungen zur potenziellen Schwere der Wettbewerbsbeschränkung beginnen. Aus ökonomischer Sicht geht

³⁷ Vgl. ausführlicher zu einer abstrakten Einordnung notwendiger und nicht notwendiger Monopolbereiche im europäischen Fußball Budzinski / Feddersen (2023).

³⁸ Vgl. Rantos (2022), rec. 50. Rec. 10 zitiert die Statuten im Einzelnen.

es hier um die Kombination aus (a) Handlungsspielraum der UEFA (als marktinternen Regulierer) seine Marktmacht zu missbrauchen und (b) den Anreizen, dies auch zu machen.

- (a) Handlungsspielraum: Die UEFA verfügt über ein Monopol in den Märkten für die Organisation, Regulierung, und Vermarktung von europäischen Premium-Fußballwettbewerben.³⁹ Als europäischer Spitzensportverband besteht sie aus den nationalen Fußballverbänden (Mitglieder der UEFA), welche wiederum bspw. in Deutschland aus den Landessportverbänden als Mitglieder bestehen. Letztere bestehen über weitere regionale Fußballverbände schließlich aus den Fußballclubs. Direkt wird die Geschäftsleitung der UEFA also durch die Funktionäre der nationalen Fußballverbände kontrolliert, welche wiederum durch die Funktionäre regionaler Verbände kontrolliert werden. Die am unteren Ende der Pyramide stehenden Fußballclubs verfügen also lediglich über einen sehr indirekten Kontrolleinfluss auf die UEFA, der durch alle Ebenen des pyramidenartigen Aufbaus von erheblichen Prinzipal-Agenten-Problemen⁴⁰ gekennzeichnet sein dürfte. Mit anderen Worten, es ist davon auszugehen, dass die UEFA-Funktionäre über einen erheblichen Handlungsspielraum gegenüber den Clubs verfügen, da im Wesentlichen ein System von „Funktionäre kontrollieren Funktionäre“ vorherrscht, welches äußerst anfällig für erhebliche Prinzipal-Agenten-Problem sein dürfte. Andere Stakeholder-Gruppen, wie beispielsweise organisierte und nicht-organisierte Fans, dürften über noch weniger systematischen Einfluss verfügen. In solchen Systemen wird der Handlungsspielraum der Manager üblicherweise, wenn überhaupt, vor allem durch lobbyistische Einflüsse begrenzt, welche sich sehr ungleich über die Regulierungsadressaten und anderen Stakeholder verteilen dürften. Insgesamt besteht also ein erheblicher Handlungsspielraum für die UEFA (Monopol plus Prinzipal-Agenten-Probleme), um wettbewerbswidrige Verhaltensweisen und Arrangements durchzusetzen, welche ihre eigenen Renten bzw. die Interessen der Spitzenfunktionäre sichern.
- (b) Anreize: Decken sich die Interessen aller Beteiligten, stellen die unter (a) aufgeführten Handlungsspielräume möglicherweise nur ein kleines Problem dar. Budzinski und Feddersen (2023: 89-92) verdeutlichen jedoch, dass mit abweichenden Eigeninteressen der leitenden Fußballverbandsmanger zu rechnen ist. Hinzu kommt eine sogenannte „Dual Role“-

³⁹ Vgl. Rantos (2022), rec. 13, 37.

⁴⁰ Vgl. pionierend Jensen (1986). Für eine ausführliche Anwendung auf Sportverbände vgl. Budzinski / Feddersen (2023).

Position der UEFA im Ökosystem des europäischen Fußballs: die UEFA agiert nicht nur als (neutraler) marktinterner Regulierer, sie organisiert und vermarktet auch ihre eigenen Wettbewerbe.⁴¹ Aus der ökonomischen Literatur ist bekannt, dass Dual Role-Situationen erhebliche Anreize zu wettbewerbswidrigem Verhalten setzen,⁴² da durch bspw. Selbstbevorzugung eine sehr profitable Ausweitung der eigenen Marktmacht möglich wird, welche sowohl Verdrängungsmisbrauch als auch Ausbeutungsmisbrauch möglich und wahrscheinlich werden lässt.⁴³

Im Ergebnis ist also festzuhalten, dass die UEFA als marktinterner Regulierer sowohl über den Handlungsspielraum als auch über die Anreize verfügt, den Wettbewerb massiv zu beschränken, bis hin zu einer vollständigen Verschließung des Marktes, um Monopol- und Ausbeutungsrenten abschöpfen zu können. Es ist also von einer erheblichen Schwere der Wettbewerbsbeschränkungen auszugehen, wenn die Macht der UEFA als marktinternem Regulierer nicht in irgendeiner Weise begrenzt und der Monopolbereich auf den sportökonomisch zu rechtfertigenden Bereich – Regulierung (nicht aber: Organisation und Vermarktung⁴⁴) – wirksam begrenzt wird.

Möglicherweise lässt sich eine gewisse Beschränkung des Wettbewerbs jedoch durch die Verfolgung legitimer Ziele rechtfertigen. Hier nennt Rantos (2022) immer wieder die Integrität des Sports, die finanzielle Solidarität mit dem Jugend- und Breitensport, sowie die „Competitive Balance“-fördernde Umverteilung der Einnahmen (insbesondere aus dem Verkauf von Übertragungsrechten). Lassen sich also Genehmigungsstatuten, Exklusivbindungen und Aneignungsklauseln mit diesen legitimen Zielen rechtfertigen und erfüllen sie die Bedingungen der Inhärenz und Proportionalität?

Aus ökonomischer Sicht lässt sich das Aufstellen eines verbindlichen Ex-Ante-Genehmigungsprozesses für europäische Fußballwettbewerbe sehr wohl mit legitimen Zielen verbinden. Beispielsweise könnte Teil der Genehmigungsbedingungen sein, dass aus den Einnahmen eines genehmigten Wettbewerbs eine definierte finanzielle Förderung des gesellschaftlich wünschenswerten Jugend- und Freizeitsports erfolgen muss. Ebenso ließen sich Minimumstandards für die (Um-)Verteilung der Einnahmen zwischen den Teilnehmern (und ggf. anderen Profi-Clubs) festschreiben. Auch die Integrität des Sports in einem weit

⁴¹ Vgl. Rantos (2022), rec. 37, 47.

⁴² Vgl. inter alia De Cornière / Taylor (2019); Bourreau / Gaudin (2022); Hagiu et al. (2022).

⁴³ Vgl. hierzu generell Bougette et al. (2022).

⁴⁴ Vgl. Budzinski / Feddersen (2023), S. 93–98.

verstandenen Sinn könnte adressiert sein, wenn man es aus Konsumentenwohl- fahrtsgründen für notwendig hält, genau einen eindeutigen Wettbewerb der bes- ten Teams zu haben, damit das beste Talent gegeneinander antritt und das ein- deutig beste Team gekürt wird.⁴⁵ Zwar kann dann auf der obersten Ebene – aber auch nur auf dieser – immer nur ein Wettbewerb im Genehmigungsprozess aus- gewählt werden. Den Mangel eines Wettbewerbs im Markt könnte man aber um einen Wettbewerb um den Markt ersetzen, in welchem regelmäßig die Ausrich- tung und Vermarktung des Top-Wettbewerbs ausgeschrieben wird.⁴⁶

Voraussetzung dafür, dass diese legitimen Ziele zuverlässig erreicht werden, ist dabei ein transparentes und diskriminierungsfreies Genehmigungsverfahren für europäische Fußballwettbewerbe, welches Vorschläge von Drittanbietern nach den gleichen Kriterien beurteilt wie die UEFA-eigenen Wettbewerbe.⁴⁷ Zudem bedarf es eines – wiederum transparenten und diskriminierungsfreien – Control- lings, ob die legitimen Ziele auch wirklich erreicht werden. Selbst ohne umfas- sende empirische Analyse (welche dennoch wünschenswert wäre, aber unseres Wissens bisher nicht vorliegt) kann bspw. bezweifelt werden, dass die gegenwärtige UEFA Champions League positiv auf Competitive Balance wirkt⁴⁸, oder dass die finanzielle Solidarität auch nur ansatzweise der Höhe der Marktmachtrenten entspricht.

Das bedeutet freilich nicht, dass der ESL-Vorschlag hier besser wäre; dies wäre zu analysieren. Eine solche transparente und kriterienbasierte Analyse und eine darauf basierender sowie diskriminierungsfreier Genehmigungsprozess für Wett- bewerbe von Drittanbietern finden jedoch nicht statt. Stattdessen genehmigt und verbietet die UEFA vollkommen diskretionär. Es gibt nicht einmal einen Aus- schreibungs- und Einreichungsprozess, dem sich Drittanbieter – wie die ESL aber potenziell auch andere Stakeholdergruppen (inklusive gemeinnützige Fan- projekte) oder Sportausrichterfirmen – unterziehen können.⁴⁹ Der in 3.1 geschilderte Verlauf des aktuellen Falls verdeutlicht dies.

⁴⁵ Vgl. für eine Pro- und Contra-Argumentation Budzinski / Feddersen (2013). Vgl. Ross (1989, 2003) für eine Gegenargumentation pro Wettbewerb zwischen Top-Ligen.

⁴⁶ Vgl. hierzu Budzinski / Feddersen (2013).

⁴⁷ So grundsätzlich auch Generalstaatsanwalt Rantos (2022), rec. 48, 72–73.

⁴⁸ Die vorliegenden empirischen Studien kommen eher zum gegenteiligen Ergebnis; vgl. inter alia Pawlowski et al. (2010); CIES Football Observatory (2019); Dessus / Raballand (2020); Wagner et al. (2021).

⁴⁹ Es überrascht, dass Generalstaatsanwalt Rantos (2023), rec. 65–122 diese Vorge- hensweise juristisch zufriedenstellend findet, weil die ESL die legitimen Ziele schlech- ter erreichen würde (wofür er bezeichnenderweise keinerlei empirische Belege vorlegt und auch keine vergleichende Analyse zur Champions League vorlegt). Dies wäre ja aber erstens durch ein transparentes Verfahren erst festzustellen und zweitens geht

Aus ökonomischer Sicht wäre es eine Minimallösung, von der UEFA die Einrichtung eines transparenten, kriterienbasierten und antizipierbaren sowie diskriminierungsfreien Genehmigungsverfahrens zu verlangen, wenn man die Kombination aus Handlungsspielraum und Dual-Role-Anreizen betrachtet, denen die UEFA unterliegt. Damit ließen sich die legitimen Ziele erreichen, ohne dass ein totaler Marktverschluss und willkürliche Marktmissbrauch hingenommen werden müssen.⁵⁰

Damit ist auch klar: Exklusivbindungen und Aneignungsklauseln sowie die teilweise drakonischen Sanktionen bei Verstößen sind den legitimen Zielen „finanzielle Solidarität“ und „Competitive Balance“ weder inhärent noch proportional. Sie könnten allesamt über ein transparentes und diskriminierungsfreies Genehmigungsverfahren für europäische Fußballwettbewerbe – in dem sie wichtige Kriterien mit vorgegebenen Mindest erfüllungsgrad darstellen können – sichergestellt werden.⁵¹ Zu betonen bleibt dabei, dass eine solche Sicherstellung dabei sogar einen Fortschritt zur gegenwärtigen Lage bedeuten würde, in denen die UEFA im Grunde bloß behauptet, diese legitimen Ziele zu verfolgen, ohne dass dies wirksam kontrolliert würde.

Das Gutachten des Generalstaatsanwalts am EuGH macht noch ein weiteres Argument auf: die sportliche Integrität (siehe dazu auch Abschnitt 1) sei gefährdet, wenn dieselben Clubs mit eigenen Teams in UEFA-Wettbewerben und Nicht-UEFA-Wettbewerben antreten würden.⁵² Hintergrund ist das Konzept der ESL, weiter in den nationalen, regionalen und Jugendligen innerhalb der traditionellen Verbände antreten zu wollen. Abgesehen von einem spontanen Reflex gegen eine solche Möglichkeit, fehlt es aber in der Stellungnahme des

es ja auch darum, die Regeln für zukünftige Fälle festzuzurren. Vgl. zu gegenteiligen Sichtweisen zur Rantos-Meinung aus juristischer Sicht bspw. Houben (2023), Monti (2023) oder aus ökonomischer Sicht Budzinski (2023).

⁵⁰ Vgl. auch Budzinski (2023).

⁵¹ Dazu gehört auch das Ziel „offene Märkte“ (bzw. offene Ligen mit Auf- und Abstieg aus ausschließlich sportlichen Gründen), wenn man dies als legitim einschätzen möchte. Auch das kann Teil der Kriterien für eine Genehmigung sein – transparent und antizipierbar formuliert würde es entsprechende Einreichungen Dritter bereits im Vorfeld beeinflussen. Gleiches gilt für das mögliche Ziel „geographische Repräsentation“, d. h. Clubs aus möglichst vielen Staaten oder Regionen Europas, wobei hier erste empirische Evidenz darauf hindeutet, dass dies gar nicht im Interesse der Zuschauer wäre. Vgl. Budzinski et al. (2022).

⁵² Vgl. Rantos (2022), der von „dual membership“ schreibt. Hier sollte allerdings bedacht werden, dass es im europäischen Fußball verschiedene Beispiele gibt, in denen vergleichbare Konstellationen mit Zustimmung und (indirekter) Einbindung der nationalen Verbände langfristig und ohne erkennbare Gefahr für die sportliche Integrität durchgeführt werden. Beispiele sind hier u. a. die Deutsche Fußball Liga GmbH sowie die Football Association Premier League Ltd.

Generalstaatsanwalts wie auch in der juristischen Literatur an einer einleuchtenden Schadenstheorie („theory of harm“), warum und auf welche Weise die sportliche Integrität geschädigt sein sollte.

Ökonomisch betrachtet handelt es sich hier um die Frage „single-homing“ versus „multi-homing“.⁵³ Dabei ist die industrieökonomische Literatur sehr eindeutig: Multi-homing fördert, single-homing hingegen behindert Wettbewerb und gesellschaftliche Wohlfahrt.⁵⁴ Aus dieser Literatur ließe sich also, wenn überhaupt, das Gegenteil ableiten: die parallele Teilnahme an Wettbewerben verschiedener Organisatoren und Vermarkter wäre wettbewerbsfördernd, ohne dass Integritätschäden (in der Literatur) greifbar wären. Es wäre also die Fragen zu beantworten:

- Worin bestünde der Integritätsschaden für den Sport, wenn der FC Liverpool sowohl in der ESL als auch in Jugendligen in England mit eigenen Teams antritt (vertikales multi-homing)? (Inwiefern) Ändert sich die Überlegung, wenn es um die gleichzeitige Teilnahme an der ESL und an der englischen Premier League geht?
- Worin bestünde der Integritätsschaden für den Sport, wenn der FC Barcelona sowohl in der ESL als auch in der UEFA Champions League mit eigenen Teams antritt (horizontales multi-homing)?

Unserer Meinung nach würden beide Fragestellungen eine ausführliche Analyse verdienen, die unseres Wissens noch nicht vorliegt.⁵⁵ Schaut man sich anekdotisch in anderen Spitzensportarten um, so kann man feststellen, dass das Rennwagenteam McLaren sowohl in der FIA Formel 1 Weltmeisterschaft als auch in der FEH Formel E Weltmeisterschaft (genehmigt durch die FIA) und in der Indycar Series (außerhalb der FIA) mit eigenen Teams antritt. Dies scheint die sportliche Integrität keiner der Serien negativ zu beeinflussen.

3.3.3 Implikationen und Ausblick

Der EuGH wird erst nach dem Redaktionsschluss dieses Beitrages entscheiden und es ist mit Spannung zu beobachten, ob das Gericht eine Neugewichtung von wettbewerbsrechtlichen und eher verbandsrechtlichen Interessen vornehmen wird. Aus ökonomischer Sicht ist es zwar möglich, aber keinesfalls notwendig,

⁵³ Vgl. dazu insgesamt Budzinski (2023).

⁵⁴ Vgl. stellvertretend für viele Haucap / Heimeshoff (2014); Haucap / Stühmeier (2016).

⁵⁵ Interessant ist dabei auch, dass die UEFA offenbar kein wesentliches Problem für die Integrität des Sports sieht, wenn mehrere Wettbewerber auf der Teamebene demselben Unternehmen gehören (z. B. RB Leipzig und RB Salzburg).

das pyramidale Organisationsprinzip mancher europäischen Sportarten infrage zu stellen. In jedem Fall aber sind Checks und Balances notwendig, welche die ungesunde Kombination aus Handlungsspielraum und Anreize zu massiv antiwettbewerblichen Verhalten – sowohl in Bezug auf Verdrängungsmisbrauch als auch in Bezug auf Ausbeutungsmisbrauch – wirksam begrenzen. Der ESL-Vorschlag öffnet dabei juristisch eine Gelegenheit, in diese Richtung zu wirken. Dabei wäre es ein Fehler, relevante Grundsatzentscheidungen daran zu knüpfen, wie sympathisch der ESL-Vorstoß auf verschiedenen Ebenen ist. Es geht nicht in erster Linie darum, ob die ESL die UCL ablösen soll, parallel bestehen darf oder abzulehnen ist. Vielmehr geht es grundsätzlich darum, ob die marktinterne Regulierermacht im europäischen Fußball mindestens um wirksame Transparenz- und Nichtdiskriminierungsgebote ergänzt wird oder ob die Willkür der mächtigen Verbände juristisch festgeschrieben wird. Ob letzteres irgendwelche legitimen gesellschaftlichen Ziele besser erreicht, muss mangels entsprechender Anreize stark bezweifelt werden.⁵⁶

3.4 Fazit

Der vorliegende Beitrag greift drei gegenwärtige Diskussionsbereiche um die Anwendung des Wettbewerbsrechts auf kommerzialisierte Sportmärkte, namentlich Märkte für europäischen Spitzenfußball auf. Sie stellen teilweise einen Dauerbrenner der sportwettbewerbspolitischen Diskussion dar (Zentralvermarktung, Abschnitt 2.3), repräsentieren eine deutsche Besonderheit (50plus1-Regel, Abschnitt 2.2) und adressieren direkt die fundamentale Frage der Marktmacht der marktinternen Regulierer (wie UEFA oder DFB) und ihrer Begrenzung (Super League-Fall; Abschnitt 3). Allen gemein ist die Grundproblematik der sportspezifischen Besonderheit eines marktinternen Regulierers. Dieser ist notwendig, um den sportlichen Wettbewerb zu organisieren. Im Modell des europäischen Fußballs verschafft er jedoch gleichzeitig (und zu einem gewissen Grad zwangsläufig) dem marktinternen Regulierer Marktmacht – und zudem Handlungsspielraum (Prinzipal-Agenten-Probleme) und Anreize (Dual Role), diese Macht in wettbewerbsverzerrender und wettbewerbsbeschränkender Weise zu nutzen (siehe auch Abschnitt 3.2).

⁵⁶ Eine empirische Analyse der Ministererlaubnisfälle in der deutschen Zusammenschlusskontrolle zeigt sehr deutlich, dass Gemeinwohlziele kaum jemals durch Marktmacht erreicht werden, auch wenn dies ex ante behauptet wird. Vgl. Stöhr / Budzinski (2019).

Ein weit verbreiteter Irrtum liegt nun darin, dass in einer solchen Situation der marktexterne Regulierer, die Wettbewerbspolitik, besonders zurückhaltend oder wohlwollend agieren kann. Der marktinterne Regulierer ist doch, so könnte man denken, quasi ein Verwandter, der zwar privat als Sportverband organisiert ist, aber ähnliche Aufgaben wahrnimmt (Regulierung des Marktes bzw. der Marktteilnehmer) und ebenfalls gemeinnützige Ziele verfolgt. Je mehr finanzielle Werte jedoch im Umlauf eines Sportökosystems sind, umso mehr unterscheiden sich die ökonomischen Anreize für einen mächtigen Sportverband von den Gemeinwohlzielen, die er vor sich herträgt. Und Spitzenfußball ist nun zweifellos ein gut kommerzialisertes Milliarden-Geschäft. Hier wird aber die Kombination von Macht, Handlungsspielraum und antikompetitiven Dual-Role-Anreizen zu einem erheblichen Problem, welches marktintern nicht mehr gelöst werden kann. Die notwendigen Checks and Balances zur Begrenzung der sport-ökonomischen Macht von Sportverbänden wie UEFA, FIFA und anderen entstehen höchst wahrscheinlich nicht ökosystemintern; sie müssen vom marktexternen Regulierer gesetzt bzw. erzwungen werden. Die spezifischen Besonderheiten des Sports sollten aus normativer Wohlfahrtssicht also sehr wohl die Wettbewerbspolitik beeinflussen – allerdings im Sinne einer aktiveren und schärferen Wettbewerbspolitik und nicht im Sinne einer unangebrachten Zurückhaltung.

Die Wichtigkeit von gesellschaftlichen Zielen des Sports ist dabei überhaupt nicht zu leugnen oder zu vernachlässigen. Aber – wie in manchen anderen Bereichen auch – gesellschaftliche Ziele sind nicht mit wünschenswerten gesellschaftlichen Wirkungen gleichzusetzen. Die Frage, ob denn die antikompetitiven Erträge und Verhaltensweisen der Sportverbände überhaupt nennenswert zu einer Erreichung dieser gesellschaftlichen Ziele beitragen und ob die Wettbewerbsbeschränkungen dafür notwendig sind, ist eine empirische Frage, die zu wenig gestellt wird und zu der es an wissenschaftlichen Studien mangelt. Sportökonomisch und wirtschaftstheoretisch wäre dabei auch zu analysieren, wie denn Marktmacht kombiniert mit Anreizen, diese im eigenen Interesse auszubeuten, überhaupt kausal zu einer besseren Erreichung gesellschaftlicher Ziele beizutragen vermag. Der Deal „ich gebe Dir ökonomische Macht und dafür erfüllst Du mir bestimmte gesellschaftliche Ziele“ kann nur aufgehen, wenn (i) Marktmacht instrumental für die Erreichung dieser Ziele ist – und wird (ii) selbst dann nicht aufgehen, wenn kaum durch Checks and Balances eingehegte Anreize die Nutzung der ökonomischen Macht für kommerzielle Zwecke induzieren.

Literaturverzeichnis

- Andreff, W. (2007): French Football – A Financial Crisis Rooted in Weak Governance. *Journal of Sports Economics*, Vol. 8(6), 652–661.
- Bougette, P. / Budzinski, O. / Marty, F. (2022): Self-Preferencing and Competitive Damages: A Focus on Exploitative Abuses. *The Antitrust Bulletin*, Vol. 67(2), 190–207.
- Bourreau, M. / Gaudin, G. (2022): Streaming Platform and Strategic Recommendation Bias. *Journal of Economics & Management Strategy*, Vol. 31(1), 25–47.
- Budzinski, O. (2017): Budgetungleichgewichte und Budgetregulierung im Profisport: Zur Bedeutung von Rattenrennen, in: T. Pawlowski & M. Fahrner (Hrsg.), *Arbeitsmarkt und Sport – eine ökonomische Betrachtung*, Schorndorf: Hofmann, S. 65–83.
- Budzinski, O. (2018): Financial Regulation as an Anticompetitive Institution, in: M. Breuer & D. Forrest (eds.), *The Palgrave Handbook on the Economics of Manipulation in Professional Sports*, Basingstoke: Palgrave, 159–179.
- Budzinski, O. (2019): Competition Policy in Sports Markets, in: P. Downward et al. (eds.), *The SAGE Handbook of Sports Economics*, Los Angeles: Sage, 144–153.
- Budzinski, O. (2023): (Sports) Economics Upside Down? – A Comment on the Advocate General Opinion in European Super League versus UEFA/FIFA. *Concurrences*, Vol. 20(1), 8–16.
- Budzinski, O. / Eckert, S. (2018), *Wettbewerb und Regulierung*, in: K. Mause, C. Müller & K. Schubert (Hrsg.), *Politik und Wirtschaft: ein integratives Kompendium*, Berlin: Springer. DOI:10.1007/978-3-658-06476-1_11-1.
- Budzinski, O. / Feddersen, A. (2016): Mikroökonomische Aspekte des Spitzensports: Nachfrage I – Einflussfaktoren auf die Zuschauernachfrage, in: C. Deutscher, G. Hovermann, T. Pawlowski & L. Thieme (Hrsg.), *Handbuch Sportökonomik*, Schorndorf: Hofmann-Verlag, 41–65.
- Budzinski, O. / Feddersen, A. (2023): Should Organizing Premier-Level European Football Be a Monopoly? And Who Should Run It? – An Economists' Perspective, in: J. Kornbeck (ed.), *EU Sports Antitrust Law and Governance: The Next Frontier?* Cheltenham: Elgar, 85–101.

- Budzinski, O. / Gaenssle, S. / Kunz-Kaltenhäuser, P. (2019): How Does Online Streaming Affect Antitrust Remedies to Centralized Marketing? – The Case of European Football Broadcasting Rights, in: *International Journal of Sport Finance*, Vol. 14(3), 147–157.
- Budzinski, O. / Gaenssle, S. / Lindstädt-Dreusicke, N. (2021): Wettbewerb und Antitrust in Unterhaltungsmärkten, in: O. Budzinski, J. Haucap, A. Stöhr & D. Wentzel (Hrsg.), *Zur Ökonomik von Sport, Entertainment und Medien – Schnittstellen und Hintergründe*, Berlin: DeGruyter, 111–143.
- Budzinski, O. / Kunz-Kaltenhäuser, P. (2020): Promoting or Restricting Competition? – The 50plus1-Rule in German Football, *Ilmenau Economics Discussion Papers*, Vol. 26(141), 1–45.
- Budzinski, O. / Feddersen, A. / Kunz-Kaltenhäuser, P. (2022): Demand for TV Broadcasts of UEFA Champions League Games in Danish Television – The Impact of Uncertainty of Outcome, Stardom, and Local Heroes, *Ilmenau Economics Discussion Papers*, Vol. 27(165), 1–20.
- Budzinski, O. / Müller-Kock, A. (2018): Is the Revenue Allocation Scheme of Formula One Motor Racing a Case for European Competition Policy? *Contemporary Economic Policy*, Vol. 36(1), 215–233.
- Budzinski, O. / Szymanski, S. (2015): Are Restrictions of Competition by Sports Associations Horizontal or Vertical in Nature? *Journal of Competition Law & Economics*, Vol. 11(2), 409–429.
- Bundeskartellamt (2020): *Zentrale Vermarktung der Medienrechte an Spielen der Fußball Bundesliga*, AZ B 6 – 28/19, Bonn.
- Bundeskartellamt (2021): *Vorläufige Einschätzung des Bundeskartellamtes zur 50+1-Regel der DFL*, Pressemitteilung vom 31.05.2021.
- Buraimo, B. / Simmons, R. (2009): A Tale of Two Audiences: Spectators, Television Viewers and Outcome Uncertainty in Spanish Football. *Journal of Economics and Business* 61(4), 326–338.
- Butler, R. / Massey, P. (2019): Has Competition in the Market for Subscription Sports Broadcasting Benefited Consumers? The Case of the English Premier League. *Journal of Sports Economics*, Vol. 20(4), 603–624.
- Cave, M. / Crandall, R. (2001): Sports Rights and the Broadcast Industry. *Economic Journal*, Vol. 111, F4–F26.

- CIES Football Observatory (2019): Evolution of Competitive Balance in the Champions League, <https://www.football-observatory.com/IMG/sites/mr/mr42/en/>.
- Coates, D. / Humphreys, B. / Zhou, L. (2014): Reference-dependent Preferences, Loss Aversion, and Live Game Attendance. *Economic Inquiry*, Vol. 52(3), 959–973.
- Collins, C. / Humphreys, B. R. (2022): Contest Outcome Uncertainty and Fan Decisions: A Meta-Analysis. *Journal of Sports Economics* Vol. 23(6), 789–807.
- Daumann, F. / Follert, F. / Haberecht, C. (2022): Lobbying im Sport, in: K. Mause & A. Polk (Hrsg.), *Handbuch Lobbyismus*, Berlin: Springer, 945–970.
- De Cornière, A. / Taylor, G. (2019): A Model of Biased Intermediation. *Rand Journal of Economics*, Vol. 50(4), 854–882.
- Dessus, S. / Raballand, G. (2020): Why the Men's UEFA Champions League Reduces Competitive Balance in Domestic Football Leagues: An Empirical Study of the French League. *International Journal of Sport Management and Marketing*, Vol. 20(3-4), 232–248.
- Dewenter, R. / Klein, G. J. (2020): Entscheidungspraxis des Bundeskartellamts im Bereich der Bundesliga-Übertragungsrechte. *ORDO*, Vol. 71(1), 275–299.
- Drut, B. / Raballand, G. (2012): Why Does Financial Regulation Matter for European Professional Football Clubs? *International Journal of Sport Management and Marketing*, Vol. 11(1/2), 73–88.
- European Commission (2003): COMP/C.2-37.398 – Joint selling of the commercial rights of the UEFA Champions League. Commission Decision, 2003/778/EC, Brussels.
- European Commission (2005): Case COMP/C-2/37.214 – Joint selling of the media rights to the German Bundesliga. Commission Decision, C(2005) 78, Brussels.
- European Commission (2006): COMP/C-2/38.173 – Joint selling of the media rights to the FA Premier League. Commission Decision, C(2006)/868, Brussels.
- European Commission (2007): The EU and Sport: Background and Context, Commission Staff Working paper accompanying the White paper on Sport, SEC(2007)935, Brussels.

- Falconieri, S. / Palomino, F. / Sákovics, J. (2004): Collective versus Individual Sale of Television Rights in League Sports. *Journal of the European Economic Association*, Vol. 2(5), 833–862.
- Forrest, D. / Simmons, R. (2002), Team Salaries and Playing Success in Sports: A Comparative Perspective, in: H. Albach & B. Frick (eds.), *ZfB - Ergänzungshefte: Vol. 4. Sportökonomie (Vol. 2, pp. 221–238)*. Wiesbaden: Gabler Verlag, 221–238.
- Forrest, D. / Simmons, R. / Szymanski, S. (2004): Broadcasting, Attendance and the Inefficiency of Cartels. *Review of Industrial Organization*, Vol. 24(2), 243–265.
- Franck, E. (2014): Financial Fair Play in European Club Football - What is it All About? *International Journal of Sport Finance*, Vol. 9(3), 193–217.
- Frick, B. (2005): ...und Geld schießt eben doch Tore': Die Voraussetzungen sportlichen und wirtschaftlichen Erfolges in der Fußball-Bundesliga. *Sportwissenschaft*, Vol. 35(3), 250–270.
- Gürtler, O. (2007): A Rationale for the Coexistence of Central and Decentral Marketing in Team Sports. *German Economic Review*, Vol. 8(1), 89–106.
- Hagiu, A. / Teh, T.-H. / Wright, J. (2022): Should Platforms Be Allowed to Sell on Their Own Marketplaces? *The Rand Journal of Economics*, Vol. 53(2), 297–327.
- Hall, S. / Szymanski, S. / Zimbalist, A. S. (2002): Testing Causality between Team Performance and Payroll: The Cases of Major League Baseball and English Soccer. *Journal of Sports Economics*, Vol. 3(2), 149–168.
- Haucap, J. / Heimeshoff, U. (2014): Google, Facebook, Amazon, eBay: Is the Internet Driving Competition or Market Monopolization? *International Economics and Economic Policy*, Vol. 11(1), 49–61.
- Haucap, J. / Stühmeier, T. (2016): Competition and Antitrust in Internet Markets, in: J. M. Bauer & M. Latzer (eds.), *Handbook on the Economics of the Internet*, Cheltenham: Edward Elgar, 183–210.
- Houben, R. (2023): Let's Play Master and Servant: A Legal Analysis (with a little Help from Economics) of Sports Governing Bodies' Purpose and Roles, Focusing on Professional Football, and Explaining why Analyses and Solutions in other Sports might be different, Working Paper, University of Antwerp.

- Houben, R. / Blockx, J. / Nuyts, S. (2022): UEFA and the Super League: Who Is Calling Who a Cartel? *The International Sports Law Journal*, Vol. 22(3), 205–216.
- Jensen, M. C. (1986): Agency Cost of Free Cash Flow, Corporate Finance, and Takeovers. *The American Economic Review*, Vol. 76(2), 323–329.
- Késenne, S. (1996): League Management in Professional Team Sports with Win Maximizing Clubs. *Journal of Sports Economics*, Vol. 1(1), 56–65.
- Késenne, S. (2014): The Collection and Distribution of Media Rights in a Win-maximization League, in: J. Goddard & P. Sloane (eds.), *Handbook on the Economics of Professional Football*, Cheltenham: Elgar, 73–79.
- Kornbeck, J. (2023): The Slow yet Steady Rise of of EU Sports Antitrust Law, in: J. Kornbeck (ed.), *EU Sports Antitrust Law and Governance: The Next Frontier?* Cheltenham: Elgar, 1–25.
- Lang, M. / Grossman, M. / Theiler, P. (2011): The Sugar Daddy's Game: How Wealthy Investors Change Competition in Professional Team Sports. *Journal of Institutional and Theoretical Economics*, Vol. 167(4), 557–577.
- Monopolkommission (2016): *Wettbewerb 2016. 21. Hauptgutachten*, Bonn.
- Monti, G. (2023): Sports Governance after the Opinions of Advocate General Rantos in Superleague and International Skating Union (January 2, 2023). <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4316259> .
- Neale, W. C. (1964): The Peculiar Economics of Professional Sports: A Contribution to the Theory of the Firm in Sporting Competition and in Market Competition. *Quarterly Journal of Economics*, 78(1), 1–14.
- Pawlowski, T. / Nalbantis, G. (2019): Competitive Balance: Measurement and Relevance, in: P. Downward et al. (eds.), *The SAGE Handbook of Sports Economics*, Los Angeles: Sage, 154–162.
- Pawlowski, T. / Breuer, C. / Hovemann, A. (2010): Top Clubs' Performance and the Competitive Situation in European Domestic Football Competitions. *Journal of Sports Economics* Vol. 11(2), 186–202.
- Peeters, T. (2011): Broadcasting Rights and Competitive Balance in European Soccer. *International Journal of Sport Finance*, Vol. 6(1), 23–39.
- Peeters, T. (2012): Media Revenue Sharing as a Coordination Device in Sports Leagues. *International Journal of Industrial Organization*, Vol. 30(2), 153–163.

- Perez, L. / Puente, V. / Rodríguez, P. (2017): Factors Determining TV Soccer Viewing: Does Uncertainty of Outcome Really Matter? *International Journal of Sport Finance* Vol. 12(2), 124–139.
- Quitau, J. (2003): Die Vergabe der Fernsehrechte an der Fußball-Bundesliga: Wohlfahrtsökonomische, wettbewerbspolitische und sportökonomische Aspekte der Zentralvermarktung. Frankfurt am Main: Lang.
- Rantos, A. (2022): Opinion of Advocate General Rantos, Case C-333/21, European Superleague Company SL v Unión de Federaciones Europeas de Fútbol (UEFA), Fédération internationale de football association (FIFA).
- Ross, S. F. (1989): Monopoly Sports Leagues. *Minnesota Law Review*, Vol. 73(3), 643–761.
- Ross, S. F. (2003): Competition Law as a Constraint of Monopolistic Exploitation by Sports Leagues and Clubs. *Oxford Review of Economic Policy*, Vol. 19(4), 569–584.
- Rottenberg, S. (1956): The Baseball Player's Labour Market. *Journal of Political Economy*, Vol. 64(3), 242–258.
- Schubert, M. / Hamil, S. (2018): Financial Doping and Financial Fair Play in European Club Football Competitions, in: M. Breuer & D. Forrest (eds.), *The Palgrave Handbook on the Economics of Manipulation in Professional Sports*, Basingstoke: Palgrave, 135–157.
- Stöhr, A. / Budzinski, O. (2019): Gemeinwohl durch Marktmacht? – Eine Ex-Post-Analyse der Ministererlaubnis-Fälle. *Wirtschaft und Wettbewerb*, Vol. 69(10), 508–515.
- Storm, R. K. / Nielsen, K. (2012): Soft Budget Constraints in Professional Football. *European Sport Management Quarterly*, Vol. 12(2), 183–201.
- Vöpel, H. (2011): Fußball-Management: Mikroökonomische und spieltheoretische Modellierung von Managemententscheidungen im Profifußball, *HWWI Policy Report* (17), Hamburg Institute of International Economics.
- Wagner, F. / Preuss, H. / Könecke, T. (2021): A Central Element of Europe's Football Ecosystem: Competitive Intensity in the „Big Five“. *Sustainability*, Vol. 13(6), 1–20.

***Der Beitrag der Einzeldisziplinen zum
Gesamtergebnis bei Kombinationssportarten –
eine statistische Analyse***

Andreas Kladroba

Autorenkontakt

Prof. Dr. Andreas Kladroba

Professor an der FOM Hochschule für Oekonomie & Management, Düsseldorf

E-Mail: andreas.kladroba@fom.de

Abstract

Kombinationswettkämpfe sind solche, bei denen verschiedene Einzeldisziplinen zu einer Gesamtwertung zusammengefasst werden. Dabei sollten im Idealfall alle Disziplinen den gleichen Beitrag zum Gesamtergebnis leisten. So wäre unabhängig von den persönlichen Stärken für alle Sportlerinnen und Sportler die gleiche Chance auf eine gute Platzierung gegeben. Man könnte einen solchen Wettbewerb auch als „fair“ bezeichnen. Inwiefern gelingt das aber bei den beliebtesten Kombinationswettbewerben tatsächlich? Der Beitrag untersucht daher sechs Kombinationssportarten dahingehend, ob Fairness in diesem Sinne vorliegt, oder ob im Gegenteil einzelne Disziplinen bevorzugt und andere somit benachteiligt werden.

Inhalt

Abstract.....	78
4.1 Einleitung.....	80
4.2 Kombinationssportarten	81
4.3 Methodik.....	82
4.4 Beispiele.....	83
4.4.1 Triathlon.....	83
4.4.2 Biathlon.....	85
4.4.3 Nordische Kombination	86
4.4.4 Alpine Kombination.....	88
4.4.5 Zehnkampf.....	89
4.4.6 Lagenschwimmen.....	91
4.5 Fazit und Ausblick	93
Literaturverzeichnis	94

4.1 Einleitung

Kombinationswettbewerbe erfreuen sich großer Beliebtheit. Davon zeugen nicht zuletzt die Zuschauerzahlen z. B. bei großen Biathlonwettbewerben. Viele reizt aber auch die Möglichkeit, selbst einmal an einem solchen Wettbewerb teilzunehmen, wie z. B. die hohe Zahl an „Jedermann“-Wettkämpfen im Triathlon zeigt. Es ist also von breitem Interesse, die Kombinationswettbewerbe einmal näher zu analysieren. Dabei soll im Folgenden die Frage im Mittelpunkt stehen, ob die Teildisziplinen alle im gleichen Maß zum Gesamtergebnis beitragen oder nicht. Hat ein guter Schwimmer beim Triathlon die gleiche Chance auf den Gesamtsieg wie ein guter Läufer oder wird eine Disziplin konsequent bevorteilt oder benachteiligt? Anders ausgedrückt könnte man fragen, ob die Ausgestaltung eines Wettbewerbs im Sinne gleicher Chancen „fair“ ist. Dieser Aspekt ist schließlich von erheblichem Interesse. Nicht nur Sportlerinnen und Sportler werden sich fragen, ob sie bei einem bestimmten Wettbewerb überhaupt antreten sollen. Auch für Trainerinnen und Trainer ist die Frage interessant, da sie Einfluss auf die Trainingsgestaltung hat. Ebenso hoffen das Publikum, Medien und Veranstalter auf bis zum Schluss spannende Wettbewerbe. Ein wichtiger Aspekt dabei ist die Unsicherheit des Ausgangs eines Wettkampfs (Uncertainty of outcome).¹ Ein Wettkampf, bei dem – überspitzt gesagt – der Sieger nach der ersten Teildisziplin feststeht, wird auf wenig Interesse stoßen.

Wir wollen uns daher im Folgenden der Frage nach der „Fairness“ im oben angedeuteten Sinne nähern, indem wir einige Kombinationssportarten analysieren. Dass das vorliegende Format zu wenig Raum dafür bietet, ist unbestreitbar. Nicht nur, dass es über die Sportarten hinweg viele verschiedene Kombinationswettbewerbe gibt, es gibt auch innerhalb der einzelnen Kombinationssportarten oftmals viele verschiedene Varianten, die sich in der Länge des Wettbewerbs, konkreter Durchführungsvarianten oder auch Varianten in der Wertung ausdrücken. Von weiteren Einflussfaktoren wie z. B. dem Wetter oder der Geländetopografie bei Outdoor-Sportarten muss hier vollständig abstrahiert werden. Ebenso wenig wird berücksichtigt, dass es eventuell Unterschiede zwischen den Geschlechtern geben mag. Daher können die folgenden Ausführungen auch nur ein kleiner Ausblick auf die oben formulierte Frage sein und sicherlich kein abschließendes Urteil ermöglichen.

¹ Vgl. z. B. Langen (2014).

4.2 Kombinationssportarten

Unter einer „Kombinationssportart“ oder auch einem „Mehrkampf“ sollen im Folgenden Wettbewerbe verstanden werden, bei denen die Aktiven mindestens zwei Disziplinen absolvieren, deren Ergebnisse in eine gemeinsame Wertung einfließen. Über die verschiedenen Sportarten hinweg gibt es eine Vielzahl solcher Wettbewerbe, so dass sich der Versuch einer Kategorisierung lohnt:

1. **Verwandtschaft der Teildisziplinen:** Bei vielen Kombinationswettbewerben stammen die Teildisziplinen aus der gleichen Sportart. Sie sind also eng miteinander verwandt. So kann man von einem Profischwimmer – unabhängig von seiner Spezialdisziplin – sicherlich verlangen, dass er die vier Hauptschwimmarten beherrscht und so in der Lage ist, an einem Lagenwettbewerb teilzunehmen. Ebenfalls kann man davon ausgehen, dass ein Profiskifahrer sowohl einen Abfahrtslauf als auch einen Slalom bewältigen kann, um so in eine Kombinationswertung einzugehen. Bei anderen Kombinationswettkämpfen werden dagegen sehr unterschiedliche Sportarten zusammengeführt und man kann nicht davon ausgehen, dass die Vertreter einer der Teildisziplinen ohne Weiteres auch die Kombination absolvieren können. So wird ein Sportschütze kaum im Biathlon an den Start gehen, der Skilangläufer nicht in der Nordischen Kombination und der Radprofi nicht unbedingt im Triathlon. Er könnte schließlich auch Nichtschwimmer sein. Problematisch mag diese Form der Kategorisierung für den Zehnkampf sein. Auch wenn alle Disziplinen der Leichtathletik entstammen, mögen einige (z. B. Stabhochsprung, Speerwurf oder Hürdenlauf) technisch so aufwändig sein, dass selbst Spitzenleichtathleten wie Usain Bolt (Sprint) oder Robert Harting (Diskus) diese nicht bewältigen können.
2. **Ablauf:** Bei vielen Mehrkämpfen werden die Teildisziplinen getrennt voneinander mit dazwischenliegenden Pausen absolviert (z. B. Zehnkampf, Nordische Kombination, Alpine Kombination). Bei anderen Mehrkämpfen schließen sich die Einzeldisziplinen direkt aneinander an (Triathlon, Lagenschwimmen). Eine besondere Form ist der Biathlon, bei dem die Einzeldisziplinen quasi miteinander vermischt werden.
3. **Wertung:** Viele Mehrkampfwertungen ergeben sich einfach aus der Addition der einzelnen Zeiten der Teildisziplinen. Beim Lagenschwimmen oder beim Triathlon geschieht dies automatisch, da letztlich eine Gesamtzeit gemessen wird. Aber auch bei der Alpinen Kombination werden die Einzelzeiten einfach addiert. Auch beim Biathlon zählt die für den Langlauf

und die Schießeinlagen in Anspruch genommene Gesamtzeit. Diese wird – in Abhängigkeit vom konkreten Wettbewerb – eventuell noch einmal durch Strafzeiten für Schießfehler korrigiert. Beim Zehnkampf ist eine solche Addition naturgemäß nicht möglich. Hier werden die Einzelleistungen in Punkte umgerechnet. Sieger ist der Athlet mit den meisten Punkten. Eine besondere Wertungsform gibt es in der Nordischen Kombination („Gundersen-Methode“). Die Leistungsdifferenzen im Skispringen werden in Abstände beim Langlauf umgerechnet. Die Athleten starten also den Langlauf nicht alle gleichzeitig, sondern in Abhängigkeit von den Sprungergebnissen „mit Handicap“.

4.3 Methodik

Geht man davon aus, dass zwei Einzeldisziplinen eines Kombinationswettbewerbs den gleichen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben, heißt das, dass der jeweilige statistische Zusammenhang zwischen diesen Disziplinen und dem Gesamtergebnis in der gleichen Größenordnung liegen muss. Dabei wird im Folgenden auf den Korrelationskoeffizienten nach Bravais-Pearson zurückgegriffen. Das heißt, es werden die konkreten Leistungen (Zeiten, Weite usw.) mit dem Gesamtergebnis korreliert. Gerade im Sportkontext wäre auch eine Korrelation der Platzierungen mit Hilfe einer Rangkorrelation denkbar. Rangkorrelationen ordinalskalierter Variablen führen im Vergleich zu Korrelationen von metrisch skalierten Daten aber immer zu einem Informationsverlust. Daher wurde hier (mit Ausnahme von Kapitel 4.4.4) auf eine Korrelation der direkten sportlichen Ergebnisse zurückgegriffen. Die Berechnung der entsprechenden Korrelationskoeffizienten ergibt also einen Eindruck, ob der Beitrag der Einzeldisziplinen zum Gesamtergebnis gleich ist oder sich unterscheidet. Dabei ist es erst einmal unerheblich, ob die Korrelation hoch oder niedrig ist. Wichtig ist nur, dass die Korrelationen nicht signifikant voneinander abweichen, weswegen die Korrelationen sowohl gegen Null als auch auf signifikante Unterschiede getestet wurden.

Gegen Null lässt sich eine Korrelation mit dem bekannten Einstichproben test mit Fisher-Transformation testen, wobei die Teststatistik approximativ normalverteilt mit $\mu = 0$ und $\sigma^2 = \frac{1}{n-3}$ ist.²

$$T = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+r}{1-r} \right) \cdot \frac{1}{\sqrt{n-3}}$$

² Vgl. Wicklin (2017).

Eng damit verwandt ist der Williams-Test auf die Gleichheit zweier Korrelationen.³ Die Nullhypothese $H_0: \rho_1 = \rho_2$ wird mit der mit $n-3$ Freiheitsgraden approximativ t-verteilten Teststatistik

$$T = (r_{12} - r_{13}) \sqrt{\frac{(n-1)(1+r_{23})}{2 \left(\frac{n-1}{n-3}\right) \cdot |R| + \bar{r}^2(1-r_{23})}}$$

mit
$$R = \begin{pmatrix} 1 & r_{12} & r_{13} \\ r_{12} & 1 & r_{23} \\ r_{13} & r_{23} & 1 \end{pmatrix}$$

und
$$\bar{r} = \frac{r_{12} + r_{13}}{2}$$

getestet.

4.4 Beispiele

Im Folgenden soll anhand der Ergebnisse der letzten olympischen Spiele (Sommer Spiele 2021 in Tokio und Winterspiele 2022 in Peking) für sechs Kombinations sportarten exemplarisch gezeigt werden, inwiefern „Fairness“ bei der Ausgestaltung der Wettbewerbe im oben genannten Sinne vorliegt oder nicht. Die Schlussfolgerungen erfolgen mit den bereits genannten Einschränkungen.

4.4.1 Triathlon

Der Triathlon besteht aus den Sportarten Schwimmen, Radfahren und Laufen, wobei sich diese Reihenfolge nach ersten Experimenten bei Wettkämpfen sehr schnell etabliert hat. Offizielle Triathlonwettkämpfe werden heute in verschiedenen Distanzen (Super-Sprint bis Langstrecke) durchgeführt, wobei es weitere Varianten bei Jedermann-Triathlons oder auch im Kinder- und Jugendbereich gibt. Die bekanntesten Distanzen dürften die olympische Distanz (1,5 km Schwimmen, 40 km Radfahren und 10 km Laufen) sowie der „Ironman“ (3,86 km Schwimmen, 180 km Radfahren und ein Marathonlauf) sein. Ein wichtiges Unterscheidungsmerkmal zwischen einem olympischen Triathlon und einem Ironman besteht nicht nur in der Länge, sondern auch darin, dass bei den olympischen Spielen Windschattenfahren auf der Radstrecke erlaubt ist, während das beim Ironman in der Regel verboten ist. Dies lässt natürlich ganz unterschiedliche

³ Vgl. Williams (1959), vgl. auch Boyer et al. (1983).

taktische Herangehensweisen zu. Sonstige Distanzen (vor allem die sogenannten „Ultras“) fallen nicht mehr unter das Regelwerk der Internationalen Triathlonunion (ITU).

Der Triathlon scheint die Kombinationssportart zu sein, bei der die Frage nach dem Beitrag der Einzelsportarten zum Gesamtergebnis am besten untersucht ist, wobei die Ergebnisse aber nicht eindeutig sind. So sehen Wainer / de Veaux (1994) die Schwimmer beim Triathlon benachteiligt. Sie fordern eine Verlängerung der Schwimmdistanz und eine Verkürzung der Radfahrstrecke. Allerdings erfolgt diese Schlussfolgerung auf rein theoretischen Überlegungen in der Form, dass gefordert wird, dass die Zeit, die die Aktiven mit den einzelnen Disziplinen verbringen, möglichst gleich sein muss. Ein empirischer Nachweis wird nicht erbracht. Auch spielt mögliches taktisches Verhalten bei den Überlegungen keine Rolle. Taylor / Smith (2016) sehen vor allem auf den Sprintdistanzen ebenfalls die Radfahrer im Vorteil. Sie fordern aber keine Neugestaltung des Triathlons, sondern sehen hier Ansatzpunkte für die Renntaktik. Ähnlich argumentieren auch Hill / St. Clair Gibson (2012). Hurst (2018) sieht unterschiedliche Schwerpunkte in Abhängigkeit vom Geschlecht. Während bei den Männern die Radstrecke dominiert, sorgt bei den Frauen vor allem die Laufleistung für die Entscheidung. Alle Untersuchungen sind sich aber ex- oder implizit einig, dass die Schwimmstrecke am wenigsten beiträgt.

Am olympischen Triathlon der Frauen 2021 in Tokio nahmen insgesamt 34 Frauen teil. Siegerin war Flora Duffy aus Bermuda vor der Britin Georgia Taylor-Brown und der Amerikanerin Katie Zaferes. Dabei fällt auf, dass keine der drei Athletinnen eine wirklich „schwache“ Disziplin hatte. Alle drei waren in allen Disziplinen unter den ersten Zehn, meist sogar unter den ersten Fünf. Dass sich Schwächen in einer Disziplin kaum ausgleichen lassen, zeigen exemplarisch die Deutsche Laura Lindemann und die Britin Jessica Learmonth. Learmonth gewann das Schwimmen und Lindemann war die schnellste Radfahrerin. In der jeweils anderen Disziplin waren sie fast zeitgleich wie die Beste. Allerdings zeigten beide als 16. und als 17. eine relativ schlechte Laufleistung mit über zwei Minuten Rückstand auf die beste Läuferin (Duffy), so dass sie im Endergebnis nur die Plätze acht und neun belegten.

Auch wenn eine Schwäche in einer Disziplin letztlich dazu führt, dass kein Spitzenplatz mehr zu erreichen ist, zeigt die Korrelationsanalyse doch Unterschiede im Beitrag der Einzeldisziplinen zum Gesamtergebnis. Während die Korrelationen der Radfahr- und der Laufleistungen mit der Gesamtzeit mit 0,81 und 0,86 fast gleich sind, liegt das Schwimmen mit 0,62 deutlich dahinter. Das heißt, das Schwimmen trägt deutlich weniger bei als die beiden anderen Disziplinen, was

die Ergebnisse der genannten Studien (vor allem von Wainer / de Veaux (1994)) unterstreicht. Ob das Radfahren oder das Laufen die dominierende Disziplin sind (beide Meinungen wurden ja vertreten) ist auch aus diesem Ergebnis nicht zu erkennen.

4.4.2 Biathlon

Der Biathlon ist eine Kombination aus Skilanglauf und Schießen, wobei die Langlaufstrecke regelmäßig durch Schießeinlagen unterbrochen wird. Dass diese Kombination militärischen Ursprungs ist, zeigt sich auch daran, dass der Wettbewerb bei den Olympischen Spielen 1924–1948 noch „Militärpatrouille“ hieß. Die Varianten sind bei großen Wettkämpfen inzwischen vielfältig. Neben dem „Einzelrennen“ (20 km (Männer) bzw. 15 km (Frauen) mit vier Schießeinlagen) gibt es einen „Sprint“ (halbe Streckenlänge mit nur zwei Schießeinlagen). Bei dieser Form wird ein „Intervallstart“ durchgeführt, d. h., die Athletinnen und Athleten starten einzeln mit 30 Sekunden Abstand und führen letztlich einen Kampf gegen die Uhr durch. Darüber hinaus werden aber auch „Massenstarts“ und „Verfolgungsrennen“ angeboten. Als Mannschaftssportart gibt es Staffelrennen. Neben der Streckenlänge und der Art des Starts unterscheiden sich die Wettbewerbe auch in der Reihenfolge der Schießeinlagen (stehend und liegend) und im Umgang mit Schießfehlern (Strafminute, Strafrunde, Nachlader).

Beim Biathlon (egal in welcher Variante) zählt letztlich die Gesamtzeit, die die Athletin bzw. der Athlet für die Laufstrecke und die Schießeinlagen braucht. Da Biathlon somit quasi ein durch die Schießeinlagen unterbrochener Langlauf ist, stellt sich vor allem die Frage, welchen Einfluss die Schießleistungen auf das Gesamtergebnis haben. Obwohl der Schießsport insgesamt durch die Wissenschaft recht gut untersucht ist, wurde diese spezielle Frage bisher so gut wie nie gestellt. So vertreten Cholewa et al. (2005) die These, gerade im Spitzensport seien die Schießleistungen relativ homogen, so dass die Schießleistungen kaum einen Einfluss auf das Gesamtergebnis hätten. Allerdings bleiben die Autoren den empirischen Beweis für diese These schuldig. Eine interessante Erkenntnis aus dem Modernen Fünfkampf lässt sich vielleicht auch auf den Biathlon übertragen. Beim Modernen Fünfkampf gibt es als letzte Disziplin den „Laserrun“ oder „Combined“. Hier wird ein Geländelauf mit eingebetteten Schießeinlagen mit einer Laserpistole durchgeführt. Dabei könnte man annehmen, dass die Schießleistungen im Verlauf des Wettkampfs aufgrund der körperlichen Anstrengung signifikant schlechter werden. Sadowska et al. (2019) weisen allerdings

empirisch nach, dass das nicht der Fall ist und die Schießleistungen auf einem konstanten Niveau bleiben. Es scheint plausibel, dass dies beim Biathlon ähnlich ist.

Am olympischen Einzelrennen der Männer 2022 nahmen 92 Athleten teil. Es siegte Quentin Fillon Maillet (Frankreich) vor Anton Smolksi (Belarus) und Johannes Boe (Norwegen). Dabei wiesen Fillon Maillet und Boe herausragende Laufleistungen und überdurchschnittliche, aber nicht überragende Schießleistungen aus und belegten so jeweils einen Medaillenplatz. Dagegen belegte Smolksi in der Laufdisziplin nur den 14. Rang, gewann aber durch fehlerfreies Schießen noch die Silbermedaille. Ähnlich sind auch andere Fälle zu nennen, bei denen das Schießen noch zu massiven Veränderungen in der Platzierung führte: Den größten Sprung nach oben machte der Kasache Vladislav Kireyev, der im Langlauf nur Platz 74 belegte, aufgrund eines fehlerfreien Schießens aber noch 20. wurde. Über 50 Plätze nach unten rutschte dagegen der Franzose Emilien Jaquelin, der zwar 20. im Langlauf wurde, aber aufgrund von sieben Schießfehlern (und somit einer der schlechtesten Schießleistungen im gesamten Feld) insgesamt nur Platz 72 belegte.

Aufgrund dieser Beispiele ist Cholewa et al. (2005) klar zu widersprechen. Die Schießleistungen sind auch bei einem Spitzenwettkampf wie den olympischen Spielen nicht homogen und haben daher einen großen Einfluss auf das Gesamtergebnis. Das zeigt auch die Korrelationsanalyse. Mit Korrelationen von 0,82 und 0,84 weisen Langlauf und Schießen den gleichen Einfluss auf das Gesamtergebnis auf. Der Biathlon kann aufgrund dessen als „fair“ im oben genannten Sinn gelten.

4.4.3 Nordische Kombination

Die Nordische Kombination besteht aus dem Skispringen und dem Skilanglauf. In seiner Entwicklung hat die Sportart bereits verschiedene Veränderungen erfahren. Das aktuelle Programm bei Weltmeisterschaften und Olympischen Spielen besteht aus zwei Einzelwettbewerben, die sich durch die Schanzengröße (Normal- und Großschanze) unterscheiden. Die Laufstrecke beträgt in beiden Fällen 10 km. Darüber hinaus wird ein Mannschaftswettbewerb durchgeführt. Während im Weltcup seit 2020 und bei Weltmeisterschaften seit 2021 sowohl Männer- als auch Frauenwettbewerbe durchgeführt werden, hat die Exekutive des Internationalen Olympischen Komitees (IOC) auf ihrer Sitzung vom 24.06.2022 eine Aufnahme von Frauenwettbewerben für die Olympischen Spiele 2026 abgelehnt.

Olympisch ist die Nordische Kombination bereits seit 1924, allerdings wurde zunächst erst der Lauf- und dann der Sprungwettbewerb ausgetragen. Die Reihenfolge wurde erst 1952 umgedreht. Die heute übliche Form mit einem Sprung und einer 10 km Laufstrecke wurde erstmals 2010 durchgeführt. Seit 1988 erfolgt die Wertung nach der Gundersen-Regel. Dabei werden die Punktunterschiede, die sich aus den Sprungergebnissen ergeben, in Zeitvorsprünge umgerechnet, wobei eine Differenz von 15 Punkten einem Vorsprung von einer Minute entspricht. Mit dieser Differenz starten die Sportlerinnen und Sportler in den Langlauf, so dass die Athletin bzw. der Athlet, die bzw. der als Erste oder Erster das Ziel erreicht, automatisch Siegerin bzw. Sieger ist.

Am olympischen Einzelwettbewerb 2022 von der Großschanze nahmen insgesamt 47 Athleten teil. Es siegten die Norweger Joergen Graabak und Jan Otebro vor dem Japaner Akito Watabe. Dabei waren die beiden Norweger auch die beiden schnellsten Läufer, während sie beim Springen nur die Plätze 12 und 10 belegten. Der Japaner lag beim Langlauf auf Platz 10 und schaffte durch einen fünften Platz im Sprung noch den Gewinn der Bronzemedaille. Ähnlich der Deutsche Manuel Faißt, der im Langlauf nur den 15. Platz erreichte, aber sich mit einem vierten Rang im Sprung auch insgesamt den vierten Rang sicherte. Es scheint also, dass keine der beiden Disziplinen die andere dominiert. Dabei liegen die Korrelationen mit dem Gesamtergebnis beim Springen bei $-0,91$ und beim Langlauf bei $0,79$. Überraschenderweise ist die Korrelation zwischen Springen und dem Gesamtergebnis tatsächlich statistisch signifikant höher als die Korrelation zwischen Langlauf und Gesamtergebnis. Wegen der oben beschriebenen Beobachtungen stellt sich aber die Frage, ob der statistische Effekt nicht trotzdem vernachlässigbar ist. Ein interessantes Ergebnis ergibt sich auch, wenn man nicht die Sprungleistung direkt (in Punkten) mit dem Gesamtergebnis korreliert, sondern die aus den Punktdifferenzen errechneten Zeitdifferenzen. Auch hier erhält man eine Korrelation von $0,91$. Das zeigt, dass das System der Umrechnung von Punkten in Zeitdifferenzen sehr gut funktioniert.

Beim Wettbewerb über die Normalschanze siegte der Deutsche Vinzenz Geiger vor Joergen Graabak (Norwegen). Die beiden belegten auch die ersten beiden Plätze im Langlauf. Der Sieger im Sprung Ryoto Yamamoto (Japan) wurde im Langlauf nur 34. Und somit insgesamt 14. Der zweitbeste Springer Lukas Greiderer (Österreich) gewann nach einem siebenten Platz im Langlauf die Bronzemedaille. Es zeigt sich also ein ähnliches Bild wie beim Wettbewerb von der Großschanze. Die Korrelationen zwischen den Punkten aus dem Sprungwettbewerb und der Gesamtzeit sowie den Laufzeiten und der Gesamtzeit waren mit $\pm 0,87$ quasi identisch (Abweichungen erst auf der dritten Nachkommastelle).

Dies bestätigt einerseits die bereits oben getroffene Feststellung eines „fairen“ Wettbewerbs und zeigt andererseits, dass eine Laufstrecke von 10 km offenbar besser mit einem Sprung von der Normalschanze korrespondiert als mit einem Sprung von der Großschanze. Gab es beim Wettbewerb von der Großschanze noch formal sogar signifikante Abweichungen in den Korrelationen, sind sie jetzt quasi identisch.

4.4.4 Alpine Kombination

Es hat in der Geschichte des alpinen Skisports unterschiedliche Formen von Kombinationswettbewerben gegeben. So hat es neben Zweier- auch Dreierkombinationen gegeben. Lange war die „Kombination“ auch kein eigenständiger Wettbewerb, sondern nur eine zusätzliche Wertung, die sich aus den Ergebnissen des Abfahrts- und des Slalomwettbewerbs zusammensetzte. Die Konditionen der Einzelwettbewerbe wurden schließlich auch übernommen, als 1982 (Weltmeisterschaft) bzw. 1988 (Olympische Spiele) die Kombination als eigenständiger Wettbewerb, also mit eigenen Rennen, etabliert wurde. Die Rennen waren zwar etwas kürzer als in den Einzeldisziplinen, aber es wurden ein Abfahrts- oder Super-G-Lauf und zwei Slalomläufe durchgeführt. Diese sogenannte „Klassische Kombination“ wurde mit der Weltmeisterschaft 2007 bzw. den Olympischen Spielen 2010 durch die „Alpine Kombination“ oder „Superkombination“ ersetzt, bei der nur noch ein etwas längerer Slalomlauf durchgeführt wird. Man erhoffte sich dadurch, die Dominanz der Slalomspezialisten in der Kombination zu brechen. Die Alpine Kombination wurde 2022 letztmalig bei Olympischen Spielen angeboten. Ab 2026 ist sie nicht mehr im olympischen Programm.

Bei der Alpinen Kombination der Frauen sind bei den Olympischen Spielen 2022 insgesamt 15 Athletinnen in die Wertung gekommen. Die Zahl der Teilnehmerinnen war zwar höher, aber gerade beim Slalom ist es zu vielen Ausfällen gekommen. Es gewannen die beiden Schweizerinnen Michelle Gisin und Wendy Holdener vor der Italienerin Frederica Brignone. Dabei hat Gisin auch den Slalom gewonnen. Einen ersten Eindruck bezüglich des Beitrags der beiden Disziplinen zum Gesamtergebnis erhält man, wenn man Gisin mit der Österreicherin Christine Scheyer vergleicht. Während Gisin Erste im Slalom und Siebente in der Abfahrt war und so insgesamt den ersten Platz in der Kombination belegt hat, war es bei Scheyer genau umgekehrt. Der erste Platz in der Abfahrt und der siebente Rang im Slalom addierten sich zu einem sechsten Gesamtplatz. Dies legt die Vermutung nahe, dass die Regeländerung im Jahr 2010 keinen spürbaren Effekt bezüglich einer Stärkung der Abfahrt ergeben hat. Allerdings sagen die

Korrelationen etwas anderes. Die Zeiten im Abfahrtslauf und die Zeiten im Slalom korrelieren mit 0,88 und 0,94 in sehr ähnlicher Weise mit der Gesamtzeit. Vergleicht man dies mit den Ergebnissen der Olympischen Spiele von 2002 in Salt Lake City, dann lagen dort die Korrelationen noch bei 0,65 für die Abfahrt und 0,98 für den Slalom. So gesehen hat es also durch die Regeländerung eine deutliche Stärkung des Abfahrtslaufs gegeben. Anders sieht es allerdings aus, wenn man statt der Zeiten die Platzierungen korreliert. Dann liegen die Korrelationen mit dem Gesamtplatz 2022 bei 0,64 (Abfahrt) und 0,92 (Slalom). Dies ergibt nicht nur eine spürbare Differenz, sondern auch im Vergleich zu 2002 kaum eine Veränderung (Korrelationen von 0,68 und 0,95). Unter diesem Aspekt hat die Regelanpassung keine Änderung ergeben. Die Alpine Kombination wird immer noch durch den Slalom dominiert. Der einzige Effekt, der zu erkennen ist, sind größere Zeitabstände bei den Gesamtzeiten. Die größeren Abstände zwischen den Teilnehmerinnen im Abfahrtslauf (im Vergleich zum Slalom) zeigen sich also auch in den Gesamtzeiten.

4.4.5 Zehnkampf

Mehrkämpfe in der Leichtathletik werden bei Großereignissen für Männer und Frauen in unterschiedlichen Modi ausgetragen. Dem Zehnkampf der Männer steht der Siebenkampf der Frauen gegenüber. Die Wettbewerbe unterscheiden sich nicht nur in der Anzahl der Disziplinen (400 m, Diskuswurf und Stabhochsprung gibt es bei den Frauen nicht), sondern auch bei den durchgeführten Disziplinen (100 m bei den Männern vs. 200 m bei den Frauen, 110 m Hürden bei den Männern vs. 100 m Hürden bei den Frauen, 1500 m bei den Männern vs. 800 m bei den Frauen) sowie in der Reihenfolge der Disziplinen. Gemeinsam ist beiden Wettbewerben, dass sie an zwei Tagen ausgeführt werden und dass die Bewertung nach Punkten erfolgt, wobei die zugrundeliegenden Formeln identisch sind.⁴

Für Laufdisziplinen gilt:

$$P = a \cdot (b - T)^c,$$

wobei T die gemessene Zeit in Sekunden ist.

Bei Wurf und Sprungdisziplinen gilt:

$$P = a \cdot (M - b)^c,$$

⁴ Vgl. IAAF (2001), S. 21.

wobei M die gemessene Weite bzw. Höhe in Zentimetern (Sprung) bzw. Metern (Wurf) ist.

Der Parameter b stellt eine Mindestleistung dar, die für die Erzielung von Punkten mindestens erreicht werden muss. Der Exponent c liegt zwischen eins und zwei und führt zu einer progressiven Bewertung von Leistungsverbesserungen.⁵ Steigerungen auf einem hohen Leistungsniveau werden durch mehr zusätzliche Punkte „belohnt“ als auf einem niedrigeren Niveau. Die Parameter a , b und c werden durch die IAAF festgelegt, wobei dies nach Männern und Frauen getrennt geschieht. Darüber hinaus gibt es Abweichungen in den Altersklassen. Letztlich bleibt es aber intransparent, wie die Festlegung der Parameter im Einzelnen geschieht. Dass es aber Verzerrungen zwischen den Disziplinen gibt, zeigt schon die Tatsache, dass die Einstellung des aktuellen Weltrekords nicht in allen Disziplinen die gleiche Punktzahl ergibt, was eigentlich plausibel wäre. Vielmehr ist die Spannweite zwischen 1136 (110 m Hürden) und 1384 (Diskus) relativ groß.⁶

Der Frage, welche Disziplinen den größten Einfluss auf das Gesamtergebnis haben, ist in der Literatur schon verschiedentlich mit sehr unterschiedlichen Ergebnissen nachgegangen worden. Aufgrund der Vielzahl der Disziplinen ist nicht damit zu rechnen, dass eine Disziplin das Gesamtergebnis dominiert. Daher wird meist versucht, mit statistischen Methoden Athletentypen zu identifizieren, die in einem Zehnkampfwettbewerb einen Vorteil haben. So identifizieren Cox / Dunn (2002) den „Field Specialist“ und den „Track Specialist“, wobei sie einen Vorteil beim „Field Specialist“ sehen. Sie stehen damit in einem klaren Widerspruch zu Fröhlich / Grassmann / Emrich (2015), die den „Sprint-Weitsprung-Typ“ im Vorteil sehen. Der Grundannahme, bestimmte Athletentypen würden bevorteilt, widersprechen dagegen Pavlovic / Idrizovic (2017). Sie haben aktuelle und ehemalige Weltrekordhalter in Typen eingeteilt und stellen fest, dass jeder Athletentyp („All-rounder“, „Sprinter“, „Springer-Läufer“) bereits herausragende Vertreter hervorgebracht hat. Ein zentrales Ergebnis bei Bilic / Smajlovic / Balic (2015) besteht darin, dass sich die Einzeldisziplinen, die den stärksten Zusammenhang mit dem Endergebnis aufweisen, mit dem Alter ändern. Im Jugendbereich sehen sie die Sprungdisziplinen als prägend an, während im Seniorenbereich vor allem die 110 m Hürden und der Stabhochsprung zum Tragen kommen.

Beim Zehnkampf bei den Olympischen Spielen 2021 wurden 19 Teilnehmer in die statistische Auswertung aufgenommen. Ausgeschlossen wurden nicht nur die Athleten, die den Wettkampf aufgeben mussten, sondern auch die Athleten, die

⁵ Zu den Auswirkungen progressiver Bewertungsmethoden vgl. auch Kladroba (2019).

⁶ Vgl. dazu auch Fröhlich et al. (2015).

in einer oder mehreren Disziplinen keine messbare Leistung erzielt haben (z. B. kein gültiger Versuch in einer Sprung- oder Wurfdisziplin), da diese den Zusammenhang mit dem Gesamtergebnis verzerren würden. Zunächst fällt auf, dass jeder Athlet seine Stärken und Schwächen hat. So ist der Goldmedaillengewinner Damian Warner (Kanada) im Stabhochsprung nur Neunter und im Kugelstoßen nur Zehnter geworden. Ähnlich ist der Silbermedaillengewinner Kevin Meyer (Frankreich) über 1500 m nur 15. und über 400 m sogar nur 17. geworden. Aber auch der Gesamtletzte Martin Roe (Norwegen) hat mit einem vierten Rang im Stabhochsprung zumindest in einer Disziplin einen vorderen Platz belegt.

Die Korrelationen der Einzeldisziplinen mit dem Gesamtergebnis (jeweils in Punkten) zeigen eine Spannweite von 0,21 (Diskus) bis ungefähr 0,75 (100 m, 110 m Hürden und Weitsprung), wobei die Unterschiede oftmals nicht als statistisch signifikant ausgewiesen werden konnten, was aber auch an der geringen Teilnehmerzahl, d. h. der verhältnismäßig kleinen Stichprobe, lag. Es gibt also Disziplinen, die wenig zum Gesamtergebnis beitragen, während andere einen großen Beitrag leisten. Interessant ist auch eine Betrachtung, bei der man die Ergebnisse der Teildisziplinen untereinander korreliert. Hier zeigt sich eine relativ hohe Korrelation (0,6–0,7) bei den genannten drei Disziplinen (100m, 110 m Hürden und Weitsprung), während andere Disziplinen (z. B. Diskus und Hochsprung) sogar negativ korrelieren. Die Korrelation ist mit -0,4 zwar nicht besonders hoch, trotzdem scheint es nur schwer möglich zu sein, gute Leistungen im Diskuswerfen und im Hochsprung zu erbringen. Damit scheint sich hier das Ergebnis von Fröhlich / Grassmann / Emrich (2015) zu bestätigen, dass der „Sprinter-Weitsprung-Typ“ beim Zehnkampf bevorteilt wird. Dass dies auch oder vielleicht sogar vor allem am Punktesystem liegt, legt die bereits beschriebene Bewertung der aktuellen Weltrekorde nahe. Wenn die Einstellung des von den Spezialisten erzielten Weltrekords im Diskuswurf im Vergleich zu allen anderen Disziplinen die mit Abstand meisten Punkte bringen würde (was bei Zehnkämpfern nicht vorkommt), deutet das darauf hin, dass die im Zehnkampf normalerweise erzielten Leistungen eher unterbewertet sind. Hier scheint eine Überarbeitung der Punktetabelle dringend geboten zu sein.⁷

4.4.6 Lagenschwimmen

Beim Lagenschwimmen werden die vier Grundschwimmarten Schmetterling, Rücken, Brust und Freistil in dieser Reihenfolge⁸ jeweils über die gleiche

⁷ Vgl. auch Fröhlich et al. (2016).

⁸ In den Einzelwettkämpfen, in Staffelwettbewerben gilt eine andere Reihenfolge.

Streckenlänge ohne Pause absolviert. Bei offiziellen Wettkämpfen werden 100 m (nur auf der Kurzbahn), 200 m und 400 m gleichermaßen von Männern und Frauen geschwommen. Für die technischen Ausführungen einschließlich Start, Wenden und Anschlag gelten die gleichen Regeln wie in der jeweiligen Einzeldisziplin. Davon ausgenommen ist nur die letzte Teilstrecke. Während bei Freistil als Einzeldisziplin jede Bewegungsform erlaubt ist, ist es beim Lagenschwimmen verboten, eine der anderen drei Schwimmmarten ein zweites Mal durchzuführen.

In einer großangelegten Studie für die 200 m und 400 m Lagen über 26 Großereignisse mit 1.643 Schwimmerinnen und Schwimmern haben Saavedra et al. (2012) das Rückenschwimmen bei den Männern bzw. Rücken (200 m) und Freistil (400 m) bei den Frauen als prägende Schwimmart identifiziert. Den Unterschied über 400 m zwischen Männern und Frauen begründen sie mit unterschiedlichen Wettkampfstrategien. Während Männer schon früh die Entscheidung suchen würden, würden Frauen erst einmal abwartend agieren. Ansonsten beklagen sowohl Gonjo / Oltad (2021) in einer Metastudie zum Schwimmsport als auch Hermosilla et al. (2021), dass es nur relativ wenige wissenschaftliche Analysen zum Lagenschwimmen gebe.

Bei großen internationalen Schwimmwettkämpfen werden die Rennen normalerweise in Vor- und Endläufen ausgetragen. Bei den Olympischen Spielen 2021 traten über 400 m Lagen der Männer insgesamt 29 Athleten an, wovon sich acht Schwimmer für das Finale qualifizierten. Es standen insgesamt also 37 Zeiten für die statistische Auswertung zur Verfügung. Eine Besonderheit dieses Wettkampfes bestand darin, dass die im Finale geschwommenen Zeiten fast durchgehend langsamer waren als die Vorlaufzeiten. So war der Olympiasieger Chase Kalisz (USA) im Finale langsamer als der Australier Brendon Smith im Vorlauf, wobei Smith selber im Vorlauf über eine Sekunde schneller war als im Finale. Die schnellste in diesem Wettbewerb erzielte Zeit ist also nicht gleichzusetzen mit dem Olympiasieg.

Korreliert man die Einzelzeiten mit der Gesamtzeit, erhält man 0,71 (Schmetterling), 0,74 (Rücken), 0,55 (Brust) und 0,84 (Freistil). Dass die Korrelation der Freistilstrecke am höchsten ist, mag der Reihenfolge geschuldet sein. Hier wird in einem Schlussspurt sicher mit der höchsten Intensität geschwommen, um vielleicht vorher entstandene Rückstände noch aufzuholen oder bereits erzielte Vorsprünge zu halten oder sogar auszubauen. Dass auch die Rückendisziplin relativ hoch korreliert, mag den von Saavedra et al. (2012) identifizierten Rennstrategien geschuldet sein. Außerdem spiegelt sich in den Korrelationen ein Phänomen, das auch in den Spezialdisziplinen zu sehen ist. Viele herausragende Freistilschwimmer sind auch sehr gute Schmetterlingsschwimmer, wie die Beispiele Mark Spitz

oder Michael Groß zeigen. Michael Phelps war zusätzlich noch ein hervorragender Rückenschwimmer. Man erkennt also eine gewisse Verwandtschaft zwischen Freistil und Schmetterling und mit gewissen Abstrichen auch mit dem Rückenschwimmen. Brustschwimmer sind dagegen oftmals Spezialisten, die sich auf die eine Lage beschränken. Das Brustschwimmen nimmt also (vor allem wegen seines hochkomplexen Bewegungsablaufs) im Wettkampfschwimmen im Allgemeinen eine Sonderrolle ein.

4.5 Fazit und Ausblick

Kombinationssportarten sind in sehr unterschiedlichen Formen anzutreffen. Daher überrascht es auch wenig, dass die Frage, welchen Anteil die Teildisziplinen am Gesamtergebnis haben, nicht einheitlich beantwortet werden kann. Es gibt Anzeichen für Wettbewerbe, bei denen der Beitrag der Teildisziplinen sehr ähnlich ist (Nordische Kombination, Biathlon), während bei anderen Mehrkämpfen einzelne Disziplinen bevorzugt und damit andere benachteiligt werden. Auch wenn bei keinem der besprochenen Wettkampfformate die Ergebnisse in einer Einzeldisziplin als hundertprozentiger Prädiktor für das Gesamtergebnis gelten kann, ist die Forderung nach der Uncertainty of Outcome sicherlich in unterschiedlichem Maße erfüllt.

Wie bereits erwähnt, müssen die hier erzielten Ergebnisse aber mit einer gewissen Vorsicht interpretiert werden, weil mögliche Ko-Variablen außer Acht gelassen worden sind. Letztlich müsste für jede der hier aufgeführten Kombinationssportarten eine ausführliche Analyse über viele Wettkämpfe hinweg durchgeführt werden, ähnlich wie Saavedra et al. (2012) das für das Lagenschwimmen bereits gemacht haben. Sollten sich dann tatsächlich eindeutige Muster zeigen, kann man im nächsten Schritt die Frage nach den Ursachen stellen und versuchen den Zusammenhang zwischen Ursachen und Wirkung zu modellieren. Sollten die Ursachen im Regelwerk, also z. B. in der Zusammensetzung des Wettkampfes, wie Wainer / de Veaux (1994) das für den Triathlon vermuten, oder im Auswertungsschema liegen, was Fröhlich et al. (2015 und 2016) für den Zehnkampf diagnostizieren, wären hier Anpassungen angebracht. Vielleicht zeigen sich aber noch weitere Ursachen, die hier noch gar nicht zur Sprache gekommen sind.

Literaturverzeichnis

- Bilic, M. / Smajlovic, N. / Balic, A. (2015): Contribution to Discipline Decathlon total Score Results in Relation to Decathlon Age and Result-Level, in: *Acta Kinesiologica* 9 (1), S. 66–69.
- Boyer, J. E. / Palachek, A. D. / Schucany, W. R. (1983): An Empirical Study of Related Correlation Coefficients, in: *Journal of Educational Statistics* 8, S. 75–86.
- Cholewa, J. / Gerasimuk, D. / Szepelawy, M. / Zajac, A. (2005): Analysis of Structure of the Biathlon Runs, in: *Acta Universitatis Palackianae Olomucensis. Gymnica* 35 (1), S. 35–42.
- Cox, T. F. / Dunn, R. T. (2002): An Analysis of Decathlon Data, in: *Journal of the Royal Statistical Society: Series D*, 51 (2), S. 179–187.
- Fröhlich, M. / Gassmann, F. / Emrich, E. (2015): Zehn Einzeldisziplinen = Zehnkampf? – Eine erweiterte Replikationsstudie zum Einfluss der Einzeldisziplinen im Zehnkampf, in: Fröhlich, Michael / Freya Gassmann / Eike Emrich (Hrsg.), *Zur Strukturanalyse des Mehrkampfes in der Leichtathletik: Eine empirische Studie zum Zusammenhang von Leistung und Erfolg im Siebenkampf der Frauen und Zehnkampf der Männer*, Schriften des Europäischen Instituts für Sozioökonomie Nr. 11, universaar – Universitätsverlag des Saarlandes, Saarbrücken, URL: https://www.researchgate.net/publication/279976560_Zur_Strukturanalyse_des_Mehrkampfs_in_der_Leichtathletik_Eine_empirische_Studie_zum_Zusammenhang_von_Leistung_und_Erfolg_im_Siebenkampf_der_Frauen_und_Zehnkampf_der_Manner (Abruf am 05.10.2022).
- Fröhlich, M. / Gassmann, F. / Becker, S. / Backfisch, M. / Emrich, E. (2016): 30 Jahre Bewertungstabelle im Zehnkampf: Ist eine Revision nötig?!, in: *Leipziger Sportwissenschaftliche Beiträge* 57, S. 81–98.
- Gonjo, T. / Olstad, B. H. (2021): Race Analysis in Competitive Swimming: A Narrative Review, in: *Environmental Research and Public Health* 18 (1), URL: https://pdfs.semanticscholar.org/27f2/acd64a04c3e5b347563f92f2b84516054794.pdf?_ga=2.121995010.803166180.1664976282-1754314084.1664976282 (Abruf am 05.10.2022).

- Hermosilla, F. / Gonzalez-Rave, J. / Del Castillo, J. A. / Pyne, D. B. (2021): Periodization and Programming for Individual 400 m Medley Swimmers, in: *Environmental Research and Public Health* 18 (12), URL: <https://www.mdpi.com/1660-4601/18/12/6474/pdf?version=16244133> 26 (Abruf am 05.10.2022).
- Hill, C. F. / St. Clair Gibson, A. (2012): The Effect of Power Alternation Frequency During Cycling on Metabolic Load and Subsequent Running Performance, in: *Journal of Science & Cycling* 1(2), S. 35–41.
- Hurst, H. T. (2018): The Influence of Swim, Cycle and Run Performance on Overall Race Outcome at the Off-road Triathlon World Championships, in: *Journal of Science & Cycling* 6 (2), S. 35–40.
- IAAF (2001): Scoring Tables for Combined Events, o.O., URL: <https://www.worldathletics.org/download/download?filename=c651eeb3-0f9d-47c0-9314-a3bd001e0960.pdf&urlslug=IAAF%20Scoring%20Tables%20for%20Combined%20Events> (Abruf am 05.10.2022).
- Kladroba, A. (2019): Der Einfluss mathematischer Methoden auf das Ergebnis von Mannschaftswettkämpfen: Eine Simulationsrechnung, ifes Schriftenreihe Band 20, Essen, https://www.fom.de/fileadmin/fom/forschung/ifes/pdf/FOM-ifes_Bd20_Simulationsrechnung.pdf (Abruf: 05.10.2022).
- Langen, M. (2014): The Uncertainty-of-Outcome Hypothesis and Competitive Balance in Sports, *Wissenschaftliche Schriften der WWU Münster, Reihe IV, Band 8, Münster*.
- Pavlovic, R. / Idrizovic, K. (2017): Factor Analysis of World Record Holders in Athletic Decathlon, in: *Sport Science* 10 (1), S. 109–116.
- Saavedra, J. M. / Escalante, Y. / Garcia-Hermoso, A. / Arellano, R. / Navarro, F. (2012): A 12-Year Analysis of Pacing Strategies in 200 and 400m Individual Medley in International Swimming Competitions, in: *Journal of Strength and Conditioning Research* 26 (12), S. 3289–3296.
- Sadowska, D. / Lichota, M. / Sacewicz, T. / Krzepota, J. (2019): Influence of Running Races on the Postural Balance of Modern Pentathlon Athletes in a Laser Run Event, in: *Environmental Research and Public Health* 16 (22).
- Taylor, D. / Smith, M. F. (2016): Effect of Deceptively Aggressive Bike Pacing on Sprint-Distance Triathlon Performance, in: *Journal of Science & Cycling*, 4 (2), S. 11–13.

Wainer, H. / de Veaux, R. (1994), Resizing Triathlons for Fairness, in: *Chance* 7(1), S. 20–25.

Wicklin, R. (2017): Fisher's Transformation of the Correlation Coefficient, <https://blogs.sas.com/content/iml/2017/09/20/fishers-transformation-correlation.html> (Abruf: 05.10.2022).

Williams, E. J. (1959): The Comparison of Regression Variables, in: *Journal of the Royal Statistical Society, Series B* 21, S. 396–399.

***Qualitative Aspekte der Lageberichtsanalyse von
professionellen Fußballclubs am Beispiel
ausgewählter Clubs der Fußball Bundesliga***

Petra Biebl / Markus Breuer

Autorenkontakt

Dipl.-Kffr. Petra Biebl
petra.biebl@outlook.com

Prof. Dr. Markus Breuer
SRH Hochschule Heidelberg
markus.breuer@srh.de

Abstract

Während die sportliche Situation wöchentlich am jeweiligen Tabellenstand ablesbar ist, lässt sich die wirtschaftliche Lage eines Clubs für einen Außenstehenden nicht einfach erkennen. Eine Möglichkeit besteht in der Analyse von veröffentlichten Jahresabschlüssen und Lageberichten. Die erste Untersuchung dieser Art zeigt das Potenzial der qualitativen Analyse von Lageberichten als Ergänzung zur quantitativen Analyse auf. Während die Clubs einerseits die Entwicklung des professionellen Fußballs unter Hinweis auf die jährlich erzielten Umsatzrekorde als losgelöst von der übrigen Wirtschaftsentwicklung sehen, sind sie sich der Grenzen dieses Wachstums bewusst. Dennoch untermauern nur wenige Clubs ihre Einschätzungen der zukünftigen Entwicklung mit Daten von Wirtschaftsinstituten. Branchenspezifische Bedingungen werden eher auf europäischer Ebene gesehen, wenn sich durch die Entwicklungen der anderen Top-Ligen aus England, Spanien und Italien die Bedingungen auf dem Transfermarkt verschärfen und wenn durch die Teilnahme an den internationalen Wettbewerben der UEFA die Einnahmesituation der regelmäßig dafür qualifizierten Clubs zum wirtschaftlichen Ungleichgewicht in der DFL zunehmend beiträgt.

Inhalt

Abstract.....	98
Abbildungsverzeichnis.....	100
Tabellenverzeichnis.....	100
Abkürzungsverzeichnis.....	100
5.1 Einleitung	101
5.2 Forschungsstand	101
5.3 Methodik	103
5.4 Ergebnisse und Interpretation.....	105
5.4.1 Ergebnisse und Interpretation der syntaktischen und semantischen Analyse.....	105
5.4.2 Ergebnisse und Interpretation der pragmatischen Analyse	105
5.4.2.1 Allgemeine Auswertung der Lageberichte	106
5.4.2.2 Gesamtwirtschaftliche und branchenbedingte Rahmenbedingungen.....	108
5.4.2.3 Markt- und branchenspezifische Risikoidentifikation.....	110
5.5 Fazit, Diskussion und Ausblick	114
Literaturverzeichnis	116

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Teilbereiche der qualitativen Bilanzanalyse	104
Abbildung 2:	Risikoquellen in Fußballunternehmen	111

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Finanzielle und nichtfinanzielle Leistungsindikatoren.....	108
------------	--	-----

Abkürzungsverzeichnis

BVB	Borussia Dortmund
COVID-19	Coronavirus disease 2019
DFB	Deutscher Fußball-Bund e. V.
DFL	Deutsche Fußball Liga
DRS	Deutscher Rechnungslegungs Standard
FC	Fußball Club
GuV	Gewinn- und Verlustrechnung
HGB	Handelsgesetzbuch
HSV	Hamburger Sportverein
RB	RasenBallSport
SARS-CoV-2	Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus Type 2
TSG	Turn- und Sportgemeinschaft
UEFA	Union of European Football Associations

5.1 Einleitung

Während die sportliche Situation wöchentlich am jeweiligen Tabellenstand ablesbar ist, lässt sich die wirtschaftliche Lage eines Clubs für einen Außenstehenden nicht einfach erkennen. Eine Möglichkeit besteht in der Analyse von veröffentlichten Jahresabschlüssen und Lageberichten. Ziel des vorliegenden Papers ist die qualitative Analyse von Lageberichten deutscher Profi-Fußballclubs. Für die Analyse wurden die entsprechenden Dokumente der Saison 2018/19 ausgewählt, da diese als letzte nicht von der Corona-Pandemie beeinflusst waren.

5.2 Forschungsstand

Die allgemeine Betrachtung von Bilanzierungs- und Rechnungslegungsthemen findet aufgrund der Besonderheiten in der Bilanzierung von Organisationen des professionellen Fußballs breite Beachtung. Exemplarisch sei auf verschiedene Arbeiten im Bereich der Bilanzierung von Spielern und Spielerwerten verwiesen (bspw. Hackenberger (2008), Drewes (2019), Ludwigs (2022)). Der Analyse von Bilanzen im Profifußball wird in der Literatur bisher jedoch wenig Rechnung getragen.

Einige Untersuchungen konzentrieren sich auf einzelne Clubs. So bezogen sich Stadtmann et al. in ihrem Artikel aus dem Jahr 2003 auf die Lage bei Borussia Dortmund. Die Autoren analysieren die Bilanz des Clubs vor dem Hintergrund der kurz zuvor erfolgten Insolvenz des Kirch-Konzerns und die damit verbundenen Liquiditätsausfälle im Bereich der TV-Rechte-Vermarktung.¹ Littkemann et al. beschäftigten sich im Jahr 2014 mit der Situation des Hamburger Sportvereins. Ihre Analyse der Abschlüsse des Vereins von 2008 bis 2014 geschah vor dem Hintergrund der damaligen sportlichen Krise des Clubs und untersuchte dabei die Auswirkungen des ausbleibenden sportlichen Erfolgs auf die wirtschaftliche Situation.²

Einen praxisorientierten Ansatz verfolgt das Buch von Hierl und Weiß (2015) zur Bilanzanalyse von Fußballvereinen. Die Autoren ermittelten verschiedene Kennzahlen aus den Bilanzen von 25 europäischen Fußballclubs und verglichen diese, um ein Ranking der wirtschaftlich erfolgreichsten Clubs zu ermitteln.

¹ Vgl. Stadtmann et al. (2004).

² Vgl. Littkemann et al. (2014).

Interessant ist hierbei die Darstellung der theoretischen Grundlagen und deren praktische Anwendung zur Erstellung einer branchenbezogenen Bilanzanalyse.³

Weber behandelt in seinem Artikel aus dem Jahr 2017 allgemein die Besonderheiten der Bilanzanalyse von Fußballclubs. Neben den sportlichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen geht er vor allem auf ausgewählte Bilanzpositionen und Teile der Gewinn- und Verlust-Rechnung wie Spielerwerte, Stadion oder Transfergeschäfte ein. In diesem Zusammenhang hebt er vor allem die Besonderheiten dieser Positionen für die Bilanzierung von Fußballclubs hervor.⁴

Im Herbst 2020 erschienen zwei Beiträge von Küting und Strauß, die sich den aktuellen Gegebenheiten im deutschen Profifußball in Folge der SARS-CoV-2-Pandemie widmen. In einer Analyse des Status quo gehen sie dabei auch auf die bilanziellen Auswirkungen der Corona-Krise ein. In ihrer abschließenden Zusammenfassung betonen die Autoren, dass der professionelle Fußball diese Krise auch als Chance nutzen sollte, sich auf Nachhaltigkeit und Stabilität zu fokussieren und dies außerdem in seiner Rechnungslegung zum Ausdruck kommen sollte.⁵ Ebenfalls im September 2020 beschreibt Weber in einem Artikel die Auswirkungen der SARS-CoV-2-Pandemie auf Rechnungslegung und Bilanzen der Jahre 2019 und 2020. Er merkt dabei unter anderem an, dass in Abschlüssen zum 31.12.2019 in den jeweiligen Lageberichten der Clubs im Rahmen der Nachtragsberichterstattung ein Hinweis auf den Einfluss der Pandemie auf die Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage erforderlich gewesen wäre.⁶

Als Ergebnis bleibt festzuhalten, dass das Thema der Bilanzanalyse von professionellen Fußballclubs bislang in der Literatur kaum behandelt wurde. Neben allgemeinen Grundlagen der Bilanzanalyse standen entweder aktuelle Situationen – wie die Krisen beim BVB, dem HSV und zuletzt die COVID-19-Pandemie – oder die Besonderheiten der Bilanzierung von Fußballclubs im Mittelpunkt der Artikel. Einzig das Buch von Hierl und Weiß stellt auf Basis der theoretischen Grundlagen ein praktisches Anwendungsbeispiel der Bilanz- und Jahresabschlussanalyse dar. Dabei ist das Buch in erster Linie nicht für Sportmanager oder Sportökonomien gedacht, sondern eher für fußballinteressierte Wirtschaftswissenschaftler, die sich mit Bilanzanalyse beschäftigen. Die gefundenen Beiträge beziehen sich lediglich auf quantitative Aspekte, während eine Behandlung qualitativer Themen der Bilanzanalyse mit Ausnahme der Verweise von Küting und Strauß auf Ergänzungen und zukünftige Schwerpunkte in den Lageberichten nicht erfolgt.

³ Vgl. Hierl / Weiß (2015).

⁴ Vgl. Weber (2017).

⁵ Vgl. Küting / Strauß (2020a); Küting / Strauß (2020b).

⁶ Vgl. Weber (2020).

5.3 Methodik

Die zeitliche Differenz zwischen dem Abschlussstichtag und der Veröffentlichung der Bilanz stellt eine der größten Einschränkungen der Bilanzanalyse dar. Da im Fußball eine Meisterschaft in Saisonen ausgespielt wird, liegt es nahe, eine Analyse mit Saisonbezug (in der Regel von August bis Mai des darauffolgenden Jahres) vorzunehmen. Für die vorliegende Analyse wurde deshalb die Saison 2018/19 – genauer gesagt die Clubs der Bundesliga dieser Spielzeit – ausgewählt, da jene Saison die letzte ohne Einflüsse der COVID-19-Pandemie darstellt. Insgesamt standen zwölf Jahresabschlüsse der 18 Bundesligacclubs der Saison 2018/19 für die Analyse zur Verfügung. Die Bilanzen der ausgewählten Clubs für die Jahre 2018 bis 2019 wurden von der Webseite des Bundesanzeigers heruntergeladen.

Die rein quantitative Auswertung einer Bilanz unterliegt verschiedenen Limitierungen. So haben unter anderem bilanzpolitische Einflüsse, fehlende Zukunftsbezogenheit oder die Anwendung des Vorsichtsprinzips Auswirkungen auf die Ergebnisse, wodurch sich durch Verwendung der genannten Maßnahmen nur ein abstraktes und unvollkommenes Bild der Unternehmenslage ergibt. Daher stellt die qualitative Analyse einer Bilanz durch die Einbeziehung verbaler Informationen ein ergänzendes Analysepotenzial dar und hebt so die Beschränkungen eines rein quantitativen Vorgehens zumindest teilweise auf.

Im Rahmen einer Dokumentenanalyse werden daher vor allem der Anhang des Jahresabschlusses und der Lagebericht untersucht, da diese beiden Unterlagen neben den allgemeinen verbalen Informationen auch zukunftsorientierte Informationen enthalten, die aus den Bilanzzahlen so nicht abgeleitet werden können. Damit kommt ihnen eine Schlüsselrolle im Rahmen der Informationsvermittlung zu. Gleichwohl sind Unternehmensvergleiche schwierig, da Lageberichte weniger standardisiert sind als bspw. die Bilanz und es kann durch die sprachliche Gestaltung zu manipulativen Wirkungen oder Fehlinterpretationen kommen. Darüber hinaus gestaltet sich die Aufbereitung der verbalen Informationen durch fehlende Operationalisierung und Quantifizierbarkeit als schwierig.

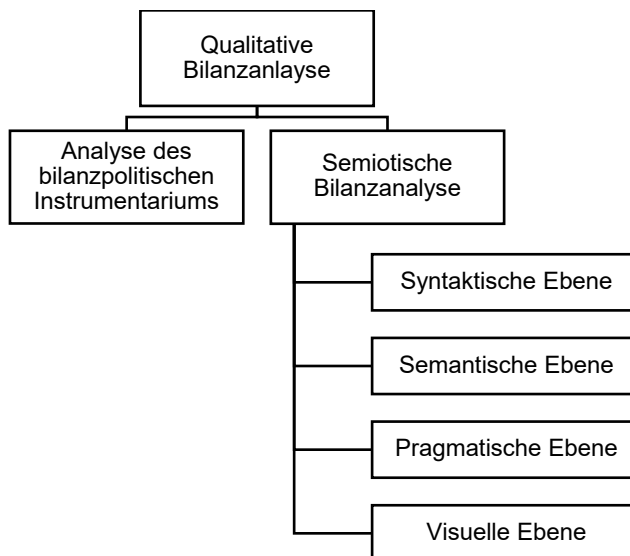
Die qualitative Bilanzanalyse besteht aus zwei verschiedenen Bereichen (siehe Abbildung 1). Zum einen wird die Bilanzpolitik des Unternehmens durch eine Analyse des bilanzpolitischen Instrumentariums untersucht, und zum anderen wird mittels einer semiotischen Bilanzanalyse die verbale Berichterstattung ausgewertet. Die semiotische Bilanzanalyse erfolgt auf insgesamt vier Ebenen:

- Auf einer syntaktischen Ebene wird der Grad der Bestimmtheit von Aussagen und deren Beziehungsstruktur – z. B. vage versus eindeutige Informationen – analysiert.
- Die semantische Ebene untersucht im Sinne einer sprachlichen Inhaltsanalyse die präferierte Wortwahl und setzt sich mit den Beziehungen zwischen den Wörtern und deren Bedeutung auseinander.
- Die Intensität und der Detailgrad der freiwilligen Berichterstattung werden auf der pragmatischen Ebene beleuchtet.
- Auf visueller Ebene wird die Verwendung grafischer Darstellungen untersucht.⁷

Die zuletzt genannte Ebene wird in der weiteren Analyse ausgeschlossen, da in den untersuchten Bilanzen mit Ausnahme der Abschlüsse von Borussia Dortmund und dem FC Bayern München keine Grafiken verwendet wurden.

Für die sprachliche Inhaltsanalyse der semantischen und syntaktischen Ebene werden Checklisten und die Software MAXQDA® als Auswertungsinstrumente benutzt.

Abbildung 1: Teilbereiche der qualitativen Bilanzanalyse



Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Küting / Weber (2015), S. 417.

⁷ Vgl. Küting / Weber (2015) und Brösel (2017).

5.4 Ergebnisse und Interpretation

5.4.1 Ergebnisse und Interpretation der syntaktischen und semantischen Analyse

Die Ergebnisse der Analyse der syntaktischen Ebene lassen sich knapp zusammenfassen. In den Lageberichten überwiegen vor allem genaue Punktaussagen, die in Verbindung mit komparativen Aussagen wie „gestiegen“ oder „gesunken“ getroffen werden. Diese punktgenauen Aussagen finden sich auch in den Prognoseberichten im Lagebericht. Da die Bilanzen der Fußballclubs zu einem Zeitpunkt erstellt werden, wo zumindest die Lizenzunterlagen für die nächste Spielzeit bei der DFL eingereicht wurden oder die Lizenzprüfung bereits erfolgt ist, liegen für den Prognosezeitraum bereits konkrete Werte in Form einer Plan-Bilanz und Plan-GuV vor.

Die Prognose des sportlichen Erfolgs drückt sich meist in Intervallaussagen aus, da in diesem Fall entweder das Erreichen eines Tabellenplatzes angestrebt wird, der zur Teilnahme an einem internationalen Wettbewerb berechtigt (derzeit einschließlich der Qualifikationsrunde zur UEFA Champions League Platz 1 bis 6 der Abschlusstabelle) oder aber der Nichtabstieg angestrebt wird (alle Platzierungen über Platz 16, ein Relegationsplatz wird nicht angegeben).

Bezüglich der semantischen Ebene erfolgte die Analyse der Bilanzen mithilfe bestimmter Wortfelder, denen positive und negative Wertungen zugeordnet werden. Das Vorkommen der positiven Wertungen ist hierbei deutlich umfangreicher als die der negativ konnotierten Wörter (80 Prozent vs. 20 Prozent).

Hinsichtlich der genauen Zahlen ist einschränkend zu sagen, dass natürlich auch der Kontext, in dem ein Wort gebraucht wird, entscheidend ist, ob die Aussage eher positiv oder negativ einzuordnen ist. So sind zum Beispiel gesunkene Kosten i. d. R. positiv zu sehen und gesunkene Umsatzerlöse oder Erträge i. d. R. negativ zu betrachten. Eine solche Einordnung in den Kontext wurde allerdings in der Analyse nicht vorgenommen. Insgesamt kommt aber eine eher positive Haltung in fast allen untersuchten Bilanzen zum Ausdruck.

5.4.2 Ergebnisse und Interpretation der pragmatischen Analyse

Ziel der Analyse der pragmatischen Ebene ist die Prüfung des Umfangs der verbalen Berichterstattung. Da die formale Ausgestaltung eines Lageberichts nicht abschließend gesetzlich geregelt ist und DRS 20 (Deutscher Rechnungslegungs Standard 20 Konzernlagebericht) vor allem allgemeine Regeln vorgibt, können die einzelnen Berichte der Clubs kaum miteinander verglichen werden. Daher

wird zunächst auf allgemeine Punkte eingegangen sowie auf zwei Aspekte, die von allen Clubs beschrieben wurden. Dies sind die gesamtwirtschaftlichen und branchenbedingten Rahmenbedingungen sowie die von den Clubs identifizierten Risiken. Da vor allem diese Risiken – auch abseits von COVID-19 – für die Zukunft der Clubs eine bedeutende Rolle spielen können.

5.4.2.1 Allgemeine Auswertung der Lageberichte

Zusammenfassend lässt sich über den Umfang der verbalen Berichterstattung sagen, dass die betrachteten Clubs sich zum großen Teil auf eine knappe Darstellung der Pflichtangaben wie Wirtschafts- und Risiko-/Prognosebericht beschränken. Dies deutet darauf hin, dass die Clubs den Bilanzleser über die Unternehmenslage eher im Unklaren lassen wollen.

Hervorzuheben ist der Lagebericht des FC Schalke 04. Als einziger legt der in der Rechtsform des eingetragenen Vereins agierende Club einen Konzerngeschäftsbericht vor, der die Unterlagen der Ligakonkurrenten bzgl. der Ausführlichkeit zum Teil weit übertrifft. Schalke 04 stellt sich in seiner freiwilligen Darstellung teilweise sehr transparent dar, was von anderen Clubs, die aufgrund gesetzlicher Vorgaben zur Erstellung eines Lageberichts verpflichtet sind, deutlich weniger ausgeführt wird.

Freiwillige Angaben in den Lageberichten beziehen sich lediglich auf Ziele und Strategien des Konzerns, Kapitalflussrechnungen und erweiterte Rückstellungsdarstellungen. An dieser knappen Aufzählung lässt sich erkennen, dass generell die Angabe freiwilliger Bestandteile im Lagebericht bei den Clubs nicht weit verbreitet ist. So fehlen zum Beispiel Nachhaltigkeitsberichte oder allgemeine Berichterstattungen über Umwelt- oder Arbeitnehmerbelange. Dies könnte sich aber in Zukunft ändern, wenn Nachhaltigkeitsaspekte deutlicher in den Fokus der Fußballclubs rücken oder die gesetzliche Berichterstattung im Rahmen der sogenannten nichtfinanziellen Erklärung hierzu ausgeweitet werden sollte.

Aufgrund der Notierung am Kapitalmarkt unterliegt Borussia Dortmund zusätzlichen Anforderungen bei der Erstellung des Konzernlageberichts. So gibt es ausführliche Darstellungen des Risiko- und Kontrollsystems sowie des Vergütungsberichts. Für die Abgabe der so genannten nichtfinanziellen Erklärung hat der Club von einem Wahlrecht Gebrauch gemacht, nach dem diese Erklärung außerhalb des Konzernlageberichts veröffentlicht werden kann (§ 315b Abs. 3 HGB).

Finanzierungsrisiken werden von keinem Club explizit angegeben. Dennoch wird im Rahmen des Risikoberichts durchaus auf verschiedene Risiken hinsichtlich

der Finanzierung, wie Absicherung von Ausfall- und Liquiditätsrisiken oder Zahlungsstromschwankungen hingewiesen. Mit Ausnahme des FC Augsburg gibt auch kein Club einen Bericht über Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten ab. Wobei die Einordnung der Nachwuchsarbeit des Clubs als Forschungs- und Entwicklungstätigkeit auch unter den gesetzlichen Vorgaben des § 255 Abs. 2a HGB kritisch gesehen werden kann und eher dem Kontext eines Nachhaltigkeitsberichts eingeordnet werden sollte. Nachwuchsarbeit führt im besten Fall zur Ausbildung von zukünftigen Lizenzspielern und fördert damit den nachhaltigen sportlichen Erfolg des Clubs. Sofern die Nachwuchsspieler im Ausbildungsclub verbleiben, wird ihr Marktwert nicht aktiviert. Eine Aktivierung erfolgt hingegen nur bei Transfers durch den aufnehmenden Club. Eine Aktivierung der eigenen Entwicklungstätigkeit ist damit in den meisten Fällen ausgeschlossen.

Gemäß § 315 HGB sind Angaben zur Konzernstruktur nicht gefordert. Jedoch gibt es im Rahmen der Deutschen Rechnungslegungs Standards (DRS) die Vorgabe, diese Struktur innerhalb der Grundlagen des Konzerns zu erläutern.⁸ Von den acht untersuchten Konzernlageberichten enthalten sieben umfangreiche Darstellungen der Konzernstruktur. Lediglich Werder Bremen macht darüber keine Angaben.

Trotz der knappen Darstellungen der Wirtschafts- und Risiko-/Prognoseberichte machen hier alle Clubs die notwendigen Pflichtangaben im Sinne der §§ 289 und 315 HGB. In den Prognoseberichten beziehen sich fast alle Clubs nur auf einen zukünftigen Zeitraum von einem Jahr und begründen dies mit der schweren Planbarkeit im sportlichen Bereich und dem entsprechenden Aufwand, dies im wirtschaftlichen Bereich abzubilden. Die TSG 1899 Hoffenheim und RB Leipzig geben allgemeine Prognosen für mehr als ein Jahr ab, beziehen sich aber hier auf ihre strategischen Ziele der nachhaltigen Positionierung in der obersten deutschen Spielklasse oder ihre Nachwuchsarbeit, wo ebenfalls Spitzenpositionen in den jeweiligen Wettbewerben angestrebt werden. Generell wird im Prognosebericht auch eine Gesamtaussage in Form einer konkreten Bewertung der Zukunft durch die Geschäftsführung gefordert. Dabei machen vier Clubs keine Aussagen zum nächsten Geschäftsjahr, drei Clubs sehen ihre Lage als stabil, vier Clubs geben eine positive oder gute Beurteilung ab und lediglich der spätere Absteiger Hannover 96 erwartet eine schlechtere Lage als im betrachteten Geschäftsjahr.

Ein Teil der Darstellung der Finanz-, Vermögens- und Ertragslage beinhaltet die Einbeziehung von finanziellen und nichtfinanziellen Leistungsindikatoren. Nur fünf der untersuchten Clubs definieren solche Indikatoren explizit für sich (siehe

⁸ Vgl. DRS 20 (2012), Textziffer 37.

Tabelle 1). Zudem ist auffallend, dass bei den nichtfinanziellen Indikatoren nur von drei Clubs die Marke oder die Markenstärke als eigener Punkt genannt wird.

Tabelle 1: Finanzielle und nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

Club	Finanzielle Leistungsindikatoren	Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren
FC Bayern München	Umsatz EBIT Cashflow	Markenstärke Sportlicher Erfolg Entwicklung der Lizenzmannschaft Fanbasis
VFB Stuttgart	Cashflow EBITDA	
FC Augsburg	Umsatz Cashflow EBIT Jahresergebnis	Marke
Borussia Mönchengladbach	Umsatz Jahresergebnis	Tabellenplatz
Borussia Dortmund	Umsatz EBITDA EBIT Cashflow	Marke

5.4.2.2 Gesamtwirtschaftliche und branchenbedingte Rahmenbedingungen

Die Einschätzung oder die Beschreibung der Rahmenbedingungen, innerhalb derer ein Unternehmen sein Geschäft betreibt, ist für den Fortbestand eines Unternehmens von großer Bedeutung. Durch die besondere Situation der Teilnahme am Ligabetrieb der DFL sind die branchenbedingten Rahmenbedingungen auch immer im Kontext von Liga- und Verbandszugehörigkeit zu sehen. Zu den Besonderheiten des Profifußballs gehören einerseits die Zugehörigkeit zu einem übergeordneten Verband, hier dem Deutschen Fußball-Bund (DFB), aber auch die Kooperation der Ligacclubs untereinander, was zu einer von gegenseitiger Abhängigkeit geprägten Zusammenarbeit der Clubs führt.⁹ Nichtsdestotrotz spielen auch gesamtwirtschaftliche Bedingungen für die Clubs eine Rolle, da sie bei einem Großteil ihrer Einnahmen von der wirtschaftlichen Situation und den Zukunftserwartungen ihrer Zuschauer und Sponsoren abhängig sind.

⁹ Vgl. Weber (2017), S. 286; Woratschek (2004).

In ihren Wirtschaftsberichten beurteilen viele Clubs die Lage des Lizenzfußballs als weitgehend unabhängig von der allgemeinen wirtschaftlichen Lage. Gründe für diese Entwicklung werden im stärkeren Wachstum der Liga im Vergleich zur gesamten Volkswirtschaft angegeben (2018 eine um 1,5 Prozent höhere Wachstumsrate als das BIP der Bundesrepublik Deutschland). Dennoch gibt es auch Clubs, die negative konjunkturelle Prognosen und mögliche Gefahren aus aktuellen politischen und wirtschaftlichen Konflikten (z. B. Brexit, Handelsstreitigkeiten oder Entwicklung der Automobilindustrie) als einschränkende Bedingung für das zukünftige Wachstum sehen und dies auch anhand von Prognosedaten von Wirtschaftsinstituten untermauern. Die eigene gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Profifußballs heben die Clubs anhand der Höhe ihrer Steuerzahlungen und der direkt oder indirekt Beschäftigten heraus.

Als größter Wachstumstreiber für die Branche des professionellen Fußballs gelten die Erlöse aus der TV-Vermarktung der Liga, worauf jedoch die Clubs keinen direkten Einfluss haben. Als zuschauerstärkste Liga der Welt kann die Bundesliga mit festen Einnahmen durch Zuschauer und Sponsoren rechnen, was sie bis zum Jahr 2019 durch jährlich steigende Umsatzerlöse unter Beweis gestellt hat. Allerdings werden weitere Steigerungen der Zuschauerzahlen durch die hohen Auslastungsquoten der Stadien, trotz moderner Infrastruktur, nicht erwartet. Daher ist es für die Clubs wichtig, durch die Auslandsvermarktung von den TV-Einnahmen unabhängige Cashflows zu generieren, um so bisher ortsgebundene Umsätze weltweit zu erzielen.

Die meisten Clubs behandeln auch die internationale Wettbewerbssituation bei den Rahmenbedingungen. Zum einen spielt die Teilnahme an den internationalen Pokalwettbewerben der UEFA und die entsprechende Erlössituation eine Rolle, zum anderen gehen die Clubs auf die Situation am Transfermarkt ein. Hier wird durch den gestiegenen Wettbewerb innerhalb der europäischen Top-Ligen aus England, Spanien und Italien der Grund für gestiegene Transfer- und Personalkosten gesehen. Dieser verstärkte Wettbewerb um Spieler führt auf Seiten der Bundesligaclubs zu einer intensiveren Nachwuchsausbildung und zu vermehrten Investitionen in die Nachwuchsleistungszentren. Generell werden Attraktivität und Wettbewerbsfähigkeit der Bundesliga im internationalen Vergleich als sehr positiv dargestellt.

Die Teilnahme an internationalen Wettbewerben und die sich daraus ergebenden Umsatzerlöse werden von Clubs, die sich nicht für diese Wettbewerbe qualifiziert haben, durchaus kritisch gesehen. Die Dominanz der Clubs, die regelmäßig an den Turnieren der UEFA teilnehmen, sorgt in der Bundesliga für ein zunehmendes Ungleichgewicht im wirtschaftlichen und sportlichen Bereich. Neben den

internationalen Wettbewerben wird auch die Öffnung für externes Kapital, innerhalb der Vorgaben der 50+1-Regel, als Gefahr für eine vergleichbar starke Konkurrenz und damit einen spannenden Wettbewerb innerhalb der Liga gesehen.

Insgesamt gesehen lesen sich die Abschnitte in den einzelnen Lageberichten mehr oder weniger wie eine Blaupause. Lediglich Eintracht Frankfurt und die TSG Hoffenheim beziehen Daten hinsichtlich der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen von Wirtschaftsinstituten ein oder gehen auf die gesamtwirtschaftliche Lage ein. Vielmehr wird die Unabhängigkeit der Clubs von wirtschaftlichen oder konjunkturellen Gegebenheiten betont.

5.4.2.3 Markt- und branchenspezifische Risikoidentifikation

Durch gesetzliche Vorgaben werden Unternehmen dazu verpflichtet einen Risiko- und Prognosebericht im Lagebericht darzustellen (§289 Abs. 1 Satz 4 HGB; §315 Abs. 1 Satz 4 HGB). Die Aufgabe des Berichts beinhaltet die Erläuterung der voraussichtlichen Entwicklung eines Unternehmens mit den wichtigsten Chancen und Risiken aus Sicht der Unternehmensleitung.¹⁰ Dabei geht der Risikobericht auf das Risikomanagementsystem und die identifizierten Risiken ein. Zusätzlich wird auch eine Zusammenfassung der Risikolage verlangt. Es soll über jene Risiken berichtet werden, die möglicherweise bestandsgefährdend für das Unternehmen sein können oder die Entscheidungen sogenannter verständiger Adressaten beeinflussen können. Der Schwerpunkt der Berichterstattung liegt auf den spezifischen Gegebenheiten des Unternehmens, wobei auch markt- und branchenspezifische Risiken eine Beachtung finden. Alle diese Risiken sollen hinsichtlich ihrer Ursachen, Auswirkungen und Eintrittswahrscheinlichkeiten beurteilt werden.¹¹ Da diese Analyse und Einschätzung von allen Clubs vorgenommen wird, kann in diesem Fall eine Untersuchung über die identifizierten Risiken stattfinden und eine Übersicht über die Risikoeinschätzung der Clubs erstellt werden.

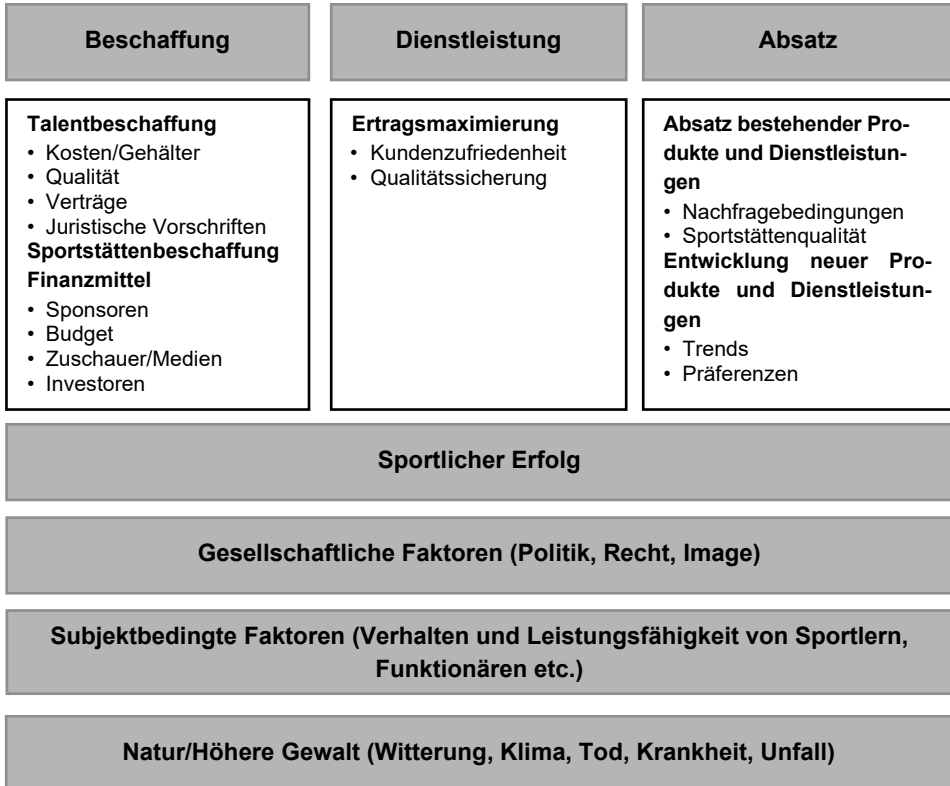
Zur besseren Darstellung sollen die einzelnen Risiken in verschiedene Kategorien eingeteilt werden. Hierbei wird der Einteilung von Huth gefolgt, der sich an der Entstehung von wirtschaftlichen Risiken entlang der Wertschöpfungskette bestehend aus den Bereichen Beschaffung, Dienstleistung und Absatz orientiert. Zusätzlich werden auch noch weitere relevante Faktoren mit Einfluss auf die

¹⁰ Vgl. Coenenberg et al. (2018), S. 945.

¹¹ Vgl. ebd., S. 947 und Bitz et al. (2014), S. 354

Wertschöpfungskette wie der sportliche Erfolg oder gesellschaftliche Faktoren berücksichtigt (siehe dazu Abbildung 2).¹²

Abbildung 2: Risikoquellen in Fußballunternehmen



Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Huth (2012), S. 50.

Insgesamt wurden von den Clubs mehr als achtzig Einzelrisiken identifiziert. Dabei konnten die meisten Risiken der *Beschaffungssituation* zugeordnet werden. Neben den Finanzierungsrisiken im Rahmen von Infrastrukturmaßnahmen in den Sportstätten oder Trainings- und Verwaltungseinrichtungen der Clubs, werden Risiken hinsichtlich der Talentbeschaffung und den damit verbundenen Kosten als größtes Wagnis genannt. Als ursächlich dafür gilt die derzeitige Entwicklung des Transfermarktes mit steigenden Transfersummen und Spielergehältern, die eine verbesserte Liquidität erfordern. Dies vor allem auch vor dem Hintergrund, dass in den europäischen Top-Ligen die Finanzkraft der Konkurrenzclubs weiter zunimmt, wodurch die Teilnahme an internationalen Wettbewerben zunehmend

¹² Vgl. Huth (2012), S. 49 ff.

das Risiko laufender Investitionen in den Spielerkader birgt, um die Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten.

Das größte Risiko in der Generierung von Finanzmitteln außerhalb der Spieltagerlöse liegt für viele Clubs in sinkenden Sponsoringeinnahmen in Folge von Finanz- oder Wirtschaftskrisen. Ursachen für die zurückgehenden Einnahmen können in der generellen wirtschaftlichen Situation von Partnerunternehmen liegen, wenn dort Werbebudgets vermindert werden, oder bedeutende Sponsoren ihr Engagement einstellen. Aber auch eine Sättigung des nationalen Sponsoringmarktes könnte zu Einnahmeeinbußen führen.

Ein weiteres Risiko liegt in der Vermarktungssituation der Bundesliga. Diese kann von den Clubs selbst nicht beeinflusst werden, da die Vermarktung der Medienrechte zentral durch die Liga erfolgt. Auch hier wird eine Sättigung des Marktes und daraus resultierende Einnahmeverluste von mindestens drei Clubs (TSG Hoffenheim, Borussia Dortmund, Hertha BSC Berlin) als Wagnis gesehen. In diesem Zusammenhang wurden auch Liquiditätsschwankungen durch die fixen Auszahlungstermine der TV-Gelder als Risiko eingestuft.

Hinsichtlich der *Ertragsmaximierung* aus der Durchführung der Fußballspiele haben die Attraktivität der Dienstleistung Fußballspiel und vor allem die sportliche Qualität einen großen Einfluss und implizieren daher hohe Risiken.¹³ Das bedeutendste Qualitätsrisiko ist in diesem Zusammenhang die Ligazugehörigkeit. Daher stellt für viele Clubs der sportliche Abstieg aus der Bundesliga eines der größten Risiken dar. Daneben wird auch die Lizenzerteilung oder ein Lizenzentzug und damit die Nichterfüllung der wirtschaftlichen Kriterien zur Erlangung der Lizenz als bestandsgefährdendes Risiko eingeschätzt. Dazu gehört auch das Risiko, die Vorgaben des Financial Fairplay der UEFA zu verfehlen und so von den Wettbewerben der UEFA trotz des Erreichens eines entsprechenden Qualifikationsplatzes ausgeschlossen zu bleiben. Neben der Teilnahme am nationalen Wettbewerb der Bundesliga werten einige Clubs auch das Nichterreichen internationaler Wettbewerbe als Risiko, da teilweise massive Einnahmeeinbußen damit verbunden wären. Dies gilt vor allem für Clubs, die regelmäßig an den Wettbewerben der UEFA teilnehmen. Im Gegensatz dazu stellt aus Sicht der Clubs, die nicht an internationalen Wettbewerben teilnehmen, die über die nachteilige Einnahmesituation entstehende wirtschaftliche Spreizung in der Liga ein großes Risiko dar. Durch die Chancenungleichheit entsteht eine zunehmende Konkurrenzsituation, die die Qualität des Wettbewerbs beeinträchtigen und sich negativ auf die Nachfragesituation auswirken kann.¹⁴ Hier entstehen wiederum Risiken

¹³ Vgl. Huth (2012), S. 51.

¹⁴ Vgl. Beck et al. (2022).

aus möglichen regulatorischen Eingriffen zum Ausgleich der Wettbewerbsfähigkeit durch die Liga.

Für den *Absatz* der Clubs spielen die Beschaffenheit und die Qualität der Spielstätte eine wichtige Rolle. So werden bauliche Mängel an den Stadien oder generell das Betriebsrisiko eines Stadions bspw. von Borussia Dortmund als Risiko eingestuft. Dazu kommen stadionbezogene negative Ereignisse, wo es hauptsächlich um Gewalt im Umfeld der Spiele, Gewaltbereitschaft im Stadion oder Fanausschreitungen mit den damit verbundenen Strafen, Umsatzeinbußen oder Imageverlusten geht. Mit Schalke 04 hat lediglich ein einziger Club das Risiko der Nichtdurchführbarkeit von Großveranstaltungen bedingt durch eine Pandemie als Risiko identifiziert, obwohl mehrere andere Clubs ihren Jahresabschluss und Lagebericht für das Jahr 2019 erst 2020 veröffentlicht haben und zu diesem Zeitpunkt gewisse Auswirkungen der COVID-19-Pandemie bereits absehbar waren.

Zu den weiteren relevanten Risikofaktoren zählt der *sportliche Erfolg*. Die Clubs sind sich bewusst, dass der sportliche Erfolg oder auch die sportliche Entwicklung nur bedingt planbar sind. Außerdem ist für die meisten Clubs eine große Abhängigkeit vom sportlichen Erfolg gegeben; eine Entkoppelung ist zwar grundsätzlich erstrebenswert, wird in der Praxis aber höchst selten erreicht. Diese Abhängigkeit wirkt sich in hohem Maße auf die Finanzplanung aus und es erfordert einen großen Aufwand, diese Unwägbarkeiten in der Finanzplanung abzubilden. Zusätzliche Risiken sind auch in der Abhängigkeit des sportlichen Erfolgs von der persönlichen Leistung der Lizenzspieler zu finden. Dies kann zu ungeplanten Liquiditätsabflüssen beim Ersatz von langfristig ausfallenden Spielern führen.

Gesellschaftliche Faktoren spielen ebenfalls eine große Rolle bei den identifizierten Risiken, da sie großen Einfluss auf die Rahmenbedingungen haben, unter denen die Fußballspiele stattfinden. Neben allgemeinen politischen und (volks-) wirtschaftlichen Entwicklungen im In- und Ausland, wie zum Beispiel dem „Brexit“ oder die technische und wirtschaftliche Entwicklung der Automobilindustrie, gibt es das Risiko der möglichen Gebühren für die Absicherung von Spielveranstaltungen (Polizeikostenerstattung von Risikospielen durch das Land Bremen). Eine aktuelle ökonomische Analyse kommt zu dem Ergebnis, dass die austragenden Clubs unter bestimmten Bedingungen durchaus an den anfallenden Polizeikosten zu beteiligen sind.¹⁵

Hinsichtlich der 50+1-Regel werden nur die rechtliche Absicherung dieser Regel und der daraus resultierende mögliche unregulierte Beteiligungsmarkt sowie

¹⁵ Vgl. Mause (2020).

mögliche Wettbewerbsnachteile durch clubspezifische Regelungen (satzungsbedingte Begrenzung der Anteilsveräußerung) als Wagnis erfasst.

Zusammenfassend lässt sich für die Risikoidentifikation und -einschätzung der Clubs sagen, dass kein Club Risiken für dauerhafte oder bestandsgefährdende Entwicklungen sieht. Zudem betrachten die meisten Clubs viele der Risiken als nicht beeinflussbar, was gerade vor den Hintergrund der Probleme im Zusammenhang mit der COVID-19-Pandemie aus heutiger Sicht von einer gewissen Kurzsichtigkeit zeugt. Auch wenn Risiken nicht beeinflussbar sind, so kann ein Unternehmen sich zumindest dagegen absichern.

5.5 Fazit, Diskussion und Ausblick

Neben einer allgemeinen Auswertung wurden zwei Pflichtangaben der Lageberichte detaillierter überprüft: zum einen die Bewertung der gesamtwirtschaftlichen und branchenbezogenen Rahmenbedingungen und zum anderen die von den Clubs im Rahmen des Risikoberichts identifizierten Risiken. Während die Clubs einerseits die Entwicklung des professionellen Fußballs unter Hinweis auf die jährlich erzielten Umsatzrekorde als losgelöst von der übrigen Wirtschaftsentwicklung sehen, sind sie sich der Grenzen dieses Wachstums bewusst. Dennoch untermauern nur wenige Clubs ihre Einschätzungen der zukünftigen Entwicklung mit Daten von Wirtschaftsinstituten. Branchenspezifische Bedingungen werden eher auf europäischer Ebene gesehen, wenn sich durch die Entwicklungen der anderen Top-Ligen aus England, Spanien und Italien die Bedingungen auf dem Transfermarkt verschärfen und wenn durch die Teilnahme an den internationalen Wettbewerben der UEFA die Einnahmesituation der regelmäßig dafür qualifizierten Clubs zum wirtschaftlichen Ungleichgewicht in der DFL zunehmend beiträgt. Gerade die Haltung, von der allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklung losgelöst agieren zu können, erscheint vor dem Hintergrund der COVID-19-Pandemie nahezu arrogant und kurzsichtig, zumal von mehreren Clubs auch wirtschaftliche Schwierigkeiten von Sponsoren oder anderen Partnern als enormes Risiko für die Generierung von Finanzmitteln gesehen werden.

Die Analyse der Risikosituation der Bundesligisten greift einige der bereits bei den wirtschaftlichen Bedingungen identifizierten Punkte auf. Vor allem mit der Beschaffung von geeigneten Spielern und Trainern sind viele Risiken verbunden. Dies kann einerseits die Gefahr eines Fehleinkaufes sein, aber auch die Entwicklung der Spielergehälter und der Transfersummen, die wiederum zu Liquiditätsproblemen führen können. Die Qualität und das Leistungsvermögen der Spieler und Trainer stellen die wichtigsten Steuerungsgrößen für den sportlichen Erfolg

dar, der jedoch so gut wie nicht geplant und vorhergesagt werden kann. Die sich daraus ergebende Abhängigkeit des wirtschaftlichen Erfolgs vom sportlichen Erfolg ist für die Clubs eines der größten Risiken, das nur unzureichend geplant und kontrolliert werden kann.

Vor dem Hintergrund der COVID-19-Pandemie und deren massiven Auswirkungen auf die DFL wäre eine weitergehende Untersuchung der Jahresabschlüsse und Lageberichte für die nachfolgenden Spielzeiten ein weiteres Forschungsprojekt, um die Entwicklung der Bundesligisten zu verfolgen. Zumal die Analyse der Lageberichte auch über einen längeren Zeitraum erfolgen sollte, damit sich aus der Momentaufnahme einer einzelnen Saison ein wesentlich differenziertes Bild ergibt. Die fehlende Betrachtung im Zeitablauf stellt neben der unvollständigen Branchenanalyse eine der Limitierungen des vorliegenden Beitrags dar. Dazu gehören auch der relativ große zeitliche Abstand zwischen Saisonende und Veröffentlichung der entsprechenden Jahresabschlüsse und Lageberichte oder die uneinheitlichen, nicht an den Spielsaisons orientierten Geschäftsjahre, wodurch die Ergebnisse der Lageberichtsanalyse vom aktuellen Geschehen in der Liga meist längst überholt sind.

Die erste Untersuchung dieser Art zeigt das Potenzial der qualitativen Analyse von Lageberichten als Ergänzung zur quantitativen Analyse auf. Das zentrale Problem liegt in der unzureichenden Datenqualität bzw. in deren lückenhafter Verfügbarkeit. In einem nächsten Schritt wäre die Ausweitung des Forschungsprojekts auf andere Länder möglich, um einen internationalen Vergleich zu ermöglichen. Hierbei ist allerdings zu beachten, dass Lageberichte nicht in allen Rechnungslegungswerken verlangt werden und auch IFRS nur einen optionalen Management Commentary kennt.

Literaturverzeichnis

- Beck, H. / Prinz, A. / van den Burg, T. (2022): The league system, competitive balance, and the future of European football, in: *Managing Sport and Leisure Online first*, DOI: 10.1080/23750472.2022.2137056.
- Bitz, M. / Schneeloch, D. / Wittstock, W. / Patek, G. A. (Hg.) (2014): *Der Jahresabschluss. Nationale und internationale Rechtsvorschriften, Analyse und Politik. 6., überarbeitete und erweiterte Auflage.* München: Verlag Franz Vahlen (Vahlers Handbücher der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften).
- Brösel, G. / Schult, E. (2017): *Bilanzanalyse. Unternehmensbeurteilung auf der Basis von HGB- und IFRS-Abschlüssen. 16., neu bearbeitete Auflage (ES-Vbasics).*
- Coenenberg, A. G. / Haller, A. / Schultze, W. (2016): *Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse. Betriebswirtschaftliche, handelsrechtliche, steuerrechtliche und internationale Grundlagen – HGB, IAS/IFRS, US-GAAP, DRS. 24., überarbeitete Auflage.* Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag.
- Deutscher Rechnungslegungs Standard (DRS) (2012): Nr. 20.
- Drewes, Michael (2019): Widersprüchlichkeiten bei der Aktivierung von Spielerwerten im Berufsfußball nach dem HGB, in: *BC Zeitschrift für Bilanzierung, Rechnungswesen und Controlling*, Jg. 43/2019, Nr. 10, S. 491–496.
- Hackenberger, J. (2008): *Professionelle Fußballspieler in der internationalen Rechnungslegung. Eine ökonomische Analyse.* Frankfurt/Main: Peter Lang.
- Hierl, L. M. / Weiß, R. (2015): *Bilanzanalyse von Fußballvereinen. Praxisorientierte Einführung in die Jahresabschlussanalyse. 2. Auflage.* Wiesbaden: Springer Gabler.
- Huth, C. (2011): *Derivate im Risikomanagement von Fußballunternehmen.* Zugl.: Köln, Dt. Sporthochschule, Diss., 2011. 1. Aufl., 2012. Wiesbaden: Gabler Verlag / Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH Wiesbaden.
- Küting, P. / Strauß, M. (2020a): SARS-CoV-2: Anstoß für Wege ins fußballerische Abseits? – zur Erfolgs- und Liquiditätskrise sowie deren (potenzieller) Überwindung im Profifußball (Teil 1). In: *Zeitschrift für Internationale und kapitalmarktorientierte Rechnungslegung*, Nr. 09/2020, S. 391–399.

- Küting, P. / Strauß, M. (2020b): SARS-CoV-2: Anstoß für Wege ins fußballerische Abseits? – zur Erfolgs- und Liquiditätskrise sowie deren (potenzieller) Überwindung im Profifußball (Teil 2). In: Zeitschrift für Internationale und kapitalmarktorientierte Rechnungslegung, Nr. 10/2020, S. 446–457.
- Küting, P. / Weber, C.-P. / Küting, K. (2015): Die Bilanzanalyse. Beurteilung von Abschlüssen nach HGB und IFRS. 11., überarb. Aufl.
- Littkemann, J. / Oldenburg-Tietjen, F. / Hahn, T. (2014): Hamburger Sportverein e. V. – quo vadis? Eine Analyse der wirtschaftlichen Lage. In: Sciamus – Sport und Management (4), S. 1–16.
- Ludwigs, M. (2022): Bilanzierung von Spielerwerten im deutschen Profi-Fußball – Eine kritische Analyse der handelsrechtlichen Vorschriften. In: Junior Management Science, 7 (4), S. 1147–1163.
- Mause, K. (2020): Fußballspiele, Polizeieinsätze und Steuerzahler: Ökonomische Anmerkungen zur Polizeikosten-Debatte. In: List Forum für Wirtschafts- und Finanzpolitik, 45, S. 423–440.
- Stadtmann, G. / Weigand, J. / Wissmann, M. (2004): Borussia Dortmund in der Kritik – „Wichtig ist nicht nur auf dem Platz“. In: Sport und Gesellschaft 1 (2), S. 145–164.
- Weber, C. (2017): Besonderheiten der Bilanzanalyse von Profifußballclubs. In: Der Konzern (6), S. 285–295.
- Weber, C. (2020): Auswirkungen des Coronavirus SARS-CoV-2 auf die Rechnungslegung und Lizenzierung im deutschen Profifußball. In: Zeitschrift für Internationale und kapitalmarktorientierte Rechnungslegung, Nr. 09/2020, S. 320–327.
- Woratschek, H. (2004): Kooperenz im Sportmanagement – Eine Konsequenz der Wertschöpfungslogik von Sportwettbewerben und Ligen. In: Zieschang, K. (Hrsg.): Kooperenz im Sportmanagement. Schorndorf: Hofmann. S. 9–29.

***Der Einfluss von Playoffs auf den
Wettbewerbsausgang und deren Eignung für die
Fußball-Bundesliga. Eine fallbezogene Analyse***

Sebastian Faulstich / Frank Daumann

Autorenkontakt

Dr. Sebastian Faulstich

E-Mail: info@faulstich-beratung.de

Abstract

Der Beitrag geht der Frage nach, ob Playoffs ein geeignetes Mittel zur Meisterschaftsentscheidung sind. Dazu wird die Wettbewerbsintensität in der Bundesliga inklusive der Konzentration der Meistertitel und der Teilnahme bestimmter Klubs in der Top3- und Top6-Gruppe sowie mittels der Sieg-, Unentschieden- und Niederlagenquoten in verschiedenen Tabellensegmenten analysiert. Dabei zeigt sich, dass der Serienmeister auch gegen andere Topteams zunehmend mehr Ligaspiele gewinnt, was nahe legt, dass dies auch in den Playoffs so sein würde. Aufbauend auf diesen Befund, der eher gegen die Einführung von Playoffs spricht, werden mehrere Fallbeispiele europäischer Ligen mit Playoffs sowie der DFB-Pokal hinsichtlich des Einflusses der Playoffs analysiert, um die Sieg- bzw. Meisterschaftsquote schwächerer Teams zu verbessern. Hierbei zeigt sich ein eindeutiges Bild: In allen untersuchten Wettbewerben setzen sich mehrheitlich die besten Teams der Vorrunde auch in den Playoffs durch, weswegen die Playoffs weniger der sportlichen Vielfalt dienen, sondern vielmehr ein zusätzliches Vermarktungs-Vehikel zu sein scheinen.

Der Beitrag schließt mit einigen Gedanken zum Einfluss der Playoffs auf die Spielstärke der Teams.

Inhalt

Abstract.....	120
Abbildungsverzeichnis.....	122
Tabellenverzeichnis.....	122
Abkürzungsverzeichnis.....	122
6.1 Einleitung.....	123
6.2 Befunde Bundesliga.....	123
6.2.1 Konzentration der Meisterschaften und Klubs in den Top-Rängen..	124
6.2.2 Verteilung Sieg, Niederlage, Unentschieden.....	125
6.3 Playoffs.....	128
6.3.1 Österreich.....	129
6.3.2 Belgien.....	131
6.3.3 Polen.....	133
6.3.4 DFB-Pokal.....	134
6.4 Diskussion.....	136
Literaturverzeichnis.....	142

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Anzahl Meisterteams, Teams in Top3 & Top6-Gruppe in 5-Jahresperioden	125
Abbildung 2:	Siegquoten je Tabellensegment	126
Abbildung 3:	Unentschiedenquoten je Tabellensegment	127
Abbildung 4:	Niederlagenquoten je Tabellensegment.....	128
Abbildung 5:	Tabellenplatzverteilung Bundesliga Österreich	130
Abbildung 6:	Anzahl Playoff-Teilnahmen in belgischer Topliga in 13 Saisons 2009/10 bis 2021/22	132
Abbildung 7:	Sieghäufigkeit des besserplatzierten Teams im DFB-Pokal Saison 2004/05 bis 2021/22.....	135
Abbildung 8:	Siege je Pokalrunde des besserplatzierten Teams im DFB-Pokal Saison 2004/05 bis 2021/22.....	136

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Playoffbedingte Tabellenveränderungen in der ADMIRAL Bundesliga Österreich	131
Tabelle 2:	Playoffbedingte Tabellenveränderungen in der belgischen Jupiler Pro League	133
Tabelle 3:	Playoffbedingte Tabellenveränderungen in der polnischen Ekstraklasa	134

Abkürzungsverzeichnis

DFB	Deutscher Fußball-Bund
FC	Fußballclub
KO	Knock out
Pkt.	Punkt(e)
UOH	Uncertainty-of-Outcome-Hypothesis
z. n.	zitiert nach

6.1 Einleitung

In den letzten 23 Saisons spielten 38 verschiedene Klubs in der ersten Fußball-Bundesliga, von denen lediglich fünf den Meistertitel erringen konnten. In diesem Zeitraum sticht der FC Bayern München hervor, der 17 Titel und davon zehn in Serie für sich gewinnen konnte. In diesem Zusammenhang stellt sich die Frage, ob zehn Meisterschaften des FC Bayern in Folge Ausdruck einer zunehmend langweiligeren Bundesliga sind und falls ja, ob Playoffs ein geeignetes Mittel darstellen, dieses potenzielle Manko zu beheben.

Hierzu wird im Folgenden zuerst die Konzentration der Meisterschaften und Spielausgänge in der Fußball-Bundesliga analysiert (Kapitel 2), bevor Ligen mit und ohne Playoffs bzgl. der Meisterschaftskonzentration miteinander verglichen werden (Kapitel 3). Da der Playoff-Modus weder von den Befürwortern noch von den Gegnern bislang genauer spezifiziert oder medial diskutiert wurde, werden europäische Ligen mit unterschiedlichen Playoff-Modi und der DFB-Pokal vorgestellt. Es werden die Auswirkungen dieser unterschiedlichen Gestaltungsformen auf die Liga und deren Ausgeglichenheit untersucht. Der Beitrag schließt mit einer Empfehlung bzgl. der Einführung von Playoffs in der Fußball-Bundesliga.

6.2 Befunde Bundesliga

Um eine verlässliche Aussage darüber treffen zu können, wie es um die Wettbewerbsintensität innerhalb des Top-Segments¹ der Fußball-Bundesliga steht, wird diese zunächst analysiert. Dazu werden die Konzentration der Meistertitel² und die Partizipation in der Top3-Gruppe³ sowie die Verteilung von Siegen, Unentschieden und Niederlagen innerhalb der verschiedenen Tabellensegmente – hier Meister, Vizemeister, Champions-League-Qualifikanten und Europa-League-Qualifikanten – miteinander verglichen, da sie für die Auswahl der Playoff-Teilnehmer relevant wären.

¹ Da die Einführung von Playoffs lediglich für die erweiterte Tabellenspitze relevant ist, beschränken sich die Analysen weitestgehend auf Selbige.

² Vgl. Goossens (2006), S. 117.

³ Vgl. ebd., S. 99 z. n. Owen (2014), S. 52, Buzzacchi et al. (2003).

6.2.1 Konzentration der Meisterschaften und Klubs in den Top-Rängen

Zur Beschreibung der Entwicklung ist es sinnvoll den Gesamtzeitraum (1999–2022; 23 Saisons) in mehrere 5-Jahresperioden zu zerlegen.⁴ Die letzten drei Saisons werden dabei ausgelassen, da diese noch keinen eigenen Fünf-Jahreszeitraum bilden. Hierbei zeigt sich bereits, dass der FC Bayern in den ersten drei Perioden jeweils in drei der fünf Saisons die Meisterschaft gewann und in der letzten Periode in jeder Saison. Zudem haben nur fünf der insgesamt 38 teilnehmenden Klubs mindestens einmal die Meisterschaft gewonnen (FC Bayern (17), Borussia Dortmund (3), Werder Bremen, VfB Stuttgart und VfL Wolfsburg (jeweils 1)).

Wird der Blick auf die fünf bzw. sechs bestplatzierten Teams jeder Saison erweitert zeigt sich,

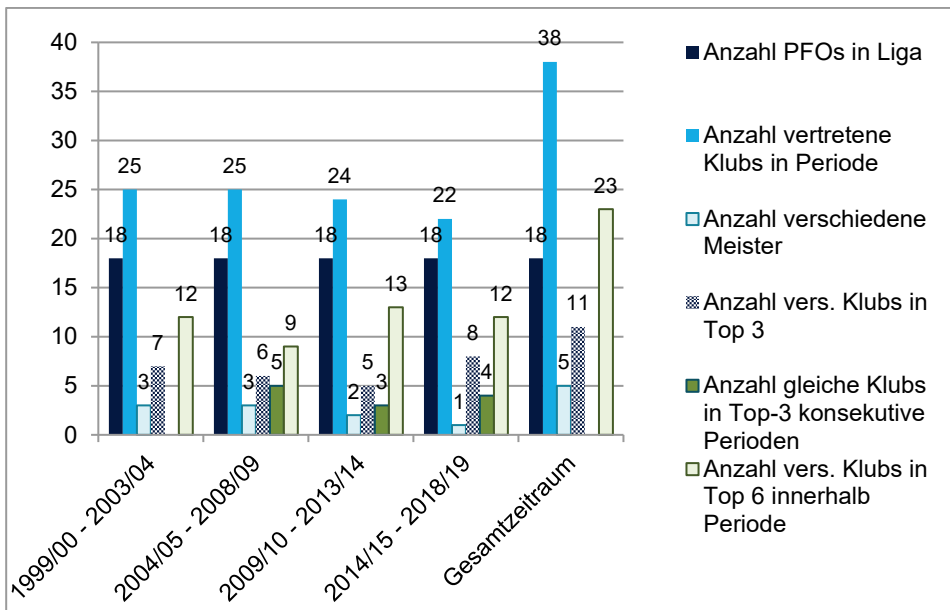
- dass die Anzahl der Teams, die in den einzelnen 5-Jahresperioden kumuliert in der 1. Bundesliga vertreten waren, von Periode zu Periode sinkt. Ursächlich dafür scheinen die Ressourcenunterschiede zwischen den Ligen zu sein, was dazu führt, dass die abgestiegenen Erstligisten schnell wieder aufsteigen, während Klubs, die bereits länger in der zweiten Liga spielen, abnehmende Aufstiegschancen haben.⁵
- dass die Anzahl der Teams in der Top-3-Gruppe besonders in der letzten Periode stark angestiegen ist. Ebenso hat sich die Anzahl derer erhöht, die in konsekutiven Perioden der Top3-Gruppe angehören. Ursächlich dafür ist die Dominanz des FC Bayern und des BVBs sowie der Austausch der Klubs innerhalb der Top3-Gruppe hin zu finanzkräftigen Klubs wie RB Leipzig, während frühere Top-Klubs wie der FC Schalke 04, Werder Bremen, der Hamburger Sportverein und Borussia Mönchengladbach starke Tabellensprünge erleben und in konsekutiven Saisons sowohl auf den internationalen als auch auf den Abstiegsplätzen zu finden sind.
- dass von den 38 Klubs, die im Untersuchungszeitraum in der ersten Liga spielten, 23 Klubs mindestens einmal am Saisonende unter den Top6 platziert waren. Innerhalb eines 5-Jahreszeitraums sind dies im Mittel etwa 12 Klubs. Von diesen 12 Klubs gehörten 7 bzw. 8 Klubs in konsekutiven Perioden dieser Gruppe an. Dies deutet auf verfestigte Strukturen im oberen

⁴ Vgl. Goossens (2006), S. 99 z. n. Owen (2014), S. 52, Buzzacchi et al. (2003).

⁵ Vgl. Frick / Wallbrecht (2012), S. 373, 378 ff.

Tabellendrittel hin und legt den Schluss nahe, dass nach Einführung der Playoffs, mit Abstrichen, immer die gleichen Teams daran teilnehmen werden.

Abbildung 1: Anzahl Meisterteams, Teams in Top3 & Top6-Gruppe in 5-Jahresperioden



6.2.2 Verteilung Sieg, Niederlage, Unentschieden

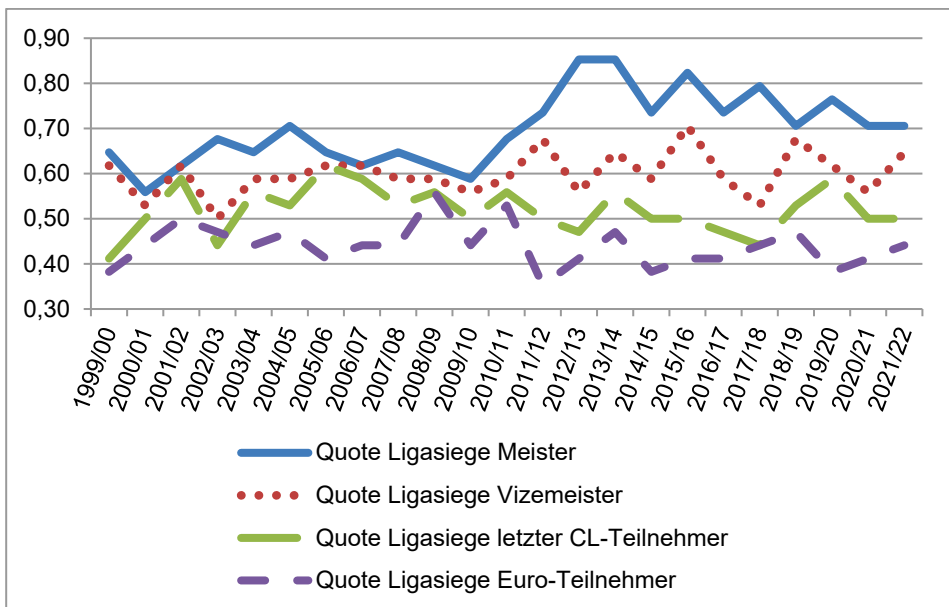
Wenn die teilnehmenden Teams bereits im Vorfeld festzustehen scheinen, stellt sich die Frage, inwieweit innerhalb der einzelnen Spiele mit Underdog-Siegen⁶ zu rechnen ist?

Die Daten (Abbildung 2) zeigen in der ersten Hälfte des Untersuchungszeitraums ähnliche Siegquoten innerhalb der Top3-Gruppe. In der zweiten Hälfte steigt die Siegquote des Meisters stark an, während die Siegquote des Vizemeisters im Trend der zweiten Zehn-Jahreshälfte nur leicht ansteigt und dabei großen Schwankungen unterworfen ist. Die Siegquote des letzten Champions-League-Teilnehmers, also des Tabellenvierten, ist im Zehn-Jahrestrend sogar fallend.

⁶ Underdog meint hier schlechter platzierte Teams der Round Robin.

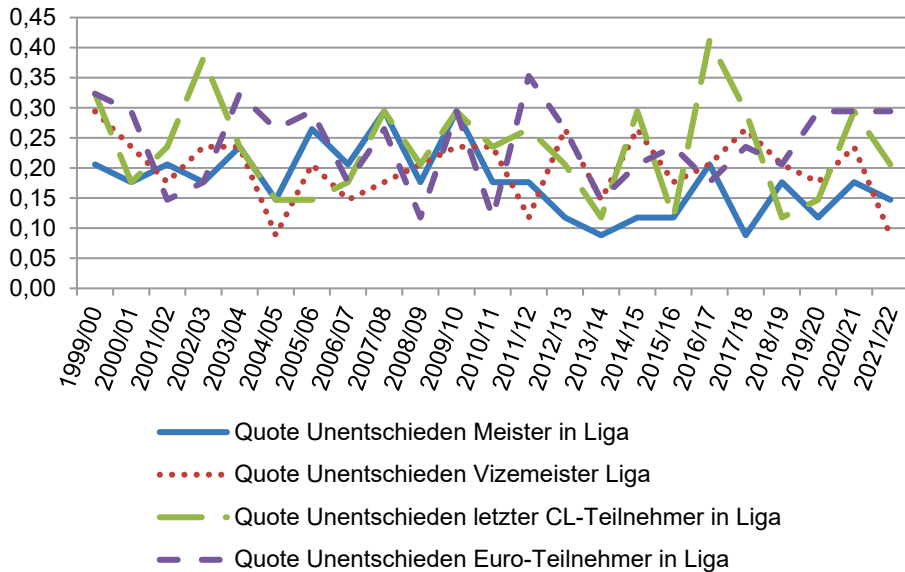
Das heißt, dass der Punktevorsprung des Meisters aus einem zunehmenden Plus an Siegen resultiert, während die restlichen Teams der Top-Gruppe auf ihrem Niveau stagnieren, bzw. sogar weniger Siege als früher erzielen. Das deutet daraufhin, dass der Meister und Vizemeister auch gegen die direkten Konkurrenten im oberen Tabellendrittel mehr Siege erzielen könnten. Um dieser Vermutung nachzugehen, werden im Kapitel 3 u. a. die Ergebnisse der im KO-Modus stattfindenden DFB-Pokal-Spielrunden analysiert.

Abbildung 2: Siegquoten je Tabellensegment

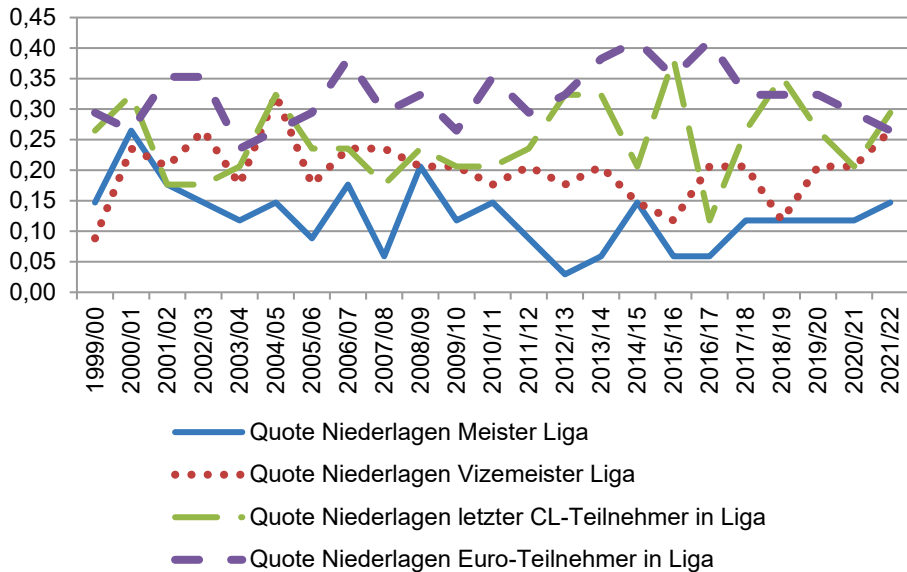


Dieser Eindruck verstärkt sich in der Analyse der Unentschieden- und Niederlagen-Quote. Demnach kann die verminderte Siegquote der Verfolger durch mehr Unentschieden erklärt werden, was darauf hindeutet, dass der Wettbewerb an der Grenze zwischen den Tabellendritteln zugenommen hat.

Abbildung 3: Unentschiedenquoten je Tabellensegment



Die Daten zeigen zudem eine abnehmende Anzahl an Niederlagen des Meisters und Vizemeisters, wobei sich beide Kurven in jüngster Zeit etwas annähern. Die Niederlagenquote des letzten Champions-League-Qualifizierten ist auf einem stabilen Niveau, während die Euro-League-Teilnehmer mehr Niederlagen erleiden und deswegen im Kampf um die Spitzenplätze zurückfallen und der Wettbewerb zwischen erweiterter Spitzengruppe und Tabellenmittelfeld wächst.

Abbildung 4: Niederlagenquoten je Tabellensegment

Während die Anzahl der Titelaspiranten sehr begrenzt ist, bemüht sich eine große und sehr volatile Gruppe um die internationalen Startplätze (zukünftige Playoff-Plätze), was dazu führt, dass einzelne Klubs in konsekutiven Spielzeiten sowohl in der Champions-League als auch im Abstiegskampf vertreten sein können. Zudem ist die Tendenz zu beobachten, dass sich die Champions-League-Teilnehmer von den Euro-League-Teilnehmern absetzen, sodass auch hiermit erwartbaren Ergebnissen zu rechnen ist.

6.3 Playoffs

Nachdem der Ist-Stand der Bundesliga aufbereitet wurde und dieser auf den ersten Blick nicht darauf hindeutet, dass Playoffs den Saisonausgang merklich verändern könnten, wird nun der Blick auf die österreichische, belgische und polnische Profiligen gerichtet, die bereits Playoffs eingeführt haben.⁷ Dazu werden Wettbewerbe mit und ohne Play-off-Modus bezüglich der Konzentration der Meisterschaften und der Teilnahme der gleichen Teams in den Playoffs in konsekutiven Saisons verglichen. In diesem Zusammenhang wird analysiert, ob

⁷ Im Fall von Polen wurden die Playoffs inzwischen wieder abgeschafft und die Liga vergrößert.

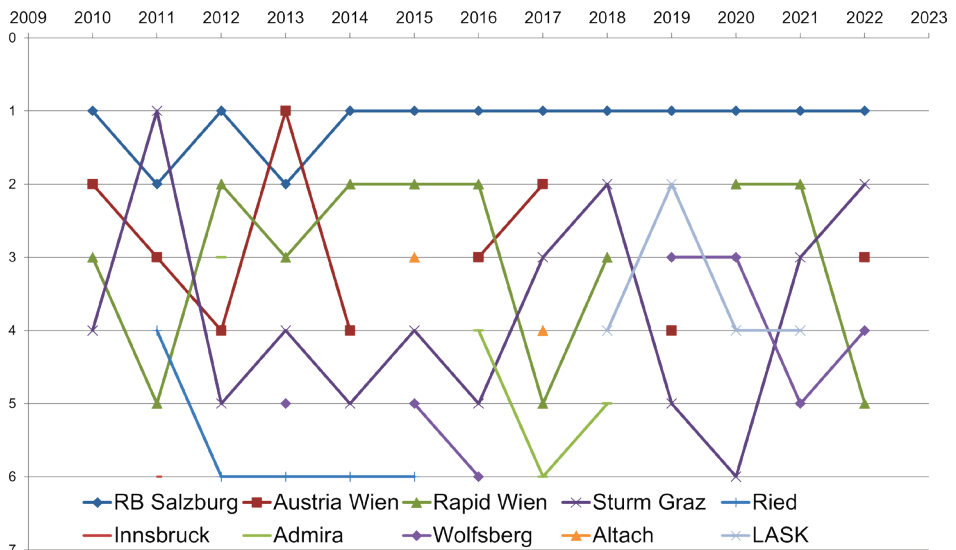
und unter welchen Bedingungen Playoffs die Rangfolge in der Round-Robin verändern können.

6.3.1 Österreich

Die österreichische Liga besteht aus 12 Teams, die unter Anwendung der 3-Pkt.-Regel pro Saison zweimal gegeneinander antreten, woraus sich 22 Spieltage ergeben. Im Anschluss daran werden die Punkte halbiert und die besten sechs Teams spielen erneut unter Anwendung der 3-Pkt.-Regel zweimal gegeneinander. Die Punkte der regulären Saison und der Playoffs werden addiert, wodurch die Wertigkeit der Playoffs gesteigert wird. Dennoch können große Vorsprünge der regulären Saison nur selten aufgeholt werden und die Ermittlung des Meisters über die Punktwertung garantiert keine Spannung bis zum letzten Spieltag. Dennoch sorgt der Modus dafür, dass kein Team in der Vorrunde mit 'Halbgas' spielen kann, da die Rückstände in die Meisterrunde übertragen werden.

Die Ergebnisse der Analyse zeigen zudem, dass die Einführung der Playoffs zur Saison 2018/19 seither keinen Einfluss auf den Meister hatte. In den beobachteten neun Saisons vor der Playoff-Einführung gewann RB Salzburg sieben Mal die Meisterschaft, davon fünf Jahre in Folge direkt vor der Einführung. Nach Einführung der Playoffs gewann RB Salzburg in jedem Jahr die Meisterschaft.

Abbildung 5: Tabellenplatzverteilung Bundesliga Österreich



Es fällt auf, dass die Playoffs in der österreichischen Liga meist die Kräfteverhältnisse der Vorrunde verstetigen und Veränderungen meist nicht an der direkten Spitze stattfinden (Tabelle 1). Hierfür scheinen zwei Ausgestaltungsmerkmal der Playoffs verantwortlich zu sein: Die Mitnahme der Hälfte der Punkte aus der Vorrunde in die Playoff-Runde und die Anzahl der Spiele in derselben. Zum einen erzielen die Spitzenteams in der Vorrunde einen großen Punktevorsprung, so dass selbst nach Halbierung immer noch ein größerer Abstand zu den Verfolgern erhalten bleibt. Zudem reichen die zehn Spieltage der Meisterrunde oftmals nicht aus, um den Punkterückstand gegenüber dem Spitzenteam aus der Round-Robin aufzuholen. So konnte sich in den vier betrachteten Saisons dreimal der Vorrundensieger auch die Meisterschaft sichern.

Dies lässt vermuten, dass offenbar die Playoffs in der österreichischen Bundesliga zumindest im Kampf um die Meisterschaft keine wesentliche Erhöhung der Spannung erzeugen.

Tabelle 1: Playoffbedingte Tabellenveränderungen in der ADMIRAL Bundesliga Österreich

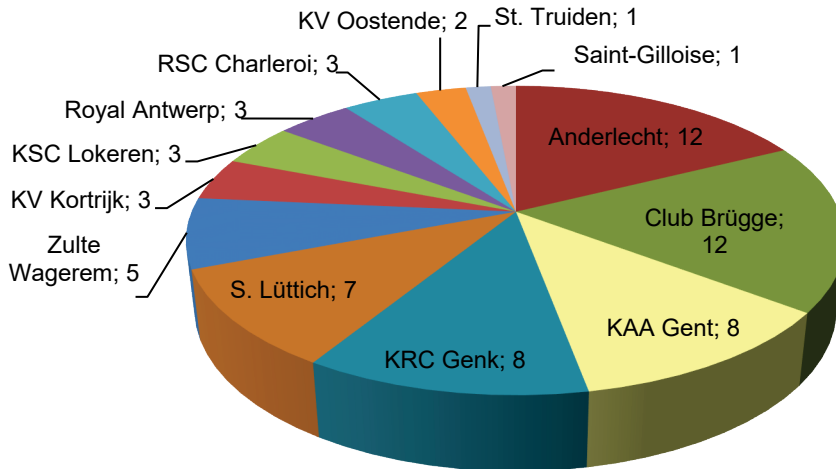
	2018/19		2019/20		2020/21		2021/22	
Platzierung	Vor-runde	Meister-runde	Vor-runde	Meister-runde	Vor-runde	Meister-runde	Vor-runde	Meister-runde
1	RB Salzburg		LASK	RB Salzburg	RB Salzburg		RB Salzburg	
2	LASK		RB Salzburg	R. Wien	R. Wien		S. Graz	
3	S. Graz	Wolfs-berg	R. Wien	Wolfs-berg	LASK	S. Graz	Wolfs-berg	A. Wien
4	Wolfs-berg	A. Wien	Wolfs-berg	LASK	S. Graz	LASK	A. Wien	Wolfs-berg
5	A. Wien	S. Graz	S. Graz	Hartberg	Wolfsberg		R. Wien	
6	St. Pölten		Hartberg	S. Graz	Tirol		Klagenfurt	

6.3.2 Belgien

Die belgische Liga bestand im Untersuchungszeitraum aus 16 bzw. 18 Teams (Saison 2009/10 bis 2019/2020 Teams, seit 2021/22 18 Teams), die unter Anwendung der 3-Pkt.-Regel pro Saison zweimal gegeneinander antreten. Im Anschluss daran werden die Punkte halbiert und die besten sechs, bzw. inzwischen die besten vier Teams spielen erneut unter Anwendung der 3-Pkt.-Regel zweimal gegeneinander. Die Punkte der regulären Saison und der Playoffs werden addiert. Da der Spielmodus im Untersuchungszeitraum mehrfach geändert wurde, sind die Aussagen unter Vorbehalt zu interpretieren. So variierte bspw. die Anzahl der Teams, wodurch auch die Anzahl der Spieltage variierte. Die Meisterrunde wurde zeitweise mit vier bzw. mit sechs Teams ausgespielt, bzgl. der Rangfolge bei Punktgleichheit wurde zwischen der Tordifferenz und der Anzahl der Siege gewechselt.

Die Ergebnisse zeigen im Untersuchungszeitraum vier verschiedene Meisterklubs und keine Dominanz eines einzelnen Teams über einen längeren Zeitraum. Dennoch nehmen die größeren Klubs häufiger an den Playoff teils, wie die nachfolgende Abbildung zeigt.

Abbildung 6: Anzahl Playoff-Teilnahmen in belgischer Topliga in 13 Saisons 2009/10 bis 2021/22



Die Auswirkungen der Playoffs auf die Rangveränderungen sind überschaubar und nehmen in jüngster Zeit ab. Ursächlich hierfür könnte die Vergrößerung der Liga sein, wodurch die Anzahl der schwachen Teams und auch die Anzahl der Vorrundenspiele gestiegen ist. Zudem wurde die Meisterrunde von sechs auf vier Teilnehmer verkleinert, was zur Folge hat, dass die größeren Punktabstände nun in weniger Spielen aufgeholt werden müssen und damit weniger Rangveränderungen stattfinden.

Tabelle 2: Playoffbedingte Tabellenveränderungen in der belgischen Jupiler Pro League

Saison	2009/ 10		2010/ 11		2011/ 12		2012/ 13		2013/ 14		2014/ 15		2015/ 16		2016/ 17		2017/ 18		2018/ 19		2019/ 20		2020/ 21		2021/ 22	
Runde	V ⁸	P	V	P	V	P	V	P	V	P	V	P	V	P	V	P	V	P	V	P	V	P	V	P	V	P
Platz- ierung	1	1	3	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	
	2	3	2	1	2	2	2	3	2	1	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	1
(Spalte V = Vor- runde; Spalte P = Play- off)	3	2	3	5	3	4	3	5	3	1	3	3	2	3	6	3	6	3	3	3	3	3	3	4	3	
	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4	6	4	4	4	4	2	4	4		
	5	4	5	6	5	3	5	6	5	5	6	5	4	5	4	5	5	5	5							
	6	6	2	6	6	4	6	6	5	6	6	5	6	5	6	2	6	4	6							

6.3.3 Polen

Die polnische Topliga spielte bis zur Saison 2019/20 mit Playoffs. Hierbei spielten die 16 Teams der ersten Liga unter Anwendung der 3-Pkt.-Regel pro Saison zweimal gegeneinander, woraus sich 30 Spieltage ergaben. Im Anschluss daran spielten die am besten platzierten acht Teams nochmals gegeneinander, sodass die Saison insgesamt aus 37 Spieltagen bestand. Die Punkte der Vorrunde blieben erhalten und wurden mit den Punkten der Meisterrunde addiert. Trotz dieses offensichtlichen Vorteils des Vorrunden-Meisters änderte sich die Rangfolge infolge der Playoffs sehr häufig, auch wenn Legia Warschau mit fünf Meistertiteln in sieben Saisons dominiert. Nach der Saison 2019/20 wurden die Playoffs abgeschafft und die Liga zur Saison 2021/22 auf 18 Teams vergrößert. Daraus könnte gefolgert werden, dass die Playoffs weniger der Spannungsgenerierung als vielmehr der Erhöhung der Anzahl der zu vermarktenden Spiele galten.

⁸ V = Vorrunde/ Reguläre Saison; P = Playoffs

Tabelle 3: Playoffbedingte Tabellenveränderungen in der polnischen Ekstraklasa, Punktehalbierung nach Vorrunde bis einschließlich Saison 2016/17

Saison	2013/14		2014/15		2015/16		2016/17		2017/18		2018/19		2019/20	
Modus	V	P	V	P	V	P	V	P	V	P	V	P	V	P
1	1		1	2	1		1	2	1	3	1	3	1	
2	2		2	1	2		2	1	2		2		2	3
3	3		3		3	6	3	4	3	1	3	1	3	5
4	4	7	4		4	3	4	3	4	5	4		4	2
5	5		5	6	5	4	5	6	5	4	5	6	5	7
6	6	8	6	7	6	7	6	8	6	8	6	5	6	
7	7	6	7	8	7	5	7		7	6	7		7	8
8	8	4	8	5	8		8	5	8	7	8		8	4

Nachdem drei Ligen mit Playoffs vorgestellt wurden, ergibt sich kein eindeutiges Bild. Playoffs scheinen nur bedingt geeignet, die Spannung um die Meisterschaft zu erhöhen, wobei der Grad des Playoff-Einflusses stark von dessen Modus und dem Modus der Vorrunde abzuhängen scheint. Hier zeigt sich, je mehr Spieltage die Vorrunde hat, je mehr Punkte aus der Vorrunde in die Playoffs übertragen werden und je weniger Spieltage die Playoffs haben, desto geringer ist der Einfluss der Playoffs auf die Meisterschaft.

6.3.4 DFB-Pokal

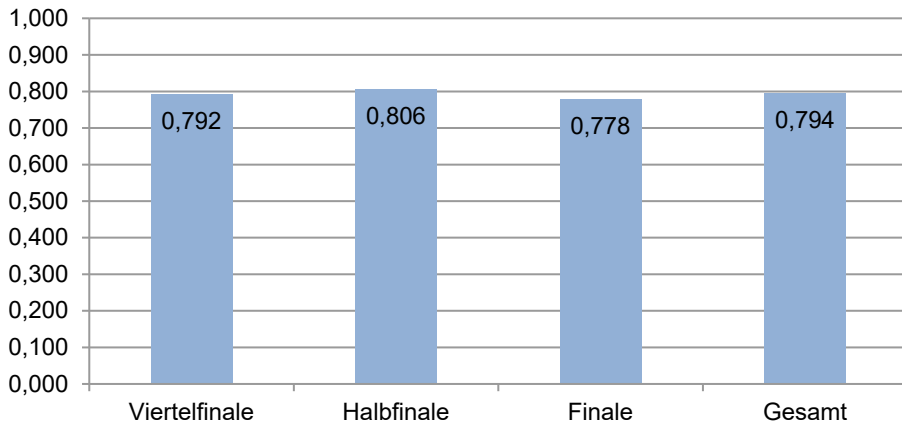
Da wir in Deutschland in Form des DFB-Pokals quasi bereits über Playoffs im KO-Modus verfügen, scheint es lohnenswert, einen Blick darauf zu werfen. Die Ergebnisse des DFB-Pokals wurden ab dem Viertelfinale der letzten 18 Jahre analysiert. Es zeigt sich, dass die Titelkonzentration im DFB-Pokal geringer als in der Bundesliga ist, jedoch zeigt sich auch, dass in ca. 80 Prozent der Fälle (100 von 126 Spielen⁹) das Team gewinnt, das zum Zeitpunkt des Spiels in der Tabelle besser platziert ist (Abbildung 7). In drei Saisons setzte sich in allen untersuchten Spielen jeweils das in der Liga besser platzierte Team durch. Im

⁹ 4 Viertelfinals, 2 Halbfinals, ein Finale = 7 Spiele pro Saison = 7 Beobachtungen.

Detail heißt dies, dass die Mehrheit der besser platzierten Teams das Viertelfinale übersteht (57 von 72 Beobachtungen) und dass bei 36 Halbfinalbeobachtungen 29-mal das zum Spieldatum in der Bundesliga besser platzierte Team gewinnt. Im Finale ist dies in 14 von 18 Fällen so.

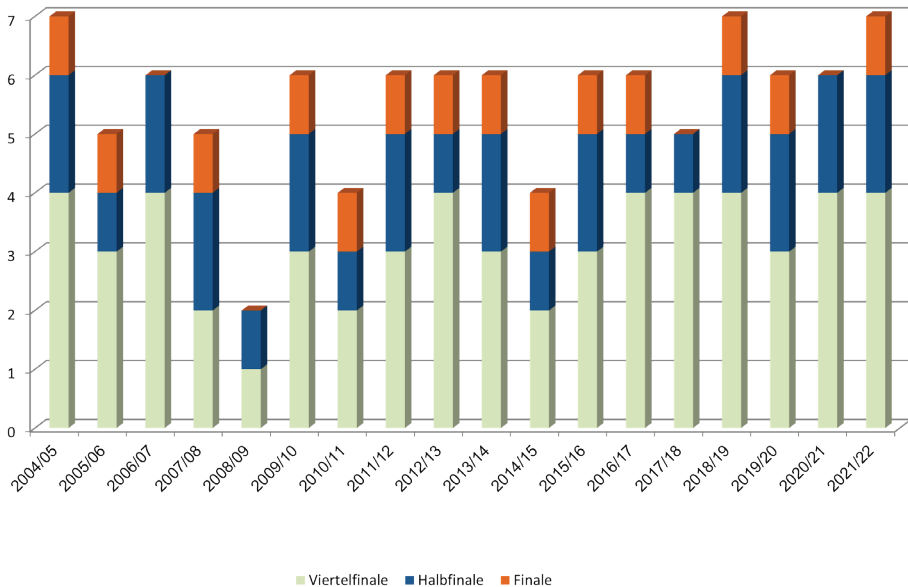
Am häufigsten gewinnen die schlechter platzierten Teams, wenn beide Kontrahenten der erweiterten Tabellenspitze oder dem Tabellenmittelfeld angehören und die Differenz lediglich ein oder zwei Tabellenplätze beträgt. Demnach wären die Duelle 5 vs. 6 bzw. 7 vs. 8 eher ausgeglichen als ein Duell des Siegers aus Spiel 5 vs. 6 gegen den Tabellenführer. Die Verteilung der Pokalergebnisse spricht demnach eher gegen die Einführung von Playoffs.

Abbildung 7: Sieghäufigkeit des besserplatzierten Teams im DFB-Pokal Saison 2004/05 bis 2021/22



Daran schließt sich die Frage an, ob die Dominanz der besser platzierten Teams Veränderungen im Zeitverlauf unterliegt. Hierbei zeigten sich keine grundlegenden Veränderungen. Von 100 Beobachtungen liegen 47 im Zeitraum von 2004/05 bis 2012/13 und entsprechend 53 im zweiten Teil des Zeitraums.

Abbildung 8: Siege je Pokalrunde des besserplatzierten Teams im DFB-Pokal Saison 2004/05 bis 2021/22



6.4 Diskussion

Grundlegend ist zu bemerken, dass die Diskussion um die Einführung von Playoffs in der Fußball-Bundesliga zur Steigerung der Meisterschaftsspannung grundsätzlich kein geeignetes Mittel zur Erreichung dieses Ziels sein kann, da hier zwei verschiedene Ebenen vermischt werden. In der Forschung werden die Konzepte der Uncertainty of Match Outcome, Uncertainty of Seasonal Outcome und Absence of Long-Term-Dominance diskutiert.¹⁰

Die 'Uncertainty of Match Outcome' bezieht sich dabei auf einzelne Spiele, in denen die Siegwahrscheinlichkeit ähnlich verteilt ist, was bspw. durch unterschiedliche körperliche Ermüdungszustände bzw. Stadiongrößen und Fanunterstützung erreicht werden kann.¹¹ Hingegen beschreiben die 'Uncertainty of Seasonal Outcome' die Subwettbewerbe innerhalb der Liga und die 'Long-

¹⁰ Vgl. Feddersen (2005), S. 5 f.; Cairns et al. 1986, S. 5; Szymanski / Kuypers (1999), S. 256; Peeters (2011), S. 27; Brandes / Franck (2007), S. 383; Swieter (2002), S. 55; Kipker (2002), S. 29.

¹¹ Vgl. Lucas (2011), S. 106.

Term-Dominanz¹² die mehrjährige Dominanz einzelner Teams.¹² Laut dieser Einteilung liegen das Ziel (Steigerung Meisterschaftsspannung) und das Mittel (Einführung Playoffs) in den bislang ausprobierten Formaten nicht auf der gleichen Ebene. Playoffs scheinen vielmehr ein geeignetes Mittel, um einzelnen Spielen, bspw. durch den KO-Modus, mehr Spannung zu verleihen. Dies wirkt sich jedoch nicht auf die regulären Spiele der Meisterschaftsvorrunde aus, da hier andere Kräfte wirken und das Leistungsniveau einer ganzen Saison mehr von Spielertalenten und Klubressourcen beeinflusst wird. Demnach wäre es zur Steigerung der Meisterschaftsspannung sinnvoller, andere Methoden in Betracht zu ziehen und Möglichkeiten zu suchen, wie die derzeit unterlegenen Klubs mehr Ressourcen für bessere Talente akquirieren können, schließlich sind die Ligapositionen in hohem Maß von den Spielerinvestitionen abhängig.¹³

Unabhängig vom Spielmodus scheinen sich die besseren Teams durchzusetzen, was für die Bundesliga und den DFB-Pokal mittels der Siegquoten und für weitere europäische Ligen mittels einfacher Vergleiche der Ränge vor und nach den Playoffs gezeigt wurde. In der Analyse der Fußball-Bundesliga ist festzustellen, dass die Gesamtspannung des Wettbewerbs in einzelne Wettbewerbe innerhalb der Subgruppen transferiert wurde, sodass den Fans nicht mehr nur der Titelkampf, sondern eine Vielzahl weiterer Wettbewerbe geboten wird.¹⁴ Diese sich ausdifferenzierende Liga scheint für den Veranstalter und dessen Ziel der Einnahmenmaximierung kein allzu großes Problem darzustellen, schließlich steigt die Anzahl der Pay-TV-Anbieter stetig und immer neue Höchstsummen werden in der Rechtevermarktung erzielt. Grund hierfür ist, dass die Dominanz eines Teams im Sinne von mehreren Titelgewinnen in Serie für die Fans kein Problem darstellt, solange jede Saison für sich spannend ist,¹⁵ und die Fans erkennen, wodurch die Dominanz zu Stande kommt.¹⁶ Ein gutes Beispiel hierfür ist Manchester United, das aufgrund seiner aggressiven und guten Managementstrategie zwischen 1992 und 2000 sieben der möglichen neun Meisterschaften gewann und trotzdem das Zuschauerinteresse für die Liga trotz steigender Ticketpreise um über 60 Prozent steigern konnte.¹⁷ Würde die Liga zusehends langweiliger werden, wäre dies nicht so. Ursächlich hierfür scheint folgendes: Studien zufolge trifft die Uncertainty-of-Outcome-Hypothesis (UOH)

¹² Vgl. Fritz (2006), S. 55.

¹³ Exemplarisch Kuper / Szymanski (2012), S. 122; Szymanski / Kuypers (1999), S. 162 ff.; Teichmann (2007), S. 280.

¹⁴ Vgl. Buraimo (2014), S. 69.

¹⁵ Vgl. Buzzacchi / Szymanski / Valletti (2003), S. 183 z. n. Gerrard (2006), S. 136.

¹⁶ Vgl. Zimbalist (2002), S. 118 f.

¹⁷ Vgl. ebd.

nicht zwingend für alle Zuschauer zu,¹⁸ da jeder Konsument individuelle Präferenzen hat¹⁹ und eine gewisse Anzahl Konsumenten entgegen der früheren Meinung eher Spiele mit klaren Siegprognosen bevorzugt²⁰ und die TV-Zuschauer teilweise andere Präferenzen als die Stadionbesucher aufweisen.²¹ Dementsprechend können externe Eingriffe zur Steigerung der Wettbewerbsintensität durch den Ligaveranstalter – in welcher Form auch immer – niemals ein für alle Nachfrager optimales Produkt kreieren.

Unabhängig davon ist fraglich, ob der möglicherweise durch Playoffs erzielte Nachfragezuwachs nicht dadurch wieder kompensiert würde, wenn die Klubs aufgrund des nun größeren Einflusses des Zufalls auf den Spielausgang (Bundesliga Saison 2007/08 = 52,7 Prozent)²² ihre Investitionen reduzieren und bereits getätigte Investitionen an Wert verlieren, schließlich waren diese, und hier speziell in Spielertalent, über viele Jahre ursächlich für die sportlichen Unterschiede, bezogen auf eine komplette Saison.²³ Hierzu zeigen Studien, dass Starspieler und Teams mit hohem Marktwert die Nachfrage positiv stimulieren²⁴ und hochtalentiertere Spieler bei Teams mit Titelchancen sogar auf Gehalt verzichten würden.²⁵ Zudem bestünde für alle Klubs das Risiko, die getätigten Investitionen nicht durch Top-Platzierungen refinanzieren zu können. Studien zeigen zudem, dass mehr Tore pro Spiel die Spannung jedes einzelnen Spiels steigern können,²⁶ jedoch die Siegwahrscheinlichkeit des besseren Teams steigt, je mehr Tore insgesamt erzielt werden.²⁷

Daneben kann die Unberechenbarkeit des Schiedsrichters für mehr Spannung sorgen. Freilich ist der Video-Beweis gerechter, da die begangenen Fouls besser geahndet werden können und hilft meist den stärkeren Teams, da regelmäßig

¹⁸ Vgl. Lucas (2011), S. 105 f. i.A.a. Szymanski (2003), S. 1157 ff.; Szymanski (2002); Fritz (2006), S. 5, 54 f. i.A.a. Cairns et al. (1986), S. 5 ff., Downward / Dawson (2000), S. 100 ff., 132 ff.; Dobson / Goddard (2001), S. 317 ff, 330 ff.; Göke / Wirkes (2010), S. 48; Kruse / Quitzau (2003), S. 10; Czarnitzki / Stadtmann (2002); Baidina / Parshakov (2017); Arrondel / Duhautois (2019).

¹⁹ Vgl. Budzinski / Pawlowski (2017).

²⁰ Vgl. Coates et al. (2014); Schreyer et al. (2018); Buraimo / Simmons (2008, 2009); Czarnitzki / Stadtmann (1999).

²¹ Vgl. Forrest / Simmons z. n. Kuper / Szymanski (2012), S. 205; Cox (2018); Contra dazu Pawlowski (2013b), S. 356.

²² Vgl. Quitzau / Vöpel (2009), S. 15.

²³ Vgl. Pawlowski (2013a), S. 102; Schmidt (2004), S. 257 f.

²⁴ Vgl. Serrano et al. (2015); Brandes et al. (2008), S. 267, 274.

²⁵ Vgl. Szymanski / Kuypers (1999), S. 284 f.

²⁶ Vgl. Groot (2008), S. 57.

²⁷ Vgl. Sumpter (2016).

nur der Spieler gefoult wird, der im Ballbesitz ist.²⁸ Ebenso wirken sich Heim- und Auswärtseffekte, wenn auch mit fallender Bedeutung, auf die Spielergebnisse aus,²⁹ wie auch das generelle Drawing-Potenzial in der Heimatregion des jeweiligen Klubs und dessen wirtschaftliche Kompetenz im administrativen Bereich.³⁰ Von künstlichen Eingriffen zur Steigerung der Wettbewerbsintensität ist also dringend abzuraten.

Neben diesen theoretischen Aspekten des Ausgangs einzelner Spiele stellen sich einige grundlegende Fragen zum Eingriff in den Markt.

Die Einführung von Playoffs hat das Ziel, die Meisterschaft erst am Saisonende zu entscheiden, um Nachfragerückgängen vorzubeugen.³¹ Hierbei ist vor allem für die Topteams mit Terminkonflikten zwischen DFB-Pokal, Meisterschafts-Playoffs und der Champions-League und einem Zwang zur Priorisierung zu rechnen. Sie müssten sich entscheiden, in welchem Wettbewerb sie ihr bestes Team aufbieten wollen. Dies dürfte vor allem von den Erfolgchancen in den jeweiligen Wettbewerben abhängen.

Um das Dilemma dieser strategischen Positionierung zu entschärfen, werden sich die Top-Klubs weiter verstärken. Hierdurch können sie Vorteile in direkten Duellen generieren³² und ihre Topspieler in der Vorrunde schonen. Hingegen werden Teams, die keine Chance auf die Playoff-Teilnahme haben, weniger investieren (Trittbrettfahrerhypothese),³³ was die Vorrunde langweiliger machen und die Nachfrage sinken lassen dürfte. Dies wird durch den Fakt verstärkt, dass die Kulmination der Leistung auf einen bestimmten Tag eher die starken Klubs bevorteilt, während einzelne Niederlagen in einer Round-Robin weniger negativ wirken und dadurch den Kleinen helfen.³⁴

Auch darf besonders vor dem Hintergrund der Einbettung in die internationalen Wettbewerbe nicht vergessen werden, dass die Topteams, und hier speziell der FC Bayern München, immer versuchen, international möglichst viel zu erreichen. Um aber auf dem europäischen Top-Level konkurrenzfähig sein zu können, ist es zwangsläufig erforderlich, eine Mannschaft zu unterhalten, deren Leistungsfähigkeit weit über dem Niveau vieler Ligakonkurrenten liegt, was sich

²⁸ Vgl. Groot (2008), S. 57.

²⁹ Vgl. ebd.

³⁰ Vgl. Ziebs (2002).

³¹ Vgl. Woratschek (2004), S. 10i.A.a. Frick / Wagner (1996), S. 614.

³² Vgl. Schmidt (2004), S. 257 f.

³³ Vgl. Dietl / Franck (2005), S. 31 f.

³⁴ Vgl. Daumann (2019), S. 157 ff.

natürlich auf die Spielergebnisse auswirkt.³⁵ Dies darf dem FC Bayern München jedoch nicht zum Nachteil gereichen, schließlich steigern Europapokalerfolge das Prestige der Bundesliga und der darin vertretenen Teams.³⁶ Zudem erfordert der Spielmodus des Europapokals mit der Qualifikation über die nationale Liga zum Zeitpunkt t0 und die internationale Teilnahme im Folgejahr geradezu zwangsläufig eine konkurrenzfähige Mannschaft über mehrere Spielzeiten. So wäre es undenkbar, sich mit einem starken Team international zu qualifizieren, um dann im Folgejahr mit einem schwächeren Team dort anzutreten, zumal bereits die Qualifikation Zusatzeinnahmen in zweistelliger Millionenhöhe verspricht, die erneut investiert werden können.³⁷ Aus diesem Grund scheint es logisch, dass eine international teilnehmende Mannschaft aufgrund ihres höheren Talentniveaus auch in der nationalen Liga oben mitspielt.³⁸

Hierzu ist anzumerken, dass die Playoffs entgegen den US-Formaten im Stil von Ausscheidungsturnieren in den vorgestellten europäischen Formaten prinzipiell nichts anderes als eine übergeordnete (Super-)Liga mit den daraus bekannten Effekten sind (*success breeds success* aufgrund finanzieller Besserstellung,³⁹ ruinöser Wettbewerb um die Teilnahme aufgrund der Prämienkonzentration auf den Top-Plätzen⁴⁰ und abnehmende Ausgeglichenheit der Liga,⁴¹ aufgrund der sportlichen Klubausrichtung auf die Superliga⁴² sowie erhöhte Reisekosten der Teilnehmer,⁴³ aber auch erhöhte Nachfrage infolge von Superliga-Erfolgen⁴⁴).

³⁵ Vgl. Schwendowius (2002), S. 140 i.A.a. Hoehn / Szymanski (1999), S. 224, Sonntag (2012), S. 336; Schmidt (2004), S. 257 f.

³⁶ Vgl. Kruse / Quitzau (2003), S. 9.

³⁷ Vgl. Kern (2007), S. 66. Hier wird zudem auf die Wahrscheinlichkeit verwiesen, dass Erfolge zu höheren Umsätzen und deren Reinvestition zu weiteren Erfolgen führt: Klimmer (2003), S. 56; Fritz (2006), S. 50 f.; Keller (2008), S. 52, 86; Sonntag (2012), S. 223; Vöpel (2011), S. 9; Szymanski / Kuypers (1999), S. 186; Ruoss (2009), S. 136; Dietl / Franck (2006), S. 334; Ati et al. (2012); Szymanski (2015), S. 30.

³⁸ Vgl. Franck / Müller (2000), S. 12; Vöpel (2011), S. 13; Golla (2002), S. 36; Schubert (2003), S. 93; Daumann (2015), S. 178; Kern (2007), S. 185; Klimmer (2003), S. 35 ff.; Fritz (2006), S. 160; Pawlowski et al. (2010), S. 199; Solberg / Haugen (2010) a. z. i. Schubert (2013), S. 264; Hovemann et al. (2009), S. 182 f.

³⁹ Vgl. Franck / Müller (2000), S. 12; Vöpel (2011), S. 13; Golla (2002), S. 36; Schubert (2003), S. 93; Daumann (2015), S. 178; Kern (2007), S. 185; Klimmer (2003), S. 35 ff.; Fritz (2006), S. 160.

⁴⁰ Vgl. Golla (2002), S. 88; Franck (2014), S. 196; Vöpel (2011), S. 13.

⁴¹ Vgl. Pawlowski et al. (2010), S. 199; Solberg / Haugen (2010) a. z. i. Schubert (2013), S. 264; Hovemann et al. (2009), S. 182 f.

⁴² Vgl. Schwendowius (2002), S. 140 i.A.a. Hoehn / Szymanski (1999), S. 224, Sonntag (2012), S. 336.

⁴³ Vgl. Klimmer (2003), S. 38 ff.

⁴⁴ Vgl. Kruse / Quitzau (2003), S. 9.

Und nicht zuletzt stellt sich die Frage, ob alle Klubs bislang wirklich zu 100 Prozent versucht haben, die Meisterschaft zu gewinnen und sich im sportlichen und wirtschaftlichen Bereich so aufgestellt haben, wie es die einschlägige Forschung empfiehlt. Dies ist sicherlich zu verneinen, wie die Studien zu Problemen des Personalmanagements,⁴⁵ Governance-⁴⁶ und Controllingdefiziten,⁴⁷ aber auch die Ausführungen von Rottenberg zeigen. Laut denen ist es für einzelne Klubs unrentabel, sich über ein bestimmte Maß zu verstärken, da die zu erwartenden Returns die Mehrausgaben nicht decken.⁴⁸ Dabei wäre dies eine der zentralen Voraussetzungen, um überhaupt über eine Änderung des Spielmodus nachzudenken, denn nicht zuletzt sind sowohl die Spannung als auch die Gerechtigkeit der Titelvergabe essenziell für den Wettbewerb und diese ist nach 34 Spieltagen am höchsten. Deshalb sind laut einer Umfrage der Zeitschrift „Kicker“ mit ca. 126.000 Teilnehmern 63 Prozent der Befragten gegen Playoffs zur Findung des Meisters.⁴⁹

⁴⁵ Für einen Überblick vgl. Daumann / Faulstich (2020) und die dort angegebene Literatur.

⁴⁶ Vgl. Schewe (2012), S. 68; Wadsack (2006), S. 55 ff.; Dietl / Franck (2007), S. 662 ff.; Solberg / Haugen (2010), S. 333; Lago et al. (2006), S. 8 f.; Andreff (2007), S. 657.

⁴⁷ Vgl. Grünitz / v. Arndt (2002), S. 43; Dörnemann (2002a), S. 199; (2002b), S. 46 ff.; Hardenacke / Hummelsberger (2004), S. 67; Lehmann / Weigand (1997); Benz / Gehring (2009), S. 60; Haas (2002); Viemann et al. (2005), S. 302 ff.; Littkemann et al. (2006), S. 134; ebd. (2012), S. 166 i.A.a. Götz (2001), S. 105; Thyll (2004), S. 189; Keller (2007), S. 164 f.; (2008b), S. 77 i.A.a. Viemann et al. (2005), Dörnemann / Kopp (2000); Eisermann / Roßbach (2011), S. 14; Mazurkiewicz et al. (2014), S. 71; Littkemann et al. (2017), S. 14.

⁴⁸ Vgl. Rottenberg (1956), S. 255.

⁴⁹ Vgl. Müller (2022), S. 29.

Literaturverzeichnis

- Andreff, W. (2007): French football: a financial crisis rooted in weak self-governance, in: *Journal of Sports Economics*, Vol. 8, Nr. 6, S. 652–61.
- Arrondel, L. / Duhautois, R. (2019): Are French Football Fans Sensitive to Outcome Uncertainty?, in: *Economics and Statistics*, Nr. 513, 5–26.
- Ati, A. / Medabesh, A. / Theiri, S. (2012): The effect of changing the status of sports clubs, in: *Journal of finance and investment analysis*, Vol. 1, Nr. 1, S. 127–149.
- Baidina, K. / Parshakov, P. (2017): Uncertainty of Outcome and Attendance: Evidence from Russian Football. Mimeo.
- Benz, M. / Gehring, S. (2009): *Krisen im Profifußball: Chancen und Herausforderungen für Lizenzgeber und Insolvenzverwalter*, Stuttgart.
- Brandes, L. / Franck, E. (2007): Who made Who? An Empirical Analysis of Competitive Balance in European Soccer Leagues, in: *Eastern Economic Journal*, Vol. 33, Heft 3, S. 379–403.
- Brandes, L. / Franck, E. / Nüesch, S. (2008): Local Heroes and Superstars: An Empirical Analysis of Star Attraction in German Soccer, in: *Journal of Sports Economics*, 9(3), S. 266–286.
- Budzinski, O. / Pawlowski, T. (2017): The Behavioral Economics of Competitive Balance: Theories, Findings, and Implications, in: *International Journal of Sport Finance*, Vol. 17, Nr. 2, S. 109–122.
- Buraimo, B. (2014): Spectator demand and attendance in English league football, in: Goddard, J. / Sloane, P. (Hrsg.): *Handbook on the Economics of Professional Football*, Cheltenham, Northampton, S. 60–72.
- Buraimo, B. / Simmons, R. (2009): A tale of two audiences: Spectators, television viewers and outcome uncertainty in Spanish football, in: *Journal of Economics and Business*, Vol.61, S. 326–338.
- Buraimo, B. / Simmons, R. (2008): Do Sports Fans really Value Uncertainty of Outcome? Evidence from the English Premier League, in: *International Journal of Sport Finance*, Vol. 3, S. 146–155.

- Buzzacchi, L. / Szymanski, S. / Valletti, T.M. (2003): Equality of Opportunity and Equality of Outcome: Open leagues, Closed Leagues and Competitive Balance, in: *Journal of Industry, Competition and Trade*, Vol. 3, Nr. 3, S. 167–186.
- Cairns, J. / Jennett, N. / Sloane, P. J. (1986): The Economics of Professional Team Sports: a Survey of Theory and Evidence, in: *Journal of Economic Studies*, Vol. 13, Nr. 1, S. 1–80.
- Cox, A. (2018): Spectator Demand, Uncertainty of Results, and Public Interest: Evidence from the English Premier League, in: *Journal of Sports Economics*, Vol. 19, Nr. 1, S. 3–30.
- Czarnitzki D. / Stadtmann, G. (2002): Uncertainty of outcome versus reputation: empirical evidence for the first German football division, in: *Empirical Economics*, Vol. 27, S. 101–112.
- Czarnitzki, D. / Stadtmann, G. (1999): Uncertainty of Outcome versus Reputation: Empirical Evidence for the First German Football Division, in: Discussion Paper ZEW Nr. 99-46, Mannheim.
- Daumann, F. (2019): *Grundlagen der Sportökonomie*, 3. Aufl., UVK-Verlag Konstanz, München.
- Daumann, F. (2015): *Grundlagen der Sportökonomie*, 2. Aufl., UVK-Verlag Konstanz, München.
- Daumann, F. / Faulstich, S. (2020): *Personalmanagement im Profifußball*, UVK-Verlag München.
- Dietl, H. / Franck, E. (2007): Governance Failure and financial Crisis in German Football, in: *Journal of Sports Economics*, Vol. 8, Nr. 6, S. 662–669.
- Dietl, H. / Franck, E. (2006): Warum Investitionswettläufe und wachsende Erlösymmetrien das Geschäftsmodell des europäischen Profifußballs zunehmend belasten, in: *Zeitschrift für Führung und Organisation*, Vol. 75, Nr. 6, S. 333–337.
- Dietl, H. / Franck, E. (2005): Effizienzprobleme in Sportligen mit gewinnmaximierenden Kapitalgesellschaften: eine modelltheoretische Untersuchung, in: Büch, M. -P. / Schellhaaß, H.-M. (Hrsg.): *Ökonomik von Sportligen*, Hofmann, Schorndorf, S. 29–52.
- Dobson, S. / Goddard, J. A. (2001): *The Economics of football*, Cambridge.

- Dörnemann, J. (2002a): Controlling für Profi-Sport-Organisationen – Finanzierungsprobleme durch bessere Management-Strukturen lösen, in: Horch, H.-D. / Heydel, J. / Sierau, A. (Hrsg.): Finanzierung des Sports: Beiträge des 2. Kölner Sportökonomie-Kongresses. Meyer & Meyer Aachen, S. 199–213.
- Dörnemann, J. (2002b): Controlling für Profi-Sport-Organisationen: dargestellt am Beispiel der Deutschen Fußballbundesliga. Vahlen. München.
- Dörnemann, J. / Kopp, J. (2000): Mit Controlling an die Tabellenspitze? Eine kritisch-konstruktive Analyse des Ausbaustandes betriebswirtschaftlicher Steuerungsinstrumente in der deutschen Fußballbundesliga, in: Controller Magazin, Vol. 25, Nr. 6, S. 484–489.
- Downward, P. / Dawson, A. (2000): The Economics of Professional Team Sports, Routledge, London, New York.
- Eisermann, U. / Roßbach, T. (2011): Controlling im Profifußball: Eine Status-Quo- und Perspektiven-Analyse des Controllings in den Vereinen der drei deutschen Profiligen 2010, in: Sciamus – Sport und Management, Ausgabe 4/2011, S. 12–22.
- Feddersen, A. (2005): Steuerungsmöglichkeiten der Wettbewerbsintensität von Sportligen: Eine ökonomische Analyse sportpolitischer Regulierungen, Hochschulschrift Universität Hamburg
- Franck, E. (2014): Financial Fair Play in European Club Football: What Is It All About? in: International Journal of Sport Finance, Vol. 9, Nr. 3, S. 193–217.
- Franck, E. / Müller, J. C. (2000): Die Fußball-Aktie: Zwischen strukturellen Problemen und First-Mover-Vorteilen, in: Freiburger Arbeitspapiere 5/2000, Technische Universität Bergakademie Freiberg.
- Frick, B. / Wagner, G. (1996): Bosman Urteil und die Folgen: Das Fußballurteil des Europäischen Gerichtshofes aus ökonomischer Sicht, in: Wirtschaftswissenschaftliches Studium, Vol. 25, Nr. 12, S.611–615.
- Frick, B. / Wallbrecht, B. (2012): Infant mortality of professional sportsclubs, in: Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik, Vol. 232, Nr. 3, S. 360–389.
- Fritz, T. (2006): Fußball und Strategie. Hampp. München, Mehring.

- Haas, O. (2002): Ausgestaltung des Controllings im Berufsfußball, in: Galli, A. / Gömmel, R. / Holzhäuser, W. / Straub, W. (Hrsg.): Sportmanagement: Grundlagen der unternehmerischen Führung im Sport aus Betriebswirtschaftslehre, Steuern und Recht für den Sportmanager, Vahlen. München, S. 167–207.
- Hardenacke, J. / Hummelsberger, M. (2004): Paradigmenwechsel im Profifußball: Kennzahlen zum Wandel vom Altruismus zur marktorientierten Unternehmensführung, in: Bieling, M. / Eschweiler, M. / Hardenacke, J. (Hrsg.): Business-to-Business-Marketing im Profifußball, Deutscher Universitätsverlag. Wiesbaden.
- Hoehn, T. / Szymanski, S. (1999): The Americanization of European Football, in: Economic Policy, Vol. 28, S. 204–240.
- Hovemann, A. / Pawlowski, T. / Breuer, C. (2009): Die Entwicklung der Wettbewerbsintensität in den UEFA Top-5, in: Horch, H.D. / Breuer, C. / Hovemann, G. / Kaiser, S. / Walzel, S. (Hrsg.): Sport, Medien und Kommunikation: Beiträge des 6. Deutschen Sportökonomie-Kongresses, Institut für Sportökonomie und Sportmanagement. Köln, S. 169–183.
- Golla, G. (2002): Personalfuktuation und Unternehmenserfolg: Die relative Bedeutung allgemeinen und spezifischen Humankapitals für die Performance professioneller Sport-Teams, Dissertation Universität Greifswald.
- Goossens, K. (2006): Competitive Balance in European Football: Comparison by Adapting Measures. National measure of seasonal imbalance ant top 3, in: Rivista di diritto ed economiadello sport, Vol. 2, Nr. 2, S. 77–122.
- Göke, S. / Wirkes T. (2010): Führungssysteme: Die Managementpraxis im deutschen Profisport, Erich Schmidt Verlag. Berlin.
- Götz, J. (2001): Realloptions basierte Bewertung von Investitionen im Profifußball, in: Sigloch, J. / Klimmer, C. (Hrsg.): Unternehmen Profifußball: Vom Sportverein zum Kapitalmarktunternehmen, Deutscher Universitäts-Verlag, Gabler, Wiesbaden, S. 103–135.
- Groot, L. (2008): Economics, Uncertainty and European Football: Trends in Competitive Balance, Edward Elgar Publishing Ltd Cheltenham, Northampton.
- Grünitz, M. / von Arndt, M. (2002): Der Fußballcrash: Die Chronik eines angekündigten Untergangs, RRS-Verlag. Stuttgart, Ulm.

- Keller, C. (2008): *Steuerung von Fußballunternehmen: Finanziellen und sportlichen Erfolg langfristig gestalten*, Berlin.
- Keller, C. (2007): *Der Einfluss des Controllings auf die Steuerungsqualität von Profisport-Organisationen – Eine empirisch-theoretische Analyse am Beispiel des deutschen Profifußballs*, in: Horch, H. / Breuer, C. / Hovemann, G. / Kaiser S./ Römisch, V. (Hrsg.): *Qualitätsmanagement im Sport : Beiträge des 5. Deutschen Sportökonomie-Kongresses*. Insitut für Sportlökonomie und Sportmanagement , Köln, S. 155–168.
- Kern, M. (2007): *Besonderheiten der Unternehmensfinanzierung und Investitionseffizienz im professionellen Fußball*, Verlag Dr. Kovac, Hamburg.
- Kipker, I. (2002): *Die ökonomische Strukturierung von Teamsportwettbewerben*, Shaker Verlag. Aachen.
- Klimmer, I. (2003): *Profifußballunternehmen an der Börse: Analyse des Wirkungszusammenhangs zwischen sportlichem und wirtschaftlichem Erfolg im Berufsfußball*, Verein Sportökonomie Uni Bayreuth e.V., Bayreuth.
- Kruse, J. / Quitzau, J. (2003): *Fußball-Fernsehrechte: Aspekte der Zentralvermarktung*, Diskussionspapier Nr. 18 der Universität der Bundeswehr Hamburg.
- Kuper, S. / Szymanski, S. (2012): *Soccernomics: Why Transfers Fail, Why Spain Rule the World and other curious football phenomena explained*, 3. Aufl., Harpersport, London.
- Lago, U. / Simmons, R. / Szymanski, S. (2006): *The Financial Crisis in European Football: An Introduction*, in: *Journal of Sports Economics*, Vol. 7, Nr. 1, S. 3–12.
- Lehmann, E. / Weigand, J. (1997): *Money Makes the Ball Go Round: Fußball als ökonomisches Phänomen*, in: *IfO Studien: Zeitschrift für empirische Wirtschaftsforschung*, Vol. 43, Nr. 3, S. 381–409.
- Lucas, J. (2011): *Sportliche Ausgeglichenheit in Profisportligen*, in: Emrich, E. / Pierdzioch, C./ Büch, M.-P. (Hrsg.): *Europäische Sportmodelle Gemeinsamkeiten und Differenzen in international vergleichender Perspektive*, Hofmann, Schorndorf, S. 105–115.

- Littkemann, J. / Fietz, A. / Krechel, S. (2012): Instrumente zum Controlling von Spielerinvestitionen im Profifußball, in: Schewe, G. / Littkemann, J. (Hrsg.): Sportmanagement: Der Profi-Fußball aus sportökonomischer Perspektive, 3. Aufl., Hofmann, Schorndorf, S. 165–186.
- Littkemann, J. / Fietz, A. / Krechel, S. (2006): Instrumente zum Controlling von Spielerinvestitionen im Profifußball, in: Controlling: Zeitschrift für erfolgsorientierte Unternehmensführung, Vol. 18, Nr. 3, S. 133–140.
- Littkemann, J. / Kasper, C. / Derfuß, K. (2017): Stand des Personalcontrollings im professionellen Teamsport: Empirische Ergebnisse aus deutschen Clubs, in: Sciamus – Sport und Management, Ausgabe 3/2017, S. 14–29.
- Mazurkiewicz, D. / Kremer, J. / Jahnke, A. (2014): Controlling in der Fußball-Bundesliga, in: Thieme, L. (Hrsg.): Spezielle Aspekte des Sportmanagements: Zur Sportartikelindustrie, dem Controlling in Sportclubs und Angebotsaspekten in Sportvereinen, S. 65–86.
- Müller, T. (2022): Völler warnt vor diversen Schäden, in: Kicker 14/2022, S. 29.
- Owen, D. (2014): Measurement of competitive balance and uncertainty of outcome, in: Goddard, J. / Sloane, P. (Hrsg.): Handbook on the Economics of Professional Football, Edward Elgar, Cheltenham, S. 41–59.
- Pawlowski, T. (2013a): Wettbewerbsintensität im Profifußball: Eine empirische Untersuchung zur Bedeutung für die Zuschauer, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Pawlowski, T. (2013b): Testing the Uncertainty of Outcome Hypothesis in European Professional Football: A Stated Preference Approach, in: Journal of Sports Economics, Vol. 14, Nr. 4, S. 341–367.
- Pawlowski, T. / Breuer, C. / Hovemann, A. (2010): Top Clubs' Performance and the Competitive Situation in European Domestic Football Competitions, in: Journal of Sports Economics, Vol. 11, Nr. 2, S. 186–202.
- Peeters, T. (2011): Broadcast Rights and Competitive Balance in European Soccer, in: International Journal of Sport Finance, Vol. 6, Nr. 1, S. 23–39.
- Quitau, J. / Vöpel, H. (2009): Der Faktor Zufall im Fußball: Eine empirische Untersuchung für die Saison 2007/08, in: HWWI Research Paper 1-22, Hamburg.
- Rottenberg, S. (1956): The Baseball Players' Labor Market, in: Journal of Political Economy. Vol. 64, S. 242–258.

- Ruoss, K. (2009): Allokation von Verfügungsrechten und die Governance von Fußballunternehmen: Eine empirische Analyse unter institutionenökonomischen Aspekten, Hampp, München, Mehring.
- Schewe, G. (2012): Der Fußball-Verein als Kapitalgesellschaft: Eine kritische Analyse einer vielfach gewählten Governance-Struktur. In: Schewe, G. / Littkemann, J. (Hrsg.): Sportmanagement. Der Profi-Fußball aus sportökonomischer Perspektive, 3. Aufl., Hofmann, Schorndorf. S. 67–84.
- Schmidt, L. (2004): Überlegungen zur Entlohnung von Profifußballern mit Aktienoptionen, in: Hamann, P. / Schmidt, L. / Welling, M. (Hrsg.): Ökonomie des Fußballs: Grundlegungen aus volks- und betriebswirtschaftlicher Perspektive, Deutscher Universitätsverlag, Wiesbaden, S. 241–265.
- Schreyer, D. / Schmidt, S.L. / Torgler, B. (2018): Game outcome uncertainty and television audience demand: New evidence from German football, in: German Economic Review, Jg. 19, Heft 2, S. 140–161.
- Schubert, A. (2003): Profifußball in Deutschland: Eine Analyse von Strukturen und Vermarktungsprozessen aus sportökonomischer Perspektive, Diplomarbeit Ruhr-Universität Bochum.
- Schubert, M. (2013): Informations- und Anreizprobleme im Kontext von UEFA Financial Fair Play: Eine institutionenökonomische Analyse, in: Sport und Gesellschaft, Vol. 3, S. 260–291.
- Schwendowius, D. (2002): Finanzierungs- und Organisationskonzepte für den deutschen Profifußball: Eine Analyse der finanzierungsrelevanten Vertragsbeziehungen von Fußballklubs unter besonderer Berücksichtigung der Spielerfinanzierung, Dissertation FU Berlin.
- Serrano, R. / Garcia-Bernal, J. / Fernandez-Olmos, M. / Espitia-Escuer, M.A. (2015): Expected quality in european football attendance: Market value and uncertainty reconsidered, in: Applied Economics Letter, 22, S. 1051–1054.
- Solberg, H. A. / Haugen, K. K. (2010): European club football: why enormous revenues are not enough? in: Sport in Society, Vol. 13, Nr. 2, S. 329–343.
- Sontag, B. (2012): Strategische Erfolgsfaktoren professioneller Sportorganisationen, Dissertation Uni Potsdam.
- Sumpter, D. (2016): Soccermaths: Fussball und die Magie der Zahlen, Ecowin Verlag, Wals.

- Swieter, D. (2002): Eine ökonomische Analyse der Fußball-Bundesliga, Duncker & Humblot, Berlin.
- Szymanski, S. (2015): Money and football: A Soccernomics Guide, Bold Type Books, New York.
- Szymanski, S. (2003): The Economic Design of Sporting Contests: A Review, in: Journal of Economic Literature, Vol. 41, Nr. 4, S. 1137–1187.
- Szymanski, S. (2002): The Economic Design of Sporting Contests: A Review, in: Imperial College Management School Working Paper, London.
- Szymanski, S. / Kuypers, T. (1999): Winners and Losers: The Business Strategy of Football, Viking, London.
- Teichmann, K. (2007): Strategie und Erfolg von Fußballunternehmen, Deutscher Universitätsverlag, Wiesbaden.
- Thyll, A. (2004): Jahresabschluss und -prüfung nach der Lizenzierungsordnung: Grundlagen und Gegenüberstellung mit den handelsrechtlichen Vorschriften, in: Hamann, P. / Schmidt, L. / Welling, M. (Hrsg.): Ökonomie des Fußballs: Grundlegungen aus volks- und betriebswirtschaftlicher Perspektive, Wiesbaden, S. 163–192.
- Viemann, K. / Filbrich, B. / Tietje, C. (2005): Controlling in der Fußballbranche: Eine empirische Untersuchung zum Implementierungsstand des Controlling in den drei höchsten deutschen Fußballligen, in: Sport und Gesellschaft, Vol. 2, Nr. 3, S. 296–313.
- Vöpel, H. (2011): Fußball-Management: mikroökonomische und spieltheoretische Modellierung von Managemententscheidungen im Profifußball, HWWI Working Paper, Hamburg.
- Wadsack, R. (2006): Krisenmanagement für Sportbetriebe: Eine betriebswirtschaftliche Einführung, in: Wadsack, R. / Cherkeh, R. / Büdingen, C. von / Hamel, R. (Hrsg.): Krisenmanagement in Sportbetrieben, Peter Lang, Frankfurt am Main, S. 13–70.
- Woratschek, H. (2004): Einführung: Kooperation im Sportmanagement: Eine Konsequenz der Wertschöpfungslogik von Sportwettbewerben und Ligen, in: Zieschang, K.H./ Beier, K. (Hrsg.): Kooperation im Sportmanagement, Hofmann, Schorndorf, S. 9–29.
- Ziebs, A. (2002): Ist Erfolg käuflich? Analysen und Überlegungen zur sozioökonomischen Realität des Berufsfußballs, Utz, München.

Zimbalist, A. (2002): Competitive balance in sports leagues: An introduction, in:
Journal of Sports Economics, Vol. 3, Nr. 2, S. 111–121.

***Idealtypische Krisenverläufe im Profifußball –
Der Versuch einer Musterbildung vom Krisenbeginn
bis zur Insolvenz***

Sebastian Faulstich / Frank Daumann

Autorenkontakt

Dr. Sebastian Faulstich

E-Mail: info@faulstich-beratung.de

Abstract

Der Beitrag untersucht die Ursachen sportlicher und wirtschaftlicher Krisen im Profifußball und versucht ein Muster eines „typischen“ Krisenverlaufs zu extrahieren. Dazu wurde ein qualitativer Forschungsansatz gewählt, in dem mittels Experteninterviews Abstiege und Insolvenzen in den drei höchsten deutschen Spielklassen im Zeitraum zwischen 1990 und 2018 analysiert werden konnten.

Die extrahierten und zuerst einzeln analysierten Einzelkrisenverläufe wurden anschließend auf Gemeinsamkeiten und Unterschiede hin untersucht, woraus ein Krisenverlaufsmuster identifiziert werden konnte, laut dem endogene ökonomische und unternehmerische Faktoren krisenentscheidend sind, während exogene und sportliche Ursachen eher eine untergeordnete Rolle spielen.

Die Arbeit leistet somit wichtige Grundlagenforschung im Bereich der Krisenursachenforschung in Profifußballorganisationen und schließt mit einigen praktischen Handlungsempfehlungen.

Inhalt

Abstract.....	152
Abbildungsverzeichnis.....	153
7.1 Einleitung.....	154
7.2 Forschungsstand.....	155
7.3 Methodik.....	156
7.4 Ergebnisse und Diskussion.....	158
7.5 Fazit.....	162
Literaturverzeichnis.....	165

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Identifizierte Meilensteine.....	159
Abbildung 2: Gesamtmodell der Krisenpfade.....	162

7.1 Einleitung

Der Profifußball hat sich in den letzten 30 Jahren zu einem massenkulturellen Phänomen mit weltweiter Aufmerksamkeit und Umsätzen im dreistelligen Millionenbereich für die Topklubs entwickelt, während die Klubs im Tabellenmittelfeld und den unteren Ligen meist um ihr Überleben kämpfen.¹ Zudem scheinen die allgemein hohe Nachfrage und die enormen TV-Geldeinnahmen nicht zu wirtschaftlich gesunden Organisationen zu führen, sondern eher ein Risiko darzustellen, sodass kaum eine Saison ohne Insolvenz eines oder mehrerer Klubs gespielt wird.²

Trotz ihrer medialen Omnipräsenz seit den 1970er-Jahren sind sportliche und wirtschaftliche Krisen im Profifußball bislang wenig erforscht, sodass weder über die Einzelursachen noch die Krisenverläufe dezidierte Aussagen möglich sind. Dies erschwert aus Ligen- und Klubsicht die Krisenidentifikation und -bewältigung.³

Zur Aufhellung dieses dunklen Flecks der sportökonomischen Forschung⁴ geht der Beitrag⁵ den Fragen nach, welche Ursachen sportliche und wirtschaftliche Krisen in Profifußballorganisationen haben und ob sich „typische“ Krisenverläufe identifizieren lassen.

¹ Vgl. Faulstich (2022), S. 19 i.A.a. Spohr (2003), S. 144, Kloch (2013), Keller (2006), S. 1, Haas (2002), S. 1.

² Vgl. Faulstich (2022), S. 19 i.A.a. Keller (2006), S. 2 f., (2008), S. 8 ff.; S. 217 i.A.a. Franck (2014), S. 196; Vöpel (2011), S. 15 ff.; Dobson / Goddard (2004), S. 374.

³ Vgl. Faulstich (2022), S. 19, i.A.a. Keller (2008), S. 11 f., Ströfer (1982), Fischer (1984), S. 53, Golla (2002), S. 32.

⁴ Vgl. Faulstich (2022), S. 22 i.A.a. Doherty (2013); Schulenburg (2008), S. 10 f., 392; Benz / Gehring (2009), S. 116; Hamil (2014), S. 37.

⁵ Die komplette Arbeit zur Erforschung von sportlichen und wirtschaftlichen Krisen sowie deren Verläufen ist 2022 unter dem Titel: Faulstich, S. (2022): Ursachen sportlicher und wirtschaftlicher Krisen in professionellen Fußballorganisationen. Eine Analyse der höchsten deutschen Spielklassen zwischen 1990 und 2018 im UVK-Verlag München erschienen.

7.2 Forschungsstand

Die Ursachen sportlicher und wirtschaftlicher Krisen sowie deren Verläufe im Profifußball sind in Deutschland und auch international bislang wenig erforscht. Die wenigen Arbeiten zu Krisen im Profifußball fokussieren meist auf externe Krisenursachen und Governancedefizite und sind nur bedingt vergleichbar.⁶ Zu Krisenverläufen im deutschen Profifußball existieren Studien von Kupfer (2006) sowie von Weimar & Szymanski (2017), die nachfolgend vorgestellt werden.

Kupfer (2006) sieht Managementfehler aufgrund fehlender Qualifikation der handelnden Akteure als Startpunkt einer negativen Entwicklung, die zu Vermarktungsdefiziten und diese wiederum zu operativen Verlusten aufgrund der stagnierenden Ertragskraft führen. Aufgrund der zunehmenden operativen Verluste sinkt die Investitionskraft, weswegen Spieler auf einem niedrigeren Qualitätsniveau beschäftigt werden müssen, was zum sportlichen Abstieg führt.

Im Vergleich dazu beginnen Krisen laut Weimar & Szymanski (2017) mit externen negativen Schocks.⁷ Dabei führen sportlich schlechtere Ergebnisse zu einer geringeren Zuschauernachfrage, weswegen die Einnahmen einbrechen und die sportliche Performance sinkt. Da Abstiege die Insolvenzwahrscheinlichkeit erheblich erhöhen, versuchen viele Klubs durch überhöhte Investitionen den sportlichen Negativtrend zu stoppen, was bei ausbleibendem Erfolg noch schneller in die Insolvenz führt.⁸

⁶ Hierbei werden auch Studien aufgeführt, die nach Unterschieden zwischen erfolgreichen und erfolglosen Sportorganisationen suchten, bzw. einzelne Risikofaktoren analysierten: GER: Benz / Gehring (2009, 2012); Lehmann / Weigand (1997); Wadsack (2006); Ziebs (2002, 2004); Kern (2007); Kern et al. (2002); Dieltl / Franck (2007); Dieltl / Pauli (2002); Thiel / Meier (2004); Kupfer (2006); Vöpel (2011); Kipker (2002); Frick / Wallbrecht (2012); Frick / Prinz (2006); Fritz (2006); Szabo (2016); Schneider (2018); Druker (2020); Druker / Daumann (2018, 2019); ENG: Buraimo et al. (2006); Szymanski (2014, 2015); Szymanski / Smith (1997); Jennett (1984); Jennett / Sloane (1985); Morrow (2006); Gerrard (2006); Kupfer (2006); Bridgewater (2010); ESP: Gutiérrez-Fernández et al. (2017); Ascari-Gagnepain (2006, 2007); Barajas / Rodriguez (2010); Cooper / Joyce (2013); ITA: Baroncelli / Lago (2006); Nicolliello / Zampatti (2016); FRA: Andreff (2007); SUI: Hüppi (2014); Canepa (2010); POR: Barros (2006); CZE: Prochazka (2012); BEL: Kèsenne (2010); Dejonghe / Vandeweghe (2006).

⁷ Bspw. sportlich: Abstieg, Verletzung Schlüsselspieler, Pech; wirtschaftlich: Insolvenz von Schlüsselpartnern, Neuorganisation der Ligenstruktur.

⁸ Vgl. Szymanski / Weimar (2017), S. 4, 21, 24.

7.3 Methodik

Als „Krise“ wird hier eine komplexe Notsituation (Bedrohung) mit hohem Überraschungsgrad und großem Zeitdruck definiert,⁹ die sowohl die Zielerreichung als auch die Überlebensfähigkeit der Organisation bedroht.¹⁰ Die Krise ist multikausal, mehrstufig, multilokal und multitemporal¹¹ mit endogenen oder exogenen Ursachen¹² und verläuft als Prozess mit abnehmenden Handlungsmöglichkeiten und schwindender Zeit, aber der Möglichkeit eines ambivalenten Ausgangs.¹³

Aufgrund dieser Eigenschaften können Krisen nur indirekt über Zielabweichungen (hier Misserfolg) identifiziert werden,¹⁴ weswegen als Untersuchungsobjekte Klubs ausgewählt wurden, die

1. im Untersuchungszeitraum mindestens drei Spielzeiten in den drei höchsten Spielklassen vertreten waren und dabei um mindestens zwei Ligen abgestiegen sind, sowie
2. Klubs, die im Untersuchungszeitraum mindestens drei Spielzeiten in den drei höchsten Spielklassen vertreten waren und insolvent wurden.¹⁵

Diese Kriterien trafen im Untersuchungszeitraum innerhalb der drei höchsten deutschen Spielklassen auf 36 Klubs zu (Kriterium 1 (22), Kriterium 2 (20), Überschneidungen (6)).¹⁶ Zudem wurden inhalts- und vorgehensgleiche Interviews mit zwei Kontrollgruppen (jeweils neun Klubs) geplant, deren Bildung in Anlehnung an die analytische Induktion erfolgte.¹⁷ Dazu wurde explizit nach Klubs gesucht, die sich im Untersuchungszeitraum sportlich stark verbessert und in einem

⁹ Vgl. Faulstich (2022), S. 49 i.A.a. Schreyögg (2004), S. 15, Hermann (1972), Billings et al. (1980).

¹⁰ Vgl. Faulstich (2022), S. 49 f. i.A.a. Crone (2014), S. 4, Schreyögg (2004), S. 14; Krystek (2002), S. 88; (1987), S. 10; Krystek / Lentz (2013), S. 30 ff.; Appelt (2016), S. 9.

¹¹ Vgl. Faulstich (2022), S. 50 f. i.A.a. Druker / Daumann (2018), S. 68, Krystek / Moldenhauer (2007), S. 50 f.; Leciejewski / Settnik (1997), S. 13; Appelt (2016), S. 13.

¹² Vgl. Faulstich (2022), S. 50 f. i.A.a. Fleege-Althoff (1930); Cezanne (1999), S. 19; Krystek (1987), S. 10; Wildemann (2019), S. 118.

¹³ Vgl. Faulstich (2022), S. 49 i.A.a. Krystek / Lentz (2013), S. 30 f. i.A.a. Fink (2002), Hülsmann (2005), S. 36 f.; Birker (2015), S. 36; Appelt (2016), S. 9 f.

¹⁴ Vgl. Schulenburg (2008), S. 194 f., 200.

¹⁵ Vgl. Faulstich (2022), S. 235 f.

¹⁶ Vgl. Faulstich (2022), S. 236 f.

¹⁷ Die analytische Induktion ist ein Verfahren, in dem zur Absicherung und zum Test der formulierten Theorie absichtlich nach abweichenden und sogar gegensätzlichen Fällen gesucht wird, vgl. Faulstich (2022), S. 236 i.A.a. Flick (2019), S. 482, Bühler-Niederberger (1985), S. 478.

neuen Tabellensegment etabliert haben bzw. nach einem Abstieg direkt wieder aufgestiegen sind.

Obwohl die Klubs persönlich und telefonisch teilnehmen konnten, gelang es nur acht Interviews zu führen (fünf in den Untersuchungsgruppen und drei in den Kontrollgruppen).¹⁸

Die Datenerhebung erfolgte mittels qualitativer Experteninterviews, in denen die Interviewpartner gebeten wurden, den Weg ihres Klubs in die Krise narrativ zu beschreiben. Dadurch sollte eine möglichst umfassende, ganzheitliche und an der Klubperspektive orientierte Analyse der Wirklichkeit entstehen, indem die Interviewten möglichst frei mit wenigen Unterbrechungen detailliert retrospektiv und rekonstruierend erzählten, inklusive persönlicher Erfahrungen und Bewertungen.¹⁹ Die dabei durch die fachlich kompetenten Experten entstandene subjektive Färbung der Ereignisrekonstruktion wurde nach Abwägung der Nachteile von Experteninterviews²⁰ toleriert.²¹

Zur Erfüllung der allgemein an Experten gestellten Anforderungen²² und des langen Untersuchungszeitraums wurden je Klub die Präsidenten und Vorstandsvorsitzenden ausgewählt, da von ihnen erwartet wurde, die Krisenursachen und den Krisenverlauf verstanden zu haben.²³

Die aufgezeichneten und transkribierten Interviews wurden anschließend zu chronologischen Abrissen verdichtet und aus diesen Prozessstrukturen sowie

¹⁸ Vgl. Faulstich (2022), S. 238 ff.

¹⁹ Vgl. Faulstich (2022), S. 242 f. i.A.a. Misoch (2019), S. 37; Meyer / Verl (2019), S. 281; Küsters (2019), S. 687 ff.; Helfferich (2019), S. 672, 676; Schilhaneck (2008), S. 243; Bortz / Döring (2016), S. 358; Gläser / Laudel (2010), S. 41 f.

²⁰ Bspw. zu subjektiven Einschätzungen der Befragten: vgl. Druker / Daumann (2019), S. 72; Schulenburg (2008), S. 66 i.A.a. Reske et al. (1978), S. 22 f., Töpfer (1985), S. 159; Schilhaneck (2008), S. 236 i.A.a. Dann (1983), S. 77, 80; Groeben et al. (1988); Weidemann (2001), S. 5; Kuß (2012), S. 123; Mielke (2010), S. 34 i. A. a. Meuser / Nagel (2005); Olbrich et al. (2012), S. 75; Leciejewski / Settnik (1997), S. 13; Befragungs- und Interpretationsfehler, Interviewer-Bias: vgl. Liebig (2010), S. 23 i.A.a. Krystek (1987), S. 45; Kihm (2006), S. 36 f.; Druker / Daumann (2019), S. 72; Leciejewski / Settnik (1997), S. 13; symbolische Deutung: Mielke (2010), S. 34 i.A.a. Meuser / Nagel (2005); Olbrich et al. (2012), S. 75; selektive Wahrnehmung: Kuß (2012), S. 123; Schilhaneck (2008), S. 236.

²¹ Vgl. Faulstich (2022), S. 242 i.A.a. Misoch (2019), S. 37, 126; Meyer / Verl (2019), S. 281; Helfferich (2019), S. 671; Olbrich et al. (2012), S. 73 ff.; Mielke (2010), S. 34 i.A.a. Meuser / Nagel (2005).

²² Vgl. Helfferich (2019), S. 681 i.A.a. Przyborski / Wohlrab-Sahr (2008), S. 133; Meuser / Nagel (1991), S. 443; 2005, S. 73; Mielke (2010), S. 34; Esipovich (2018), S. 121 i.A.a. Fritsch (2007), Urselmann (1998).

²³ Vgl. Faulstich (2022), S. 237.

Meilensteine extrahiert. Diese konnten untereinander verglichen werden, um systematisch Kombinationen bestimmter Prozessstrukturen und kausal miteinander verbundener Ereignisse aufzudecken.²⁴

7.4 Ergebnisse und Diskussion

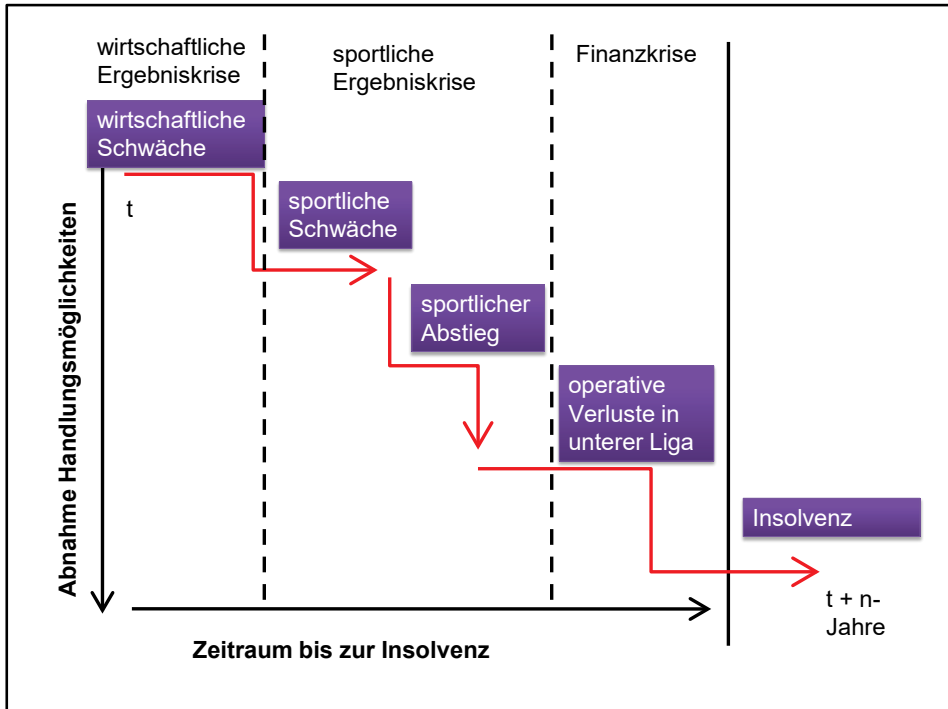
Die Analyse legte ein Muster offen, dem zufolge alle untersuchten Klubs die gleichen Pfade zu den gleichen Meilensteinen (Abbildung 1) führen und die Unterschiede lediglich in der Dauer und Anzahl und somit auch der Intensität der Zwischenschritte liegen,²⁵ was auf eine komplexe Kausalität²⁶ hindeutet und in Abbildung 2 dargestellt wird.

²⁴ Vgl. ebd., S. 247 ff. i.A.a. Misoch (2019), S. 123 f., 271 f., 38 i.A.a. Schütze (1983), S. 284; Meuser / Nagel (1991), S. 452; Küsters (2019), S. 687; Gläser / Laudel (2010), S. 247.

²⁵ Vgl. Faulstich (2022), S. 289. Da nur die Kontrollgruppe der „direkten Wiederaufsteiger“ ausgewertet werden konnte, fließen deren Ergebnisse bis zum sportlichen Abstieg in das Gesamtmodell mit ein. Zudem erlitt nur einer der untersuchten Klubs drei Insolvenzen, weswegen der Pfad zwischen zweiter und dritter Insolvenz eher als erste Tendenz zu bewerten ist.

²⁶ Mehrere kausale Bedingungen führen in Kombination zu einem bestimmten Ergebnis (Meilenstein) und verschiedene derartige Kombinationen zum gleichen Endergebnis (Krise), wodurch Wechselwirkungen zwischen den einzelnen Variablen erklärt werden können. Vgl. Faulstich (2022), S. 289 i.A.a. Legewie (2019), S. 651 i.A.a. Wagemann / Schneider (2010), S. 382.

Abbildung 1: Identifizierte Meilensteine



Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Faulstich 2022, S. 289; Weimar & Szymanski 2017.

Die detailliertere Analyse der Pfade in Abbildung 2 versucht beginnend bei den Anfangszuständen die Quer- und Parallelverbindungen zwischen den einzelnen identifizierten Ursachen und Zwischenschritten darzustellen. Dazu werden die von den Experten genannten Ursachen am oberen Ende des Modells und alle Zwischenschritte bis zur dritten Insolvenz entsprechend ihrer gegenseitigen Abhängigkeiten dargestellt. Hierbei wird deutlich,

- dass die grafische Darstellung als Synthese aller Interviews nicht alle Zwischenschritte, Querverbindungen und Mikrokreisläufe darstellen kann. So wurden bspw. die mehrfach auftretenden Risikofaktoren in späteren Krisenphasen nur noch genannt, aber nicht an jeder auftretenden Stelle erneut komplett mit allen Folgen abgebildet, was zur Mustererkennung dienlich war, aber unvollständig ist. Dies bedingt zudem, dass das Modell zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht alle Situationen detailliert erklären kann.²⁷

²⁷ Vgl. Faulstich (2022), S. 293.

- dass nicht alle Krisen die gleichen Ursachen haben und zwingend alle Krisenphasen durchlaufen müssen, sondern dass einzelne Krisenphasen übersprungen werden können, wie die wirtschaftswissenschaftliche Literatur bereits zeigte.²⁸
- dass einzelne Variablen wie bspw. „Probleme mit Stakeholdern“ und „geringe Stadionauslastung“ in verschiedenen Krisenphasen auftreten, woraus ihre grundsätzliche Bedeutung als Teil der Krise, aber auch ihre geringe Erklärungskraft für den Beginn der Krisenentwicklung abgeleitet werden kann.²⁹
- dass sich mehrere, anfangs voneinander losgelöste Ursachen zu Pfaden vereinen, die die bestehenden Handlungsalternativen einschränken.³⁰ Dies scheint ursächlich dafür zu sein, dass die Pfade bis zum sportlichen Abstieg bzw. bis zur ersten Insolvenz länger sind als die Pfade zwischen den späteren Insolvenzen.³¹ Dies wirft zudem die Frage auf, warum die Pfade in allen Fällen der Untersuchungsgruppe zur Insolvenz führen. Ersten Erkenntnissen zufolge kommt den Ausgangssituationen hierbei nur eine bedingte Erklärungskraft zu. Zwar schränken sie die Entwicklungsmöglichkeiten ein, erzwingen aber keinen bestimmten Pfad. So sind finanzschwache Klubs bspw. nicht gezwungen, durch die Aufnahme von Fremdkapital um Aufstiege zu kämpfen. Sie könnten auch in einer der unteren und für sie finanzierbaren Liga bleiben. Pfade beginnen demnach erst mit der Handlung, weswegen die untersuchten Krisen meist die Folge bestimmter klubinterner Pfadabhängigkeiten³² und nicht externer Schocks im Sinne von Weimar & Szymanski (2017) sind.³³ So liegt in vier der fünf Fälle der Untersuchungsgruppe eine ähnliche Ausgangssituation vor (Traditionsverein mit aktuell schwacher sportlicher und

²⁸ Vgl. ebd., S. 88 i.A.a. Kraus / Haghani (2004), S. 16; Haghani (2004), S. 44; Cezanne (1999) i.A.a. Müller (1986), S. 53; Kash / Darling (1998), S. 181.

²⁹ Vgl. Faulstich (2022), S. 289.

³⁰ Vgl. ebd., S. 291 f. Einschränkend ist anzumerken, dass nur einer der untersuchten Klubs drei Insolvenzen erlitt, weswegen der Pfad zwischen zweiter und dritter Insolvenz eher als erste Tendenz zu bewerten ist.

³¹ Einschränkend bzgl. der Ergebnisse ist hier zu sagen, dass nur wenige der untersuchten Fälle mehr als eine Insolvenz durchlebt haben. Gleichwohl kann hier nicht ausgeschlossen werden, dass die Interviewpartner beim Berichten über die zweite und dritte Insolvenz Zwischenschritte als logisch bzw., wiederholend erachtet und deshalb ausgelassen haben, vgl. Faulstich (2022), S. 323.

³² Pfadabhängigkeit entsteht durch kleine, für sich alleine unbedeutende und zufällige Ereignisse, die den Handlungsspielraum einengen und eine Eigendynamik entwickeln, in deren Folge Entwicklungen nur schwer umgekehrt werden können (vgl. Schreyögg (2014), S. 3 f. i.A.a. Kauffman (1990), Arthur (1988), S. 9 ff.).

³³ vgl. Faulstich (2022), S. 286 ff.

- wirtschaftlicher Leistung, ohne Kapitalisierungsmöglichkeiten, ohne professionelle Strukturen und ohne politisch-gesellschaftliche Vernetzung³⁴), in der Mäzene und Investoren Kontroll- und Governancedefizite zum eigenen Machtausbau ausnutzen, aber dann plan- und strategielos agieren und die Mannschaft durch eigene Finanzmittel auf ein bestimmtes Niveau heben – solange sie sich dies leisten können und leisten wollen.³⁵
- dass weitere, in der Literatur³⁶ bislang unberücksichtigte Risikofaktoren von den Experten genannt wurden. Diese können meist den Schwerpunkten des Personalmanagements,³⁷ der Führung³⁸ und der Finanzierung zugeordnet werden, während externen Effekten nur eine sehr geringe Bedeutung zukommt, was Frick / Prinz³⁹ bereits zeigten.

³⁴ Die Interviews haben gezeigt, dass das Fehlen dieser Kontakte des Klubs auch Folge der selbstzentrierten Führung des Mäzens sein kann, wenn sich dieser bspw. als Mächer oder Retter profilieren will und keine Hilfe neben sich duldet.

³⁵ Vgl. Faulstich (2022), S. 286 ff.

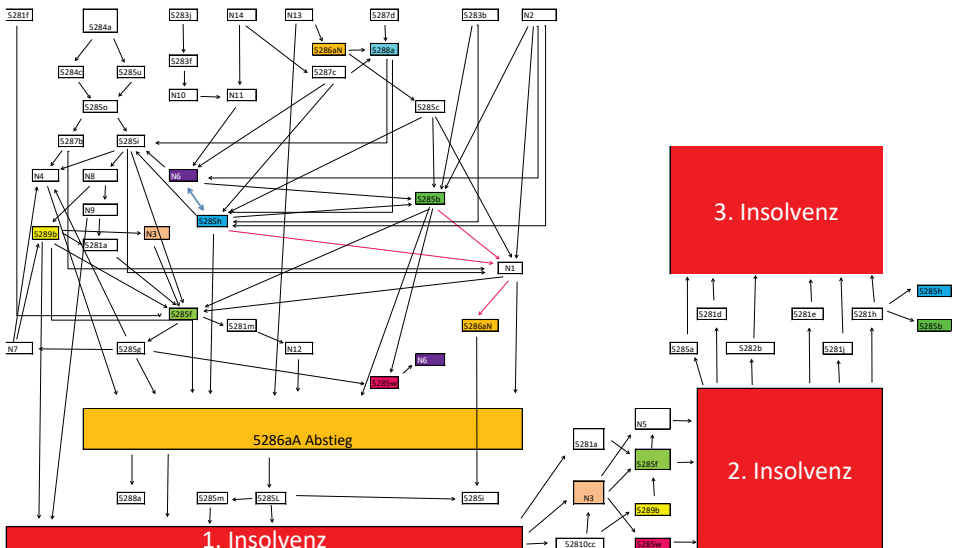
³⁶ Aufgrund der bereits angesprochenen dünnen Forschungsdecke zu Krisenursachen und Krisenverläufen im Profisport wurden zusätzlich wirtschaftswissenschaftliche Studien zu Krisenursachen (Rindfleisch (2011), Krystek / Lentz (2013), Krystek / Moldenhauer (2007), Appelt (2016), Haghani (2004)) und -verläufen (Krystek (1987), Müller (1986), Fink (1986), Hauschildt et al. (2006), Kash / Darling (1998)) ausgewertet, deren extrahierte Krisenursachen das Set der zu prüfenden Risikofaktoren ergänzten.

³⁷ Bspw. Verschlechterung der Teamchemie; Entlassung administrativer Kräfte; Kündigung von Schlüsselspielern; externe Angebote an Schlüsselspieler, die Klub mit höherem Gehalt „kontern“ muss.

³⁸ Bspw. interne Differenzen, Probleme mit Stakeholdern, Disbalance zwischen sportlicher und wirtschaftlicher Entwicklung.

³⁹ Vgl. Frick / Prinz (2006), S. 73.

Abbildung 2: Gesamtmodell der Krisenfade



Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Faulstich (2022), S. 290.

7.5 Fazit

Die Ursachen der Krisenanfälligkeit des europäischen Profifußballs konnten mit Hilfe des entwickelten Forschungsprozesses analysiert werden.

Das formulierte grafische Modell (Abbildung 1) stellt ein in allen untersuchten Fällen⁴⁰ vorhandenes Krisenverlaufsmuster mit gleichen Meilensteinen dar. Diese sind klar definiert; die Anzahl, Länge und Inhalte der Zwischenschritte variieren aufgrund der Pfadabhängigkeiten.⁴¹ Dies prägt auch den Eindruck, dass weder die Komplexität noch die Pfadabhängigkeit allein (anfangs viele Einzelursachen nebeneinander, von denen jede einzelne für sich nicht zu einer Krise führen muss), sondern das Zusammenwirken der getroffenen (Fehl-) Entscheidungen (bspw. in Personalmanagement- und Finanzierungsfragen) die Handlungsmöglichkeiten des Clubs zunehmend einschränken und zur Insolvenz führen.⁴²

Trotz des Nutzens der dargestellten Ergebnisse bezüglich des Fokus auf unternehmensinterne „Baustellen“, wie dem Personalmanagement, eine gesicherte

⁴⁰ In der Kontrollgruppe entsprechend nur bis zum sportlichen Abstieg, Ausgangssituationen in der Kontrollgruppe abweichend.

⁴¹ Vgl. Faulstich (2022), S. 344.

⁴² Vgl. ebd., S. 343; Rindfleisch (2011), S. 136.

Finanzierung und die Notwendigkeit einer professionellen Vermarktung zur zukünftigen Krisenprävention, unterliegen der Forschungsprozess und die Ergebnisse einigen Restriktionen. Restriktionen in Bezug auf die Verallgemeinerung ergeben sich grundlegend aus dem qualitativen Ansatz und der geringen Fallzahl.⁴³ Freilich war das Ziel der Arbeit im aktuellen Grundlagenstadium weniger die Repräsentativität, sondern vielmehr die detaillierte Beschreibung einzelner Entwicklungen zur Typisierung für anschließende Forschungen.⁴⁴

Einschränkend ist zudem darauf hinzuweisen, dass nur einer der untersuchten Klubs drei Insolvenzen erlitten hat, was die Aussagekraft zu den Ursachen der dritten Insolvenz limitiert.⁴⁵ Zudem könnten die Experten die späteren Krisenphasen weniger detailreich beschrieben haben, um Wiederholungen zu vermeiden oder um einfache Lösungen als ‚gesetzesartige‘ Kausalzusammenhänge zu präsentieren, weswegen in späteren Krisenphasen weniger Krisenschritte genannt werden.⁴⁶

Obwohl Krisenursachen und Krisenverlaufsmuster sowie häufig auftretende „Vor-erkrankungen“ identifiziert wurden, sind weitere Forschungen erforderlich. Zwar können Krisen aufgrund ihrer Multikausalität und Komplexität niemals komplett vermieden werden, dennoch kann die Forschung Risikofaktoren identifizieren und Handlungsmöglichkeiten aufzeigen.⁴⁷ Dazu sind bspw. weitere Forschungen zu Exitszenarien aus den Krisenpfaden sowie zur Präzisierung der Risikofaktoren, bspw. durch Ergänzung von Branchendaten und Evolutionsmechanismen als Kontrollgröße, erforderlich.⁴⁸

Dennoch können bereits hier einige praktische Implikationen abgeleitet werden. Diese sind:

- Wirtschaftliche Stabilität als zentrale Voraussetzungen des Unternehmenserfolges
Die Analyse hat gezeigt, dass wirtschaftliche Schwächen sportlichen Schwächen vorausgehen. Demnach ist wirtschaftliche Stabilität, basierend auf 3-4 gleichstarken Säulen und die Entwicklung von bedürfnisgerechten

⁴³ Vgl. Faulstich (2022), S. 347 i.A.a. Esipovich (2018), S. 189. Die Schwierigkeit, Interviewpartner für derartige „negativ“ konnotierte Forschungsprojekte zu finden, ist zudem ein in der Literatur anerkanntes Problem vgl. Druker (2020), S. 92.

⁴⁴ Vgl. Faulstich (2022) i.A.a. Druker / Daumann (2019), S. 79; Schilhaneck (2008), S. 246, Druker (2020), S. 126.

⁴⁵ Vgl. Faulstich (2022), S. 323.

⁴⁶ Vgl. ebd.

⁴⁷ Vgl. ebd., S. 346 i.A.a. Schulenburg (2008), S. 379 f.

⁴⁸ Vgl. Faulstich (2022), S. 346 i.A.a. Kieser / Woywode (2006), S. 339.

Steuerungsprozessen und -werkzeugen die Voraussetzung für und nicht die Folge sportlicher Erfolge.⁴⁹

- Den Fokus von den Spielern ab- und auf die Entwicklung der Administration zu lenken, da das Personalmanagement im administrativen Bereich ein wichtiger Erfolgsfaktor ist.
- Mechanismen der Früherkennung zu installieren und konsequent zu befolgen, um die spezifischen internen und externen Risiken des Profifußballs mittels eines individuellen Risikomanagementsystems zu überwachen, zu steuern und Krisen frühzeitig entgegenzuwirken.⁵⁰

⁴⁹ Vgl. Faulstich (2022), S. 344 i.A.a. Hopfner (2008), S. 1168 f.; Keller (2008), S. 2. i.A.a. Dörnemann (2002), S. 188; S. 6 i.A.a. Schmeh (2005), S. 104; Daumann / Faulstich (2020).

⁵⁰ Vgl. Faulstich (2022), S. 346 i.A.a. Töpfer (2002); Weigel et al. (2018), S. 36.

Literaturverzeichnis

- Andreff, W. (2007): Governance Issue in French Professional Football, in: Rodrigues, P. / Kesenne, S. / Garcia, J. (Hrsg.): Governance and Competition in Professional Sports Leagues, Universidad de Oviedo - Universitätsverlag, S. 53–86.
- Appelt, D. (2016): Sensemaking und Sensegiving in der Sanierung, Springer Fachmedien, Wiesbaden.
- Arthur, W. B. (1988): Self-Reinforcing Mechanisms in Economics, in: Anderson, P.W. / Arrow, K. J. / Pines, D. (Hrsg.): The Economy as an Evolving Complex System, Addison-Wesley, Redwood City, S. 9–31.
- Ascari, G. / Gagnepain, P. (2007): Evaluating Rent Dissipation in the Spanish Football Industry, in: Journal of Sports Economics, Vol. 8, Nr. 5, S. 468–490.
- Ascari, G. / Gagnepain, P. (2006): Spanish Football, in: Journal of Sports Economics, Vol. 7, Nr. 1, S. 76–89.
- Barajas, A. / Rodríguez, P. (2010): Spanish Football Clubs' Finances: Crisis and Player Salaries, in: International Journal of Sport Finance, Vol. 5, Nr. 1, S. 52–66.
- Baroncelli, A. / Lago, U. (2006): Italian Football, in: Journal of Sports Economics, Vol. 7, Nr. 1, S. 13–28.
- Barros, C.P. (2006): Portuguese Football, in: Journal of Sports Economics, Vol. 7, Nr. 1, S. 96–104.
- Benz, M. / Gehring, S. (2012): Krisen im Profifußball, in: Galli, A. / Elter, V.-C. / Gömmel, R. / Holzhäuser, W. / Straub, W. (Hrsg.): Sportmanagement, 2. Aufl., Vahlen, München, S. 279–295.
- Benz, M. / Gehring, S. (2009): Krisen im Profifußball: Chancen und Herausforderungen für Lizenzgeber und Insolvenzverwalter, Boorberg, Stuttgart.
- Billings, R.S. / Milburn, T.W. / Schaalman, M.L. (1980): A model of crisis perception: A theoretical and empirical analysis, in: Administrative Science Quarterly. Vol. 25, S. 300–316.
- Birker, K. (2015): Genese der Unternehmenskrise, in: Pepels, W. (Hrsg.): Handbuch Turnaround-Management, 2. Aufl., Berliner Wissenschafts-Verlag, Berlin. S. 33–50.

- Bortz, J. / Döring, N. (2016): *Forschungsmethoden und Evaluation: für Human- und Sozialwissenschaftler*, 5. Aufl., Springer, Berlin.
- Bridgewater, S. (2010): *Football Management*, Warwick.
- Buraimo, B. / Simmons, R. / Szymanski, S. (2006): English Football, in: *Journal Sports Economics*, Vol. 7, Nr. 1, S. 29–46.
- Bühler-Niederberger, D. (1985): Analytische Induktion als Verfahren qualitativer Methodologie, in: *Zeitschrift für Soziologie*. 14. Jg., Nr. 6, S. 475–485.
- Canepa, A. (2010): Über das „Managen“ eines Profi-Fussballclubs, in: *25 Jahre Unternehmertum: Festschrift für Giorgio Behr, Versus*, Zürich, S. 173–178.
- Cezanne, M. (1999): *Krisenmanagement und Komplexität: betriebswirtschaftliche Krisentheorie im Kontext multioptionalen Konsumentenverhaltens*, Deutscher Universitätsverlag, Wiesbaden.
- Cooper, C. / Joyce, Y. (2013): Insolvency practice in the field of football, in: *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 38, Nr. 2, S. 108–129.
- Crone, A. (2014): Die Unternehmenskrise, in: Crone, A. / Werner, H. (Hrsg.): *Moderne Sanierungsmanagement: Sanierungskonzepte, Finanzinstrumente, Insolvenzverfahren, Haftungsrisiken, Arbeitsrecht und Verhandlungsführung*, 4. Aufl., Vahlen, München, S. 3–15.
- Dann, H.-D. (1983): Subjektive Theorien: Irrweg oder Forschungsprogramm? Zwischenbilanz eines kognitiven Konstrukts, in: Montada, L. / Reusser, K. / Steiner, G. (Hrsg.): *Kognition und Handeln: Hans Aebli zum 60. Geburtstag*, Klett-Cotta, Stuttgart, S. 77–92.
- Daumann, F. / Faulstich, S. (2020): *Personalmanagement im Profifußball*, UVK-Verlag, München.
- Dejonghe, T. / Vandeweghe, H. (2006): Belgian Football, in: *Journal of Sports Economics*, Vol. 7, Nr. 1, S. 105–113.
- Dietl, H. / Franck, E. (2007): Governance failure and financial crisis in German Football, in: *Journal of Sports Economics*, Vol. 8, Nr. 6, S. 662–669.
- Dietl, H. / Pauli, M. (2002): Die Finanzierung von Fußballstadien: Überlegungen am Beispiel des deutschen Profifußballs, in: Albach, H. / Frick, B. (Hrsg.): *Sportökonomie: Zeitschrift für Betriebswirtschaft-Ergänzungsheft 4/ 2002*, Gabler, Wiesbaden, S. 239–262.

- Dobson, S. / Goddard, J.A. (2004): Revenue Divergence and Competitive Balance in a Divisional Sports League, in: *Scottish Journal of Political Economy*, Vol. 51, Nr. 3, S. 359–376.
- Doherty, A. (2013): Investing in sport management: The value of good theory, in: *Sport Management Review*, Vol. 16, S. 5–11.
- Dörnemann, J. (2002): Controlling für Profi-Sport-Organisationen – dargestellt am Beispiel der Deutschen Fußballbundesliga, Vahlen, München.
- Druker, K. (2020): Management wirtschaftlicher Krisen im deutschen Profifußball, Dissertation Universität Jena,
- Druker, K. / Daumann, F. (2018): Wirtschaftliche Krisen im Profifußball – eine systematische Literaturübersicht, in: Königstorfer, J. (Hrsg.): *Innovationsökonomie und -management im Sport*, Hofmann, Schorndorf, S. 65–85.
- Druker, K. / Daumann, F. (2019): Realtypische Verläufe wirtschaftlicher Krisen im deutschen Profifußball: Ableitung eines Modells anhand einer qualitativen (Medien-) Inhaltsanalyse für 10 deutsche Clubs der ersten 3 Ligen im Zeitraum der Saisons 2008/09 bis 2017/18, in: *Sciamus – Sport und Management*, Jg. 10, Nr. 2, S. 68–105.
- Esipovich, L. (2018): Erfolgsfaktoren im Vereinsmanagement: Eine empirische Untersuchung am Beispiel der Sportvereine des Landessportbundes Thüringen, Dissertation Universität Jena.
- Faulstich, S. (2022): Ursachen sportlicher und wirtschaftlicher Krisen in professionellen Fußballorganisationen: Eine Analyse der höchsten deutschen Spielklassen zwischen 1990 und 2018, UVK-Verlag, München.
- Fink, S. (2002): *Crisis management: Planning for the inevitable*, Lincoln.
- Fink, S. (1986): *Crisis Management, Planning for the Inevitable*, New York.
- Fischer, H. (1984): Die wirtschaftliche Lage der 1. Bundesliga im Fußball, in: Heinemann, K. (Hrsg.): *Texte zur Ökonomie des Sports*. Hofmann, Schorndorf, S. 52-71.
- Fleege-Althoff, F. (1930): *Die notleidende Unternehmung*, Stuttgart.
- Flick, U. (2019): Gütekriterien qualitativer Sozialforschung, in: Baur, N. / Blasius, J. (Hrsg.): *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*, Springer VS, Wiesbaden, S. 473–488.

- Franck, E. (2014): Financial Fair Play in European Club Football: What Is It All About?, in: *International Journal of Sport Finance*, Vol. 9, Nr. 3, S. 193–217.
- Frick, B. / Prinz, J. (2006): Crisis? What Crisis? Football in Germany, in: *Journal of Sports Economics*, Vol. 7, Nr. 1, S. 60–75.
- Frick, B. / Wallbrecht, B. (2012): Infant mortality of professional sports clubs, in: *Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik*, Jg. 232, Nr. 3, S. 360–389.
- Fritsch, N. (2007): *Erfolgsfaktoren im Stiftungsmanagement: Erfolgsfaktorenforschung im Nonprofit-Sektor*, Gabler Wiesbaden.
- Fritz, T. (2006): *Fußball und Strategie*, Hampp, München, Mehring.
- Gerrard, B. (2006): *The Economics of Association Football*, Volume 2, Edward Elgar, Cheltenham, S. 85–119.
- Gläser, J. / Laudel, G. (2010): *Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse*, 4. Aufl., Wiesbaden.
- Golla, G. (2002): *Personalfuktuation und Unternehmenserfolg: die relative Bedeutung allgemeinen und spezifischen Humankapitals für die Performance professioneller Sport-Teams*. Universität Greifswald. .
- Groeben, N. / Wahl, D. / Schlee, J. / Scheele, B. (1988): *Das Forschungsprogramm Subjektive Theorien: Eine Einführung in die Psychologie des reflexiven Subjekts*, Francke, Tübingen.
- Gutiérrez-Fernández, M. / Talavero-Álvarez, F.J. / Coca-Perez, J.L. (2017): Economic and financial analysis of bankruptcy of football teams, in: Peris-Ortiz, M. / Alvarez-Garcia, J. / Del Rio Rama, M. (Hrsg.): *Sports management as an emerging economic activity*, Springer, Cham, S. 155–182.
- Haas, O. (2002): *Controlling der Fußballunternehmen: Management und Wirtschaft in Sportvereinen*. Erich Schmidt, Berlin.
- Haghani, S. (2004): *Strategische Krisen von Unternehmen und praxisorientierte Möglichkeiten ihrer Früherkennung*, in: Bickhoff, N. / Blatz, M. / Eilenberger, G. / Haghani, S. / Kraus, K.-J. (Hrsg.): *Die Unternehmenskrise als Chance: innovative Ansätze zur Sanierung und Restrukturierung*, Springer, Berlin, Heidelberg, S. 41–66.
- Hamil, S. (2014): Financial fair play - why loss-making is a problem. The Example of the English Football League in: Budzinski, O./ Feddersen, A. (Hrsg.): *Contemporary research in sports economics. Proceedings of the 5th ESEA Conference* Peter Lang, Frankfurt a.M., S. 35–56.

- Hauschildt, J. / Grape, C. / Schindler, M. (2006): Typologien von Unternehmenskrisen im Wandel, in: *Die Betriebswirtschaft*, Vol. 66, Nr. 1, S. 7–25.
- Helfferrich, C. (2019): Leitfaden- und Experteninterviews, in: Baur, N. / Blasius, J. (Hrsg.): *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*, 2. Aufl., Springer VS, Wiesbaden, S. 669–686.
- Hermann, C.F. (1972): *International Crisis*, The Free Press, New York.
- Hopfner, K. (2008): Spezielle Bewertungsfragen die Rechnungslegung eines Fußball-Unternehmens, in: *Zeitschrift für das gesamte Kreditwesen*, Nr. 22/2008, S. 1167–1169.
- Hülsmann, M. (2005): Ad-hoc-Krise – eine begriffliche Annäherung, in: Burmann, C./ Freiling, J./ Hülsmann, M. (Hrsg.): *Management von Ad-hoc-Krisen: Grundlagen, Strategien, Erfolgsfaktoren*, Gabler, Wiesbaden, S. 33–59.
- Hüppi, M. (2014): Führung im modernen Fußball, in: *Marketing Review St. Gallen*, Vol. 31, Nr. 2, S. 84–92.
- Jennett, N. (1984): Attendances, Uncertainty of Outcome and Policy in Scottish League Football, in: *Scottish Journal of Political Economy*, Vol. 31 Nr. 2, S. 176–198.
- Jennett, N. / Sloane, J.P. (1985): The Future of League Football: A Critique of the Report of the Chester Committee of Enquiry, in: *Leisure Studies*, Vol. 4, Nr. 1, S 39–56.
- Kash, T.J. / Darling, J.R. (1998): Crisis management: Prevention, diagnosis and intervention, in: *Leadership & Organization Development Journal*, Vol. 19, Nr. 4, S. 179–186.
- Kauffman, S. A. (1990): The Sciences of Complexity and “Origins of Order”, in: *PSA: Proceedings of the Biennial Meeting of the Philosophy of Science Association*, Vol. 2, S. 299–322.
- Keller, C. (2008): *Steuerung von Fußballunternehmen: Finanziellen und sportlichen Erfolg langfristig gestalten*, Schmidt, Berlin.
- Keller, C. (2006): *Corporate Finance im Profifußball: Erfolgsfaktoren, Strategien und Instrumente für die Finanzierung von Fußballunternehmen*, ibidem-Verlag, Stuttgart.
- Kern, M. (2007): *Besonderheiten der Unternehmensfinanzierung und Investitionseffizienz im professionellen Fußball*, Dr. Kovac, Hamburg.

- Kern, M. / Haas, O. / Dworak, A. (2002): Finanzierungsmöglichkeiten für die Fußball-Bundesliga und andere Profisportligen, in: Galli, A. (Hrsg.): Sportmanagement: Grundlagen der unternehmerischen Führung im Sport aus Betriebswirtschaftslehre, Steuern und Recht für den Sportmanager, Vahlen, München, S. 395–447.
- Késenne, S. (2010): The financial situation of the football clubs in the Belgian Jupiler league, in: International Journal of Sport Finance, Vol. 5, Nr. 1, S. 67–71.
- Kieser, A. / Woywode, M. (2006): Evolutionstheoretische Ansätze, in: Kieser, A./ Ebers, M. (Hrsg.): Organisationstheorien, 6. Aufl., Kohlhammer, Stuttgart, S. 309–352.
- Kihm, A. (2006): Ursachen von Unternehmenskrisen, in: Blöse, J./ Kihm, A. (Hrsg.): Unternehmenskrisen: Ursachen-Sanierungskonzepte-Krisenvorsorge-Steuern, Erich Schmidt, Berlin.
- Kipker, I. (2002): Die ökonomische Strukturierung von Teamsportwettbewerben, Shaker, Aachen.
- Kloch, O. (2013): Controlling im Profi-Fußball: Möglichkeiten und Grenzen für die Steuerbarkeit von sportlichen Erfolgen, Bachelor + Master Publishing Hamburg.
- Kraus, K.-J. / Haghani, S. (2004): Krisenverlauf und Krisenbewältigung: der aktuelle Stand, in: Bickhoff, N. / Blatz, M. / Eilenberger, G. / Haghani, S. / Kraus, K.-J. (Hrsg.): Die Unternehmenskrise als Chance: innovative Ansätze zur Sanierung und Restrukturierung, Springer, Berlin, Heidelberg, S. 13–38.
- Krystek, U. (2002): Unternehmenskrisen: Vermeidung und Bewältigung, in: Pastors, P. M. (Hrsg.): Risiken des Unternehmens – vorbeugen und meistern, Hampp, München/ Mehring, S. 87–134.
- Krystek, U. (1987): Unternehmenskrisen: Beschreibung, Vermeidung und Bewältigung überlebenskritischer Prozesse in Unternehmungen, Gabler, Wiesbaden.
- Krystek, U. / Lentz, M. (2013): Unternehmenskrisen: Beschreibung, Ursachen, Verlauf und Wirkungen überlebenskritischer Prozesse in Unternehmen, in: Thießen, A. (Hrsg.): Handbuch Krisenmanagement, Springer VS, Wiesbaden, S. 29–51.

- Krystek, U. / Moldenhauer, R. (2007): Handbuch Krisen- und Restrukturierungsmanagement. Generelle Konzepte, Spezialprobleme, Praxisberichte, Kohlhammer, Stuttgart.
- Kupfer, F.A.T. (2006): Erfolgreiches Fussballclub Management: Analysen – Beispiele – Lösungen, 2. Aufl., Die Werkstatt, Göttingen.
- Kuß, A. (2012): Marktforschung. Grundlagen der Datenerhebung und Datenanalyse, 4. Aufl., Springer Gabler, Wiesbaden.
- Küsters, I. (2019): Narratives Interview, in: Baur, N. / Blasius, J. (Hrsg.): Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung, 2. Aufl., Springer VS, Wiesbaden, S. 687–693.
- Leciejewski, K. / Settnik, U. (1997): Zur betriebswirtschaftlichen Analyse von Unternehmenskrisen: Anmerkungen zu theoretischen und praktischen Fragen, Magdeburg, Otto-von-Guericke-Univ., Lehrstuhl BWL V, Fak. für Wirtschaftswissenschaft.
- Legewie, N. (2019): Qualitative Comparative Analysis, in: Baur, N. / Blasius, J. (Hrsg.): Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung, 2. Aufl. Springer VS, Wiesbaden, S. 649–665.
- Lehmann, E. / Weigand, J. (1997): Money Makes the Ball Go Round: Fußball als ökonomisches Phänomen, in: IfO Studien. Zeitschrift für empirische Wirtschaftsforschung, Vol. 43, Nr. 3, S. 381–409.
- Liebig, M. (2010): Reaktivierungsmanagement von Not leidenden Unternehmen: Sanierungsmöglichkeiten im Rahmen der Insolvenzordnung, Gabler, Wiesbaden.
- Meuser, D. / Nagel, U. (2005): ExpertInneninterviews – vielfach erprobt, wenig bedacht, in: A. Bogner (Hrsg.): Das Experteninterview: Theorie, Methode, Anwendung, 2. Aufl., Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, S. 71–93.
- Meuser, D. / Nagel, U. (1991): ExpertInneninterviews – vielfach erprobt, wenig bedacht, in: Garz, D. / Kraimer, K. (Hrsg.): Qualitativ-empirische Sozialforschung: Konzepte, Methoden, Analysen, Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, S. 441–471.
- Meyer, C. / Verl, M. zu (2019): Ergebnispräsentation in der qualitativen Forschung, in: Baur, N. / Blasius, J. (Hrsg.): Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung, Springer VS, Wiesbaden, S. 271–289.

- Mielke, G. (2010): Vermarktung des Spitzenhandballs: Eine ökonomische Analyse der Handball-Bundesliga Frauen, Dissertation Ruhr-Universität Bochum 2009, Gabler Wiesbaden.
- Misoch, S. (2019): Qualitative Interviews, 2. Aufl., De Gruyter Oldenbourg, Berlin / Boston.
- Morrow, S. (2006): Scottish Football: It's a funny old Business, in: Journal of Sport Economics, Vol. 7, Nr. 1, S. 90–95.
- Müller, R. (1986): Krisenmanagement in der Unternehmung: Vorgehen, Maßnahmen und Organisation, 2. Aufl., Lang, Frankfurt am Main, Bern.
- Nicoliello, M. / Zampatti, D. (2016): Football clubs' profitability after the Financial Fair Play regulation: evidence from Italy, in: Sport, Business and Management, Vol. 6, Nr. 4, S. 460–475.
- Olbrich, R. / Battenfeld, D. / Buhr, C.-C. (2012): Marktforschung: Ein einführendes Lehr- und Übungsbuch, Springer Gabler, Berlin / Heidelberg.
- Prochazka, D. (2012): Financial conditions and transparency of the Czech professional football clubs, in: Prague economic papers, Vol. 21, Nr. 4, S. 504–521.
- Przyborski, A. / Wohlrab-Sahr, M. (2019): Forschungsdesign für die qualitative Sozialforschung, in: Baur, N. / Blasius, J. (Hrsg.): Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung, Springer VS, Wiesbaden, S. 105–123.
- Reske, W. / Brandenburg, A. / Mortsiefer, H.J. (1978): Insolvenzursachen mittelständischer Betriebe: Eine empirische Analyse, 2. Aufl., Schwartz, Göttingen.
- Rindfleisch, H. (2011): Insolvenz und Rigidität: Eine theoretische und empirische Ursachenanalyse auf Basis von Insolvenzplänen, Gabler, Wiesbaden.
- Schilhaneck, M. (2008): Zielorientiertes Management von Fußballunternehmen: Konzepte und Begründungen für ein erfolgreiches Marken- und Kundenbindungsmanagement, Gabler, Wiesbaden.
- Schmeh, K. (2005): Titel, Tore, Transaktionen, Redline Wirtschaft, Heidelberg.
- Schneider, G. (2018): «Fall Vienna» - Insolvenz, Zwangsabstieg und die Folgen: Anmerkungen zum Beschluss des Obersten Gerichtshofs vom 15. November 2017; 1 Ob 153/17g, in: Causa Sport 2018, Nr. 4, S. 402–410.

- Schreyögg, G. (2014): Pfadabhängigkeit und Pfadbruch in Unternehmen, in: Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, Sonderheft 68/14, S. 1–17.
- Schreyögg, G. (2004): Krisenmanagement: Theoretische Grundlagen und praktische Maßnahmen, in: Heintzen, M. / Kruschwitz, L. (Hrsg.): Unternehmen in der Krise, Duncker & Humblot, Berlin, S. 13–36.
- Schulenburg, N. (2008): Entstehung von Unternehmenskrisen: Eine evolutionstheoretische Erklärung, Gabler, Wiesbaden.
- Schütze, F. (1983): Biographieforschung und narratives Interview, in: Neue Praxis, 13. Jg., Nr. 3, S. 283–293.
- Spohr, P. (2003): Eine vergleichende Analyse von Verfahren zur Bewertung von Fußballunternehmen, in: Berens, W. / Schewe, G. (Hrsg.): Profifußball und Ökonomie, Dr. Kovac, Hamburg, S. 1343–158.
- Ströfer, J. (1982): Berufsfußballspieler" als "Aktivposten" in den Steuerbilanzen der Bundesligavereine?, in: Betriebs-Berater, 37(18), 1087-1098.
- Szabo, L. (2016): Insolvenz und Sanierung von Sportclubs nach dem ESUG, JWV Jenaer Wissenschaftliche Verlagsgesellschaft, Jena.
- Szymanski, S. (2015): Money and football: A Soccernomics Guide, Nation Books, New York.
- Szymanski, S. (2014): Insolvency in English football, in: Goddard, J. / Sloane, P. (Hrsg.): Handbook on the Economics of Professional Football, Edward Elgar, Cheltenham, Northampton, S. 100–116.
- Szymanski, S. / Smith, R. (1997): The English football industry: Profit, performance and industrial structure, in: Szymanski, S. (2010): Football Economics and Policy, Palgrave Macmillan, New York.
- Szymanski, S. / Weimar, D. (2017): Insolvencies in Professional Sports: A German Sonderweg?! Working Paper Universität Duisburg-Essen.
- Thiel, A. / Meier, H. (2004): Überleben durch Abwehr: Zur Lernfähigkeit des Sportvereins, in: Sport und Gesellschaft, Jg. 1, Nr. 2, S. 103–122.
- Töpfer, A. (2002): Issue-, Risiko- und Krisenmanagement im Dreiklang, in: Pas-tors, P.M. / PIKS (Hrsg.): Risiken des Unternehmens vorbeugen und meistern, Hampp, München / Mering, S. 243–270.

- Töpfer, A. (1985): Analyse von Insolvenzursachen, in: Schminke, E. / Töpfer, A. (Hrsg.): Krisenmanagement und Sanierungsstrategien, Verlag Moderne Industrie, Landsberg a. L., S. 158–171.
- Urselmann, M. (1998): Erfolgsfaktoren im Fundraising von Nonprofit-Organisationen, Dt. Universitätsverlag, Wiesbaden.
- Vöpel, H. (2013): Is financial fairplay really justified? An economic and legal assessment of UEFA's Financial Fair Play Rules, HWWI Policy Paper Nr. 79, Hamburg
- Vöpel, H. (2011): Fußball-Management: Mikroökonomische und spieltheoretische Modellierung von Managemententscheidungen im Profifußball, HWWI Working Paper, Hamburg.
- Wadsack, R. (2006): Krisenmanagement für Sportbetriebe: Eine betriebswirtschaftliche Einführung, in: Wadsack, R. / Cherkeh, R. / Büdingen, C. von / Hamel, R. (Hrsg.): Krisenmanagement in Sportbetrieben, Lang, Frankfurt am Main, S. 13–70.
- Wagemann, C./ Schneider, C. Q. (2010): Qualitative Comparative Analysis (QCA) and Fuzzy-Sets: Agenda for a Research Approach and a Data Analysis Technique, in: Comparative Sociology, Vol. 9, Nr. 3, S. 376–396.
- Weidemann, D. (2001): Learning about „Face“: „Subjective Theories“ as a Construct in Analysing Intercultural Learning Process of Germans in Taiwan, in: Forum Qualitative Sozialforschung, Online-Journal Vol. 2, Nr. 3. <http://qualitative-research.net/fqs/fqs-eng>.
- Weigel, C. / Hiebl, M.R.W. / Wiedemann, A. (2018): Vom Risk Management zur Risk Governance, in: Controlling & Management Review, Nr. 1/ 2018, S. 34–40.
- Wildemann, H. (2011): Lehren aus der Krise-Zukunft besser gestalten, in: Tiberius, V. (Hrsg.): Zukunftsorientierung in der Betriebswirtschaftslehre, Gabler, Wiesbaden, S. 106–120.
- Ziebs, A. (2004): Ist sportlicher Erfolg käuflich? Eine diskriminanzanalytische Untersuchung der zentralen Erfolgsfaktoren in der Fußball-Bundesliga, in: Sport und Gesellschaft, Vol. 1, Nr. 1, S. 30–49.
- Ziebs, A. (2002): Ist Erfolg käuflich? Analysen und Überlegungen zur sozioökonomischen Realität des Berufsfußballs, Utz, München.

***Doping als Wettbewerbsverzerrung –
Die Aufgaben der Nationalen Anti Doping Agentur***

Lars Mortsiefer

Autorenkontakt

Dr. Lars Mortsiefer

Vorstandsvorsitzender der Nationalen Anti Doping Agentur

E-Mail: lars.mortsiefer@nada.de

Abstract

Sportler, aber auch Ärzte oder Trainer, die gegen Anti-Doping-Bestimmungen verstoßen, verstoßen gleichzeitig gegen das *Fair Play* und untergraben die Integrität des Sports. Sie verursachen Verzerrungen der Ergebnisse des sportlichen Wettbewerbs und nehmen in Kauf, dass sauberen Athleten ihr Moment auf dem Siegereppchen verwehrt bleibt. Nicht zu vergessen sind die finanziellen Schäden – sowohl durch den Wegfall von Fördermitteln für die Sportler als auch die Imageschäden bei den Sponsoren. Doping schadet nicht nur den Wettbewerbsteilnehmern, sondern auch den Zuschauern, Sportveranstaltern und Sponsoren, die ihr Vermögen in fairen Sport stecken. Daher besteht ein erhebliches Interesse daran, den Sport vor diesen existenzbedrohenden Risiken zu schützen.

Voraussetzung und Grundlage für die Integrität des sportlichen Wettbewerbs ist, dass dieser den Prinzipien von *Fairness*, Chancengleichheit und gegenseitigem Respekt unterliegt. Vor diesem Hintergrund hat sich die Anti-Doping-Arbeit entwickelt. Sie ist die Antwort auf Herausforderungen, die sich über die Jahre im Sport immer wieder ergeben haben.

Als gemeinnützige Stiftung des privaten Rechts hat sich die Nationale Anti Doping Agentur Deutschland (NADA) den Schutz der sauberen Sportler zur Aufgabe gemacht. Sie ist eine unabhängige Instanz, die als Kompetenzzentrum für die Anti-Doping-Arbeit in Deutschland alle Kräfte für einen dopingfreien Sport in einer Organisation bündelt. Die Anti-Doping-Arbeit der NADA stützt sich dabei auf zwei Säulen: Neben einem effektiven Dopingkontrollsystem sind präventive Maßnahmen und Angebote elementar für das übergeordnete Ziel sauberer Leistungen von Athleten.

Die Umsetzung der Anti-Doping-Arbeit und die Verhinderung von Wettbewerbsverzerrung können dabei nur durch ein robustes Regelwerk und das Zusammenwirken aller (Leistungs-) Beteiligten funktionieren. In Deutschland bilden Sport- und Strafrecht eine besondere Basis zum Schutz der Integrität des sportlichen Wettbewerbs.

Inhalt

Abstract.....	176
Abkürzungsverzeichnis.....	177
8.1 Einleitung	178
8.2 Entwicklung der Anti-Doping-Arbeit.....	178
8.2.1 Sportrecht: Der Welt Anti-Doping Code	182
8.2.2 Strafrecht: Das Anti-Doping-Gesetz.....	183
8.2.3 Zusammenspiel von sportrechtlichen und staatlichen Vorschriften.	186
8.3 Umsetzung der Vorgaben in Deutschland – das Zwei-Säulen-Modell	187
8.3.1 Plädoyer für Prävention.....	187
8.3.2 Das Dopingkontrollsystem	188
8.3.3 Die dritte Säule: Intelligence- & Investigations-Arbeit.....	189
8.4 Fazit	190
Literaturverzeichnis	191

Abkürzungsverzeichnis

IOC	Internationale Olympische Komitee
IPC	Internationale Paralympische Komitee
NADA	Nationale Anti Doping Agentur Deutschland
NADC	Nationaler Anti-Doping Code
NOK	Nationalen Olympischen Komitees
WADA	Welt Anti-Doping Agentur
WADC	Welt Anti-Doping Code

8.1 Einleitung

Wer gegen die Prinzipien des *Fair Plays* verstößt, verstößt gegen die wichtigen sportlichen Werte und untergräbt die Integrität des Sports. Sportliche Wettbewerbe werden verzerrt. Sauberen Sportlern wird der Moment der Siegerehrung genommen. In der Konsequenz verursacht Doping finanzielle Schäden für Sponsoren, Zuschauer, Sportveranstalter und jeden, der sein Vermögen in fairen Sport investiert. Gleichzeitig leidet der gesamte Leistungssport, denn Doping wirkt sich auch auf den Nachwuchsbereich aus, wie zum Beispiel im Radsport deutlich sichtbar wird. Daher besteht ein erhebliches Interesse daran, den Sport vor diesen existenzbedrohenden Risiken zu schützen.

Die Anti-Doping-Arbeit ist die Antwort auf diese Herausforderungen und dient dem Schutz der Integrität und der sportlichen Werte wie Fairness, Chancengleichheit und gegenseitigen Respekt. Der Welt Anti-Doping Code als weltweit gültiges Regelwerk stellt die Basis zur Umsetzung der Anti-Doping-Arbeit international dar. Er ist die harmonisierte Grundlage, um gemeinsam im internationalen Sport für *Fair Play* einzustehen.

Im folgenden Text soll es darum gehen, die rechtlichen Grundlage der Anti-Doping-Arbeit – mit besonderem Blick auf die deutsche Situation mit einem sportrechtlichen und strafrechtlichen Regelrahmen – und die darauf basierenden Maßnahmen für den sauberen Sport in Deutschland zu erläutern.

8.2 Entwicklung der Anti-Doping-Arbeit

Der Grundstein für die moderne Anti-Doping-Arbeit wurde am 16. November 1989 gelegt, als die damalige Bundesregierung das UNESCO-Übereinkommen gegen Doping im Sport unterzeichnete.¹ Zehn Jahre später, im Jahr 1999, wurde die Welt Anti-Doping Agentur (WADA) gegründet, die seitdem in Montreal (Kanada) beheimatet ist. Mit Gründung der WADA wurde die Anti-Doping-Arbeit erstmals außerhalb des Sports organisiert. Die Aufgaben lagen zuvor beim Internationalen Olympischen Komitee (IOC) und den internationalen Verbänden.²

Mit der Gründung der WADA hat sich die Sportgemeinschaft die Aufgabe gesetzt, notwendige und angemessene Maßnahmen zu ergreifen, um Sportler vor Doping zu schützen. Der WADA kommt in diesem Bereich eine Schlüsselrolle für die Wahrung der internationalen Chancengleichheit zu. Sie wurde als eigenständige

¹ Vgl. UNESCO-Abkommen gegen Doping Sport (2005).

² Vgl. Welt Anti-Doping Agentur (2023) Who we are.

Organisation außerhalb der Sportverbände gegründet, um sich international für dopingfreien Sport einzusetzen und saubere Athleten zu schützen. Finanziert wird sie durch Mittel der Länder, die sich zur Umsetzung der Anti-Doping-Arbeit verpflichtet haben und der Sportverbände.³ Ihre Governance-Strukturen unterliegen seit einigen Jahren einem Veränderungsprozess. Ziel ist es, die bisher hauptsächlich von den Unterzeichnerländern und dem Sport geprägten Strukturen, unabhängiger von Einflüssen aus dem Sport zu gestalten. Mittlerweile haben auch Athleten, Nationale Anti-Doping-Organisationen und unabhängige Personen Stimmrechte in den Führungsgremien erhalten.⁴

Nach Gründung der WADA folgte die Konstituierung Nationaler Anti-Doping-Organisationen (NADOs) auf nationaler Ebene und ihre schrittweise Entwicklung. Die Umsetzung des Welt Anti-Doping Codes (WADC)⁵ in Deutschland übernimmt die Stiftung Nationale Anti Doping Agentur Deutschland, kurz NADA. Sie wurde im Jahr 2022 in Bonn gegründet. Die Gründungsmitglieder, Bund, Länder, Wirtschaft und Sport, trugen zum Stiftungskapital bei. Die aus dem Stiftungskapital erwirtschafteten Zinsen reichten allerdings nicht aus, um die der NADA übertragenen Aufgaben zu erfüllen. Daher finanzierte die NADA sich zusätzlich aus Zuwendungen ihrer Stakeholder. Seit dem 1. Januar 2020 ist sie durch den Bund institutionell gefördert.⁶

Die Vorgaben der WADA werden national durch die NADA im sogenannten Nationalen Anti-Doping Code (NADC)⁷ umgesetzt. Die NADA ist die maßgebliche Instanz für sauberen Sport in Deutschland und als gemeinnützige Stiftung des bürgerlichen Rechts unabhängig. Im Juli 2002 wurde sie in Bonn gegründet und am 21. November des gleichen Jahres von der Stiftungsaufsicht anerkannt. Am 1. Januar 2003 startete die NADA mit dem operativen Geschäft.⁸ Seither verfolgt sie ihren Stiftungszweck und setzt sich für Fairness und Chancengleichheit im Spitzensport ein. Zu den Aufgaben der NADA zählen sowohl die Durchführung der Dopingkontrollen bei deutschen Athleten⁹, als auch die Schulung und Information von Sportlern, Betreuern, Trainern, Ärzten, Apothekern und weiteren Beteiligten rund um das Thema Anti-Doping in Form von Vorträgen, elektronischen

³ Vgl. Welt Anti-Doping Agentur (2023) Who we are, Funding.

⁴ Vgl. Welt Anti-Doping Agentur (2023) Membership of the Executive Board.

⁵ Vgl. Welt Anti-Doping Agentur (2021) Word Anti-Doping Code.

⁶ Vgl. Nationale Anti Doping Agentur (2023) Organisation.

⁷ Vgl. Nationale Anti Doping Agentur (2021) Nationaler Anti-Doping Code.

⁸ Vgl. Nationale Anti Doping Agentur (2023) Organisation.

⁹ Vgl. Nationale Anti Doping Agentur (2023) Standard für Dopingkontrollen und Ermittlungen.

und Print-Medien sowie E-Learning-Programmen und Datenbanken.¹⁰ Weiterhin zählen zu ihren Aufgaben die Erteilung von Auskünften zu medizinischen Fragestellungen, die Ausstellung Medizinischer Ausnahmegenehmigungen¹¹, die Verfolgung von Verstößen gegen die Anti-Doping-Bestimmungen¹², die Zusammenarbeit mit staatlichen Ermittlungsbehörden¹³ sowie die internationale Zusammenarbeit mit Anti-Doping-Organisationen anderer Länder, internationalen Sportfachverbänden, dem internationalen Mitgliedsorgan aller Nationalen Anti-Doping-Organisationen iNADO¹⁴ und der Welt Anti-Doping Agentur. Die NADA sieht ihre Arbeit immer im internationalen Kontext, arbeitet eng mit Partnern aus aller Welt zusammen und trägt damit ihren Teil dazu bei, die weltweite Chancengleichheit zu fördern sowie die Werte des Sports zu erhalten.

Neben der WADA und den Nationalen Anti-Doping-Organisationen gib es weitere Akteure der internationalen Anti-Doping-Arbeit. Dazu zählen die internationalen Verbände. Sie sind auf internationaler Ebene verantwortlich für die Anti-Doping-Arbeit. Für die Anti-Doping-Arbeit während der Olympischen Spiele ist das IOC und für die Paralympischen Spiele das IPC verantwortlich. Zumeist werden diese Kontrollen in Zusammenarbeit mit der Nationalen Anti-Doping-Organisation des ausrichtenden Landes durchgeführt. Weiterhin nahm im Jahr 2018 die vom IOC ins Leben gerufene *International Testing Agency* (ITA)¹⁵ ihre Arbeit auf, um u. a. die Durchführung von Kontrollen bei Olympischen Spielen zu organisieren. Die WADA hat bei den Olympischen und Paralympischen Spielen bei der Durchführung der Kontrollen und der Analysen eine Berater- und Beobachterrolle inne. Für die Durchführung von Dopingkontrollen und Präventionsmaßnahmen bei internationalen Wettkämpfen sind die internationalen Verbände verantwortlich.¹⁶ Einige internationale Verbände kooperieren bei der Durchführung der Kontrollen auch mit den Nationalen Anti-Doping-Organisationen vor Ort oder mit der International Testing Agency (ITA).

¹⁰ Vgl. Nationale Anti Doping Agentur (2021) Standard für Dopingprävention.

¹¹ Vgl. Nationale Anti Doping Agentur (2023) Standard für Medizinische Ausnahmegenehmigungen.

¹² Vgl. Nationale Anti Doping Agentur (2023) Standard für Ergebnismanagement-/Disziplinarverfahren.

¹³ Vgl. Nationale Anti Doping Agentur (2023) Standard für Dopingkontrollen und Ermittlungen.

¹⁴ Vgl. www.inado.org.

¹⁵ Vgl. ita.sport.

¹⁶ Vgl. Welt Anti-Doping Agentur (2021) World Anti-Doping Code.

Nur von der WADA akkreditierte Labore dürfen Proben aus Dopingkontrollen analysieren.¹⁷ Labore, die die Analyse von Dopingkontrollen für Sportarten gemäß des WADCs durchführen, müssen eine Akkreditierung der WADA haben und aufrechterhalten. Der Internationale Standard für Labore¹⁸ und die zugehörigen technischen Dokumente legen die Kriterien fest, die für die Akkreditierung und Re-Akkreditierung erfüllt sein müssen. Außerdem legen sie Standards fest, die für die Erstellung gültiger Testergebnisse und Beweisdaten erfüllt sein müssen.

Auf rechtlicher Ebene ist der internationale Sportschiedsgerichtshof entscheidend. Zu Beginn der 80er Jahre veranlasste die Zunahme internationaler Streitigkeiten im Sport und das Fehlen einer unabhängigen Behörde, die sich auf sportbezogene Probleme spezialisierte und verbindliche Entscheidungen treffen konnte, die führenden Sportorganisationen dazu, die Gründung eines internationalen Sportschiedsgerichts (CAS) anzustreben. 1983 ratifizierte das IOC offiziell die Statuten des internationalen Sportschiedsgerichts, die am 30. Juni 1984 in Kraft traten.¹⁹ Das Schiedsgericht ist seither auch für Anti-Doping-Streitigkeiten verantwortlich.

Regierungen haben viele Verantwortlichkeiten in der Anti-Doping-Arbeit. Sie haben auch Befugnisse, die Sportorganisationen nicht haben. Ihre Aufgabe ist es, Dopingkontrollen auf nationaler Ebene zu ermöglichen und zu unterstützen. Sie fördern die Kennzeichnung von Produkten, die möglicherweise verbotene Substanzen enthalten und können rechtlich die Vermarktung und den Vertrieb regeln. Sie können die finanzielle Unterstützung bei Dopingfällen beeinflussen, Maßnahmen gegen Produktion und Handel von Dopingsubstanzen regeln, Verhaltenskodizes für am Sport beteiligtes Personal fördern und sind maßgeblich an der Finanzierung der Anti-Doping-Arbeit, der Dopingpräventionsarbeit und Forschung beteiligt.²⁰

Die WADA hat das Programm der Regionalen Anti-Doping-Organisationen (RADO) im Jahr 2004 ins Leben gerufen, um den Schutz des sauberen Sports durch die Entwicklung innovativer Anti-Doping-Strategien in strukturschwachen Ländern zu stärken. Das Programm unterstützt unterfinanzierte und unterbe-

¹⁷ Vgl. ebd.

¹⁸ Vgl. Welt Anti-Doping Agentur (2021) International Standard for Laboratories.

¹⁹ Vgl. History of the CAS/TAS.

²⁰ Vgl. Welt Anti-Doping Agentur (2023) Governments.

setzte Nationale Anti-Doping-Organisationen und Nationale Olympische Komitees, die als NADOs fungieren, mit Finanzmitteln, Schulungen und weiteren Maßnahmen.²¹

8.2.1 Sportrecht: Der Welt-Anti-Doping Code

Das zentrale Instrument für die Umsetzung eines dopingfreien Sports ist der 2004 eingeführte Welt Anti-Doping Code (WADC)²². Das sportartenübergreifende und weltweit gültige Anti-Doping-Regelwerk bildet dabei die maßgebliche Grundlage für die Verfolgung und Bestrafung von Dopingverstößen im Sport. Aktuell gilt der WADC aus dem Jahr 2021.

Der WADC enthält Vorgaben für den Ablauf von Dopingkontrollen, die Analyse, die Beantragung einer Medizinischen Ausnahmegenehmigung (*Therapeutic Use Exemption*, kurz TUE) sowie Sanktionen.

Neben dem WADC, der das grundlegende Regelwerk darstellt, erarbeitete die WADA die sogenannten "*International Standards*"²³. Diese detaillierten Ausführungsbestimmungen zum WADC regeln einzelne praxisrelevante Bereiche. Aktuell gültige Standards sind die Standards für *Code Compliance by Signatories*, Datenschutz, Dopingkontrollen und Ermittlungen, *Laboratories*, Medizinische Ausnahmegenehmigungen, *Results Management* (Ergebnismanagement- und Disziplinarverfahren), sowie die Verbotliste. Daneben existieren weitergehende Richtlinien (*Guidelines*) und technische Dokumente als Ausführungshilfen.

Die im WADC durch die WADA festgelegten Standards gelten für alle am organisierten Sport beteiligten Organisationen und Mitglieder und sind bindend. Alle Unterzeichner der UNESCO-Konvention gegen Doping und Unterzeichner des WADC sind verpflichtet, die Vorgaben des Codes umzusetzen.²⁴ Zu den Unterzeichnern der UNESCO-Konvention gehören weltweit über 190 Staaten, die sich zur Umsetzung der Anti-Doping-Arbeit verpflichten. Deutschland hat die Konvention im Jahr 2007 ratifiziert.²⁵ Zu den Unterzeichnern des WADC gehören das IOC, das Internationale Paralympische Komitee (IPC) und die Nationalen Olympischen Komitees (NOK) sowie die Nationalen und Regionalen Anti-Doping-Organisationen.

²¹ Vgl. Welt Anti-Doping Agentur (2023) RADOs.

²² Vgl. Welt Anti-Doping Agentur (2021) World Anti-Doping Code.

²³ Vgl. Welt Anti-Doping Agentur, International Standards.

²⁴ Vgl. UNESCO, Liste der Unterzeichner.

²⁵ Vgl. Beschlussempfehlung des Deutschen Bundestages.

Alle Sportfachverbände olympischer und darüber hinaus auch einiger nicht-olympischer Sportarten haben sich in Deutschland zur Umsetzung des WADC/NADC verpflichtet.²⁶ Die sportrechtlichen Regelungen betreffen somit alle Athleten sowie Betreuer, die durch eine Vereinbarung mit ihrem Sportfachverband und der NADA oder ihrem internationalen Sportfachverband an die Anti-Doping-Bestimmungen angebunden sind. Diese Vereinbarung wird in der Regel bei der Kaderauswahl oder bei der Anmeldung zu größeren Wettkämpfen und Turnieren geschlossen.

8.2.2 Strafrecht: Das Anti-Doping-Gesetz

Nicht nur auf sportrechtlicher Ebene wird Doping durch die NADA verfolgt, seit Dezember 2015 ist Doping im Strafrecht verankert.²⁷ Hintermänner, die Doping unterstützen, begünstigen oder maßgeblich mitgestalten, unterlaufen die wichtigen Werte des Sports. Mit der Strafbarkeit des Selbstdopings und des uneingeschränkten Besitzes von Dopingsubstanzen ist ein neues Kapitel in der Dopingbekämpfung aufgeschlagen worden. Selbstdoping bezeichnet das Doping von Leistungssportler, die sich zum Zwecke der Leistungssteigerung und der Vorteilsverschaffung im Sport selber dopen. Erstmals rücken somit dopende Sportler in den Mittelpunkt der Strafvorschriften. Die Strafbarkeit von Selbstdoping gilt für alle Sportler, die als Mitglied eines Testpools im Rahmen des Dopingkontrollsystems Trainingskontrollen der NADA unterliegen oder durch ihren Sport erhebliche Einnahmen erzielen. Erheblich sind Einnahmen, die deutlich über die bloße Kostenerstattung hinausgehen.

Strafbar ist zudem der Erwerb und Besitz von geringen Mengen an Dopingmitteln für den Zweck des Selbstdopings. Dabei ist die Zweckbestimmung ausschlaggebend für die Verwirklichung des Tatbestandes.

Das Anti-Doping-Gesetz (AntiDopG) bezieht sich jedoch nicht ausschließlich auf die aktiven Athleten, sondern auch auf deren Umfeld. Die Strafbarkeit für Hintermänner, die Doping initiieren, wird verschärft. Der unerlaubte Umgang und die unerlaubte Anwendung zum Zwecke des Dopings sind im Gesetz aufgenommen. Somit können sich insbesondere auch Trainer, Betreuer, (Mannschafts-)Ärzte und Funktionäre nach dem Anti-Doping-Gesetz strafbar machen, wenn sie ein Dopingmittel herstellen, mit ihm Handel treiben, es veräußern, abgeben, auf

²⁶ Vgl. DOSB (2007).

²⁷ Vgl. Bundesgesetzblatt, Anti-Doping-Gesetz.

sonstigem Weg in den Verkehr bringen, verschreiben oder ein Dopingmittel oder eine Dopingmethode bei einer anderen Person anwenden.

Anlagen zum AntiDopG sind die jeweils aktuelle Verbotliste²⁸ und die Dopingmittel-Mengen-Verordnung (DmMV).²⁹ Die DmMV legt für Deutschland die sogenannten nicht geringen Mengen ausgewählter Dopingsubstanzen fest, die sich am Ein-Monats-Bedarf dieser Substanzen, wenn sie therapeutisch eingesetzt werden würden, orientieren. Gemäß § 7 AntiDopG ist in der Packungsbeilage von Arzneimitteln, die Substanzen der Verbotliste enthalten, der Doping-Warnhinweis „Die Anwendung des Arzneimittels kann bei Dopingkontrollen zu positiven Ergebnissen führen“ anzugeben. Zu beachten ist, dass der Doping-Warnhinweis in gedruckten Packungsbeilagen häufig nicht aktuell ist, da sich die Verbotliste jährlich ändert, Packungsbeilagen aber in der Regel nicht jährlich angepasst werden. Darüber hinaus sind Arzneimittel-Hersteller angehalten, in der Packungsbeilage darauf hinzuweisen, wenn aus dem Fehlgebrauch des Arzneimittels zu Zwecken des Dopings im Sport eine Gesundheitsgefährdung folgen kann. Für Arzneimittel, die nach homöopathischen Zubereitungsverfahren hergestellt werden, entfallen diese Hinweise.

Neben Sperrzeiten auf Grundlage des NADC sind für dopende Sportler nun auch strafrechtliche Konsequenzen möglich. Verstöße können mit Bußgeldern oder auch mit einer Freiheitsstrafe von bis zu drei Jahren belegt werden. Das AntiDopG wurde 2019 evaluiert und auf Basis der Änderungsvorschläge zuletzt im August 2021 im Wortlaut geändert. Erstmals enthält das Gesetz die sogenannte Kronzeugenregelung, die auch durch die NADA im Evaluierungsprozess eingebracht wurde.³⁰

Die Einführung neuer und die Verschärfung bestehender Straftatbestände, die zuvor in Teilen im Arzneimittelgesetz erfasst waren, haben zur Folge, dass bei dem Verdacht auf einen Dopingverstoß nun auch die staatlichen Ermittlungsbehörden, wie Polizei und Staatsanwaltschaft, intensiver als bisher ermitteln können. Das schließt unter bestimmten Umständen auch Hausdurchsuchungen bei den betroffenen Sportlern sowie bei deren Umfeld mit ein. Den Strafverfolgungsbehörden soll die Möglichkeit gegeben werden, Dopingnetzwerke aufzudecken und zu zerschlagen. Unterstützer riskieren, für das Verbrechen zusammen mit den Athleten festgenommen zu werden.

²⁸ Vgl. Aktuelle Verbotliste der Welt Anti-Doping Agentur (2023).

²⁹ Vgl. Bundesgesetzblatt (2020) Dopingmittel-Mengen-Verordnung.

³⁰ Vgl. Nationalen Anti Doping Agentur (2019) Stellungnahmen zur Änderung des Anti-Doping-Gesetzes.

Die Arbeit der NADA wurde durch das Gesetz gestärkt, unter anderem durch Rechtsvorschriften für die Übermittlung von Daten an staatliche Ermittlungsstellen gemäß den Datenschutzstandards für die Erhebung, Verarbeitung und Nutzung personenbezogener Daten von Sportlern. Das Anti-Doping-Gesetz ist der Grundstein für die heutige Zusammenarbeit zwischen der NADA und staatlichen Ermittlungsbehörden.

Die Koordinierung der Anti-Doping-Arbeit durch die NADA und die Zusammenarbeit mit den staatlichen Ermittlungsbehörden sind der Schlüssel zum Erfolg, um Dopingnetzwerke aufzudecken und die sauberen Sportler noch besser schützen zu können. Die Operation Aderlass³¹, bei der ein weltweit agierendes, kriminelles Netzwerk autologe³² Bluttransfusionen an Spitzensportlern durchführte, ist ein Beispiel für eine fruchtbare Zusammenarbeit zwischen der NADA und staatlichen Ermittlungsbeamten.

Die NADA hat die Zusammenarbeit mit den staatlichen Ermittlungsstellen seither deutlich intensiviert. Immer mehr Schwerpunktstaatsanwaltschaften entstanden. Neben München, Freiburg und Zweibrücken sind nun auch in Rostock und in Düsseldorf spezialisierte Staatsanwälte mit der Ermittlungsarbeit betraut.³³

Auch international gibt es mittlerweile mehrere Länder, die Doping als Straftatbestand im Gesetz aufgenommen haben. So zählen Spanien, Italien und auch das Nachbarland Österreich dazu.

Das anonyme Hinweisgebersystem "SPRICH'S AN"³⁴ der NADA hat sich in diesem Rahmen als wichtige Anlaufstelle für Athleten, Trainer, Sportärzten oder sonstigen dem Sport nahestehenden Personen etabliert. Sie alle haben die Möglichkeit, (anonyme) Hinweise über mögliche Doping-Verdachtsfälle im Sport an die NADA zu geben. Das zentrale Hinweisgebersystem der NADA zeigt seine hohe Bedeutung für die Kommunikation zwischen denjenigen, die helfen wollen, Doping und Missstände im (Leistungs-)Sport aufzudecken einerseits und den Institutionen, die sich glaubhaft und nachhaltig für den fairen, gerechten und vor allem integren Sport einsetzen. Es dient als belastbare Brücke und Verbindungselement zwischen Hinweisgeber (engl. *Whistleblower*) und zuständigen Stellen. Fehlen diese Brücken zu Whistleblowern, können entscheidende Hinweise bei der Aufdeckung von Dopingverstößen fehlen. Gleichzeitig funktioniert die Zusam-

³¹ Vgl. Cycling News (2021) zur Geschichte der Operation Aderlass.

³² Bluttransfusionen, die vom eigenen Körper abgenommen und zugeführt werden.

³³ Vgl. Nationale Anti Doping Agentur, Jahresberichte.

³⁴ Vgl. Hinweisgebersystem der Nationalen Anti Doping Agentur.

menarbeit nur bei einem entsprechenden Schutz der Whistleblower, wie am Beispiel der Stepanows³⁵ zu erkennen ist. Sie mussten ihre Heimat aufgrund der Aufdeckung von Verstößen gegen die Anti-Doping-Richtlinien verlassen. Durch einen entsprechenden rechtlichen Schutz von Whistleblowern erhoffen sich die Verfolgungsbehörden die nötigen Informationen zur Aufdeckung von Dopingvergehen zu erhalten.

Das anonyme Hinweisgebersystem der NADA kann dabei nicht nur für den Bereich der Anti-Doping-Arbeit Anwendung finden, sondern auch für alle weiteren Integritätsthemen im Sport ein wichtiger Baustein werden. Denn Doping ist nur ein Teil der Integritäts- und Wertedebatte und im Kontext weiterer Phänomene wie Spielmanipulation, Wettbetrug, Korruption und aller Formen von Gewalt im Sport zu betrachten. Der Prävention wird dabei ein besonders hoher Stellenwert beigemessen.

8.2.3 Zusammenspiel von sportrechtlichen und staatlichen Vorschriften

Der NADC und das Anti-Doping-Gesetz existieren unabhängig voneinander. Zwar bildet das Gesetz die Grundlage für den Informationsaustausch zwischen der NADA und den Strafverfolgungsbehörden, Verstöße werden jedoch nur auf der Basis des jeweiligen Regelwerkes geahndet. Potenzielle Verstöße gegen den NADC werden vor einem Sportschiedsgericht verhandelt, solche gegen das Anti-Doping-Gesetz vor einem staatlichen Gericht. Unterschiedliche Bewertungen der potenziellen Verstöße sind also möglich. Es kann durchaus passieren, dass im sportrechtlichen Verfahren ein Verstoß gegen den NADC 2015 festgestellt wird, im staatlichen Gerichtsverfahren jedoch ein Freispruch erfolgt. In staatlichen Verfahren liegt zudem die Beweislast immer auf Seiten der Ermittlungsbehörden. Eine Beweislastumkehr nach NADC 2021 (wie im Fall eines positiven Analyseergebnisses) ist nicht möglich.

Grundsätzlich gilt, dass das Anti-Doping-Gesetz für die Athleten sowie ihr Umfeld keine neuen Verbote bringt. Die darin aufgeführten Tatbestände sind bereits im NADC erfasst. Die neue Möglichkeit der strafrechtlichen Sanktionierung verschärft die negativen Konsequenzen für Dopernde und ihre Unterstützer.

³⁵ Die Stepanows waren maßgeblich an der Aufdeckung der Dopinghintergründe in Russland beteiligt.

8.3 Umsetzung der Vorgaben in Deutschland – das Zwei-Säulen-Modell

8.3.1 Plädoyer für Prävention

Dopingprävention ist ein weiterer essenzieller Bestandteil der Anti-Doping-Arbeit zur Erhaltung der sportlichen Werte und zur Verhinderung von Dopingverstößen. Der seit dem 1. Januar 2021 gültige Standard für Dopingprävention³⁶ macht Vorgaben zur Umsetzung von Präventionsmaßnahmen im Sport. Prävention muss sich dabei auf den Aufbau von entsprechenden Strukturen zur Verhinderung von Doping beziehen genauso wie auf die Aufklärungsmaßnahmen der Sportler sowie ihres Umfeldes.

Präventionsmaßnahmen stellen auch bei der NADA einen Schwerpunkt dar, denn gerade dieser Bereich spiegelt die breite gesellschaftspolitische und soziale Verantwortung der Stiftung wider. Oberstes Ziel ist schließlich, Doping zu verhindern und einen fairen Sport zu ermöglichen.

Mit dem Präventionsprogramm „GEMEINSAM GEGEN DOPING“²⁸ unterstützt die NADA Athleten und ihr sportliches Umfeld für saubere Leistung. Gerade junge Athleten sollen nachhaltig für dopingfreien Sport sensibilisiert werden und konkrete Hilfestellung für ihren Alltag erhalten.

Die Nachwuchssportlerinnen und -sportler bilden die Kernzielgruppe der Präventionsangebote, denn effektive Prävention muss bereits frühzeitig in der sportlichen Karriere ansetzen. Neben der genannten Kernzielgruppe richtet sich das Angebot jedoch auch an das Umfeld der Sportler, denn dieses trägt entscheidend zur Realisierung aufrichtiger sportlicher Karrieren bei. Das Programm und insbesondere die damit einhergehende Haltung müssen von den Strukturen des Sports mitgetragen und umgesetzt werden.

Die Wertevermittlung ist zentraler Mittelpunkt des pädagogischen Ansatzes. Ethische entscheidungs- und moralische Verhaltenstrainings sind fester Bestandteil der Schulungen mit jungen Athleten, bei denen sie zur Reflexion ihres Verhaltens angeregt werden.

Im Rahmen der Dopingprävention ist es nicht zuletzt von entscheidender Bedeutung, diese nicht auf den Leistungssport zu beschränken. Die Einnahme leistungssteigernder Substanzen ist schon lange kein ausschließliches Thema des Leistungssports mehr. Der Missbrauch von Substanzen im Breitensport ist ein stetig wachsendes Problem und die gesundheitlichen Folgen für die Gesellschaft

³⁶ Nationale Anti Doping Agentur Deutschland (2021) Standard für Dopingprävention.

sind kaum abzuschätzen³⁷. Die Grundlagen hierfür liegen im gesellschaftlichen Streben nach Perfektion im beruflichen, schulischen, universitären oder sportlichen Kontext. Personen des öffentlichen Lebens, wie u. a. Influencer in den sozialen Medien, und die Werbung prägen das körperliche Leitbild und wirken als Vorbild speziell für junge Menschen. Die Orientierung an diesen Idealen sowie der gesellschaftliche Druck, diese möglichst schnell zu erreichen, um „einfach mithalten zu können und akzeptiert zu werden“, führt häufig zur Nutzung von Substanzen mit dem Ziel der Leistungssteigerung. Diese gesellschaftliche Akzeptanz-Tendenz erweist sich als problematisch für ein Verbot im Sport, da es in den Sport hineinwirkt. Daher ist Aufklärung eines der wichtigsten Elemente.

Auch in Pandemiezeiten war es daher wichtig, die Athleten weiterhin aufzuklären. Eines dieser Projekte ist die *e-Participation App*³⁸. Das Projekt, das der aktiven Einbindung der Sportler in die Dopingprävention dient, wurde auf Initiative des Bundesinstituts für Sportwissenschaft (BISp) in Kooperation mit der NADA und unter Beteiligung von Athleten Deutschland e. V. entwickelt. Unter dem Credo "mobile-first" ist die Web-App hauptsächlich für den Einsatz über mobile Endgeräte entwickelt. Sie wird gezielt in Präventionsveranstaltungen eingesetzt und über das Web-Angebot des Präventionsprogramms "GEMEINSAM GEGEN DOPING" zu erreichen sein. Es ist ein Beispiel der anwendungsbezogenen Präventionsarbeit, der eine zielgruppenspezifische Herangehensweise verdeutlicht.

8.3.2 Das Dopingkontrollsystem

Die zweite Säule einer effektiven Anti-Doping-Arbeit stellt die Umsetzung eines einheitlichen Dopingkontrollsystems für Deutschland dar. Zum Schutz der sauberen Athleten organisiert die NADA Kontrollen sowohl außerhalb als auch innerhalb von Wettkämpfen. Basis stellt der *International Standard for Testing and Investigations (ISTI)*³⁹ der WADA dar.

Trainingskontrollen sind Dopingkontrollen, die unangekündigt außerhalb von Wettkämpfen durchgeführt werden. Neben den Nationalen Anti-Doping-Organisationen führen auch die internationalen Verbände Dopingkontrollen außerhalb des Wettkampfes durch. Trainingskontrollen werden in Deutschland bei allen Athleten durchgeführt, die in einem Testpool der NADA erfasst sind. Sie können

³⁷ Vgl. Robert Koch Institut (2011).

³⁸ Vgl. Nationale Anti Doping Agentur (2020) *e-Participation App*.

³⁹ Vgl. Welt Anti-Doping Agentur (2023) *International Standard for Testing and Investigations*.

nicht nur während des Trainings, sondern auch zu Hause oder im Urlaub erfolgen, da es wichtig ist, völlig überraschend und damit unberechenbar zu kontrollieren.

Voraussetzung für eine Trainingskontrolle ist, dass der zu kontrollierende Athlet unter Berücksichtigung seiner Leistung in einem der vier Testpools: Registered Testing Pool (RTP), Nationaler Testpool (NTP), Allgemeiner Testpool (ATP), Team Testpool (TTP) der NADA erfasst ist.

Die gezielte Auswahl der rund 8.500 Athleten, die sich in einem Testpool der NADA für eine Trainingskontrolle befinden, erfolgt unter anderem unter Berücksichtigung zweier Prinzipien:

- Konzentration auf Spitzenathletinnen und -athleten: Diese befinden sich in der Regel im RTP und zum Teil im NTP.
- Konzentration auf Athleten, deren Sportart einer höheren Risikogruppe (A = hohes Dopingrisiko, B = mittleres Dopingrisiko, C = geringes Dopingrisiko) zugeordnet werden.

Neben den sogenannten Trainingskontrollen führt die NADA Kontrollen im Wettkampf durch, sogenannte Wettkampfkontrollen. Neben den Nationalen Anti-Doping-Organisationen führen auch die internationalen Verbände Wettkampfkontrollen durch.

Bei Wettkampfkontrollen können alle Sportler kontrolliert werden, die an (inter-)nationalen und regionalen Wettkämpfen teilnehmen. Die Auswahl der Wettkämpfe, bei denen die NADA Kontrollen durchführt, konzentriert sich auf die Veranstaltungen, bei denen ein höheres Leistungsniveau zu erwarten ist. Ferner besteht – analog zu den Trainingskontrollen – auch hier eine Konzentration auf dopinggefährdete Sportarten. Die Auswahl der Athleten kann sowohl nach Platzierung oder per Los oder gezielt auf Basis konkreter Hinweise erfolgen. Darüber hinaus kann ein Athlet auch jederzeit gezielt für eine Kontrolle vorgesehen werden.

Die NADA legt fest und entscheidet, welcher Athlet kontrolliert wird. Proben werden in einem von der WADA akkreditierten Labor analysiert.

8.3.3 Die dritte Säule: Intelligence- & Investigations-Arbeit

Die *Intelligence- & Investigations-Arbeit* spielt eine entscheidende Rolle für sauberen Sport. Ziel dieser Arbeit ist es, durch die Sammlung und gezielte Auswer-

tung von Daten und Hinweisen, Erkenntnisse zur Aufdeckung möglicher Verstöße gegen Anti-Doping-Bestimmungen ohne positive Analyseergebnisse zu gewinnen. Basis dieser Arbeit stellt auch der *International Standard for Testing and Investigations (ISTI)*⁴⁰ der WADA dar. Die NADA nutzt diese Informationen vor allem, um zielgerichtet kontrollieren zu können und damit die Zeitfenster für Dopingmöglichkeiten zu verkleinern. Das Hinweisgebersystem „SPRICH'S AN“ ist dabei fester Bestandteil der Arbeit und bindet *Whistleblower* in der Arbeit ein. Weiterhin spielt im Bereich *Intelligence and Investigations* die Zusammenarbeit mit staatlichen Ermittlungsbehörden eine zentrale Rolle.

8.4 Fazit

Die Umsetzung der Anti-Doping-Arbeit und die Verhinderung von Wettbewerbsverzerrung können nur durch ein belastbares Regelwerk und die Bündelung von Kräften funktionieren. Der Welt Anti-Doping Code und der in Deutschland gültige Nationale Anti-Doping Code bilden auf sportrechtlicher Ebene dafür eine gelungene Basis. Auf strafrechtlicher Ebene hat Deutschland das Anti-Doping-Gesetz etabliert, das die Arbeit der NADA seit Ende 2015 unterstützt. Insbesondere die Zusammenarbeit mit staatlichen Ermittlungsstellen erweist sich als gewinnbringend und ist ein essenzieller Baustein für den sauberen Sport in Deutschland. Das Hinweisgebersystem „SPRICH'S AN“ der NADA bietet *Whistleblowern* die Möglichkeit, sich aktiv an der Aufdeckung von Dopingtatbeständen zu beteiligen und die *Intelligence und Investigations*-Arbeit zielgerichtet zu unterstützen.

Das durch die NADA auf Basis der sportrechtlichen Vorgaben etablierte Zwei-Säulen-Modell aus Dopingprävention auf der einen und Dopingkontrollen auf der anderen Seite, trägt dazu bei, Wettbewerbsverzerrung durch Doping zu verhindern. Während in der Prävention Athleten im Rahmen der Verhaltensprävention aufgeklärt und Strukturen in der Verhältnisprävention hinterfragt und verbessert werden, zielt das Kontrollsystem darauf ab, Fehlverhalten durch gezielt geplante Dopingkontrollen aufzudecken und zu sanktionieren.

Alle diese Maßnahmen tragen dazu bei, Wettbewerbsverzerrung durch Doping zu verhindern und die sauberen Sportler zu schützen mit dem Ziel, die Integrität des Sports zu bewahren.

⁴⁰ Vgl. ebd.

Literaturverzeichnis

- Bundesgesetzblatt (2015): Gesetz zur Bekämpfung von Doping im Sport. URL: https://www.bgbl.de/xaver/bgbl/start.xav?startbk=Bundesanzeiger_BGBl#_bgbl_%2F%2F*%5B%40attr_id%3D%27bgbl115s2210.pdf%27%5D__1668174049852 (Abruf am 11.11.2022).
- Bundesgesetzblatt (2020): Verordnung zur Festlegung der nicht geringen Menge von Dopingmitteln (Dopingmittel-Mengen-Verordnung – DmMV).
- Cycling News (2021): Austrian doping: A complete history of Operation Aderlass vom 12. Januar 2021, URL: <https://www.cyclingnews.com/features/austrian-doping-a-complete-history-of-operation-aderlass/> (Abruf am 31.01.2023).
- Deutscher Bundestag (2007): Beschlussempfehlung Entwurf eines Gesetzes zu dem Internationalen Übereinkommen vom 19. Oktober 2005 gegen Doping im Sport, URL: <https://dserver.bundestag.de/btd/16/040/1604077.pdf> (Abruf am 31.01.2023).
- Deutscher Olympischer Sportbund (2007): Deutschland tritt internationalem Übereinkommen gegen Doping bei vom 7. Juni 2007, URL: <https://www.dosb.de/sonderseiten/news/news-detail/news/deutschland-tritt-internationalem-uebereinkommen-gegen-doping-bei> (Abruf am 31.01.2023).
- Internationaler Sportschiedsgerichtshof (2022): History of the CAS, URL: <https://www.tas-cas.org/en/general-information/history-of-the-cas.html> (Abruf am 11.11.2022).
- Nationale Anti Doping Agentur (2011): Stiftungsverfassung der Nationalen Anti Doping Agentur, URL: https://www.nada.de/fileadmin/nada/SERVICE/Downloads/2011_Verfassung_der_Stiftung_NADA.pdf (Abruf am 31.01.2023).
- Nationale Anti Doping Agentur (2019) Stellungnahme zur Änderung des Anti-Doping-Gesetzes, URL: https://www.bmj.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/DE/Antidoping_Kronzeugenregelung.html (Abruf am 31.01.2023).
- Nationale Anti Doping Agentur (2020): e-Participation in der Dopingprävention vom 29. September 2020, URL: <https://www.nada.de/service/news/newsdetail/e-participation-in-der-dopingpraevention-digitale-mitsprache-fuer-athletinnen-und-athleten> (Abruf am 31.01.2023).

- Nationale Anti Doping Agentur (2021): Nationaler Anti-Doping Code 2021, URL: https://www.nada.de/fileadmin/nada/SERVICE/Downloads/Recht/2021_NADC21.pdf (Abruf am 11.11.2022).
- Nationale Anti Doping Agentur (2021) Standard für Dopingprävention, URL: https://www.nada.de/fileadmin/nada/SERVICE/Downloads/Regelwerke/20201222_SfDP_final.pdf (Abruf am 31.01.2023).
- Nationale Anti Doping Agentur (2023): Organisation Nationale Anti Doping Agentur, URL: <https://www.nada.de/nada/organisation#c12049> (Abruf am 31.01.2023).
- Nationale Anti Doping Agentur (2023): Standard für Medizinische Ausnahme genehmigungen, URL: https://www.nada.de/fileadmin/nada/SERVICE/Downloads/Standards/2023_Standard_fuer_Medizinische_Ausnahmegenehmigungen_Version_8.pdf (Abruf am 31.01.2023).
- Nationale Anti Doping Agentur (2023): Standard für Ergebnismanagement-/Disziplinarverfahren, URL: https://www.nada.de/fileadmin/nada/SERVICE/Downloads/Standards/2023_Standard_fuer_Ergebnismanagement_Disziplinarverfahren_Version_3.pdf (Abruf am 31.01.2023).
- Nationale Anti Doping Agentur (2023) Standard für Dopingkontrollen und Ermittlungen, URL: https://www.nada.de/fileadmin/nada/SERVICE/Downloads/Standards/2023_Standard_fuer_Dopingkontrollen_und_Ermittlungen_Version_8.pdf (Abruf am 31.01.2023).
- Nationale Anti-Doping Agentur (2023): SPRICH'S AN, URL: <https://www.nada.de/nada/sprichs-an> (Abruf am 30.01.2023).
- Robert Koch Institut (2011): Studie zum Konsum Leistungssteigernder Mittel in Alltag und Freizeit, URL: https://www.rki.de/DE/Content/Gesundheitsmonitoring/Studien/Weitere_Studien/Kolibri/kolibri.pdf?__blob=publicationFile (Abruf am 31.01.2023).
- Sportschau (2021): WADA überprüft Status von Cannabis als Dopingmittel vom 15. September 2021, URL: <https://www.sportschau.de/doping/wada-pruefung-cannabis-verbot-100.html> (Abruf am 31.01.2023).
- UNESCO (2005): International Convention against Doping in Sport, URL: <https://en.unesco.org/themes/sport-and-anti-doping/convention> (Abruf am 11.11.2022).

- UNESCO (2021): Implementation of standard setting instruments, URL: <https://www.wada-ama.org/en/what-we-do/world-anti-doping-code> (Abruf am 31.01.2023)
- Welt Anti-Doping Agentur (2021): International Standard for Education, URL: <https://www.wada-ama.org/en/resources/world-anti-doping-program/international-standard-education-ise> (Abruf am 11.11.2022).
- Welt Anti-Doping Agentur (2021): International Standard for Testing and Investigations. URL: <https://www.wada-ama.org/en/resources/world-anti-doping-program/international-standard-testing-and-investigations-isti> (Abruf am 11.11.2022).
- Welt Anti-Doping Agentur (2021): World Anti-Doping Code 2021, URL: <https://www.wada-ama.org/en/resources/world-anti-doping-program/world-anti-doping-code> (Abruf am 11.11.2022).
- Welt Anti-Doping Agentur (2021): International Standard for Laboratories, URL: <https://www.wada-ama.org/en/resources/world-anti-doping-program/international-standard-laboratories-isl> (Abruf am 30.01.2023).
- Welt Anti-Doping Agentur (2021): International Standards, URL: <https://www.wada-ama.org/en/what-we-do/international-standards> (Abruf am 30.01.2023).
- Welt Anti-Doping Agentur (2023): Governments, URL: <https://www.wada-ama.org/en/anti-doping-partners/governments> (Abruf am 31.01.2023).
- Welt Anti-Doping Agentur (2023): Prohibited List, URL: <https://www.wada-ama.org/en/resources/world-anti-doping-program/prohibited-list> (Abruf am 31.01.2023).
- Welt Anti-Doping Agentur (2023): RADOs, URL: <https://www.wada-ama.org/en/anti-doping-partners/regional-anti-doping-organizations-rados> (Abruf am 31.01.2023).
- Welt Anti-Doping Agentur (2023): WADA publishes membership of Executive Committee and Foundation Board for 2023 vom 18. Januar 2023, URL: <https://www.wada-ama.org/en/news/wada-publishes-membership-executive-committee-and-foundation-board-2023> (Abruf am 31.01.2023).
- Welt Anti-Doping Agentur (2023): The World Anti-Doping Code, URL: <https://www.wada-ama.org/en/what-we-do/world-anti-doping-code> (Abruf am 31.01.2023).

Welt Anti-Doping Agentur (2023): Who we are, URL: <https://www.wada-ama.org/en/who-we-are> (Abruf am 31.01.2023).

***Cheating in Contests –
Die Ökonomik der Wettbewerbsverzerrungen und
der spezielle Fall der wettinduzierten
Spielmanipulation***

Luca Rebeggiani

Autorenkontakt

Prof. Dr. Luca Rebeggiani, M.A.

Professor an der FOM Hochschule für Oekonomie & Management, Bonn

E-Mail: luca.rebeggiani@fom.de

Abstract

Die Austragung von Wettbewerben erzeugt stets den Anreiz zur Wettbewerbsmanipulation. Diese hat zum Ziel, unter Zuhilfenahme unerlaubter Techniken, dem Manipulator einen (unerlaubten) Vorteil zu verschaffen. Dieser Vorteil kann sich auf den Ausgang des Wettbewerbes beziehen (z. B. ein mit Hilfe von Dopingmitteln erlangter Sieg) oder auf die Nutzung des Wettbewerbs zur Generierung von (unerlaubten) Einnahmen, wie dies im Falle der wettinduzierten Manipulation geschieht. Bei dieser agieren Wettsyndikate in Zusammenarbeit mit bestochenen Sportlern oder Schiedsrichtern und platzieren Wetten auf Spiele, bei denen vorher eine Manipulation (i. d. R. durch Minderperformance) abgesprochen worden war. Dieser Beitrag fasst den aktuellen Forschungsstand zum Thema wettinduzierte Spielmanipulation zusammen und präsentiert aktuelle empirische Fakten dazu. Dabei werden die Ermittlungsergebnisse des wohl größten elektronischen Frühwarnsystems, dem *Universal Fraud Detection System* von Sportradar, besprochen sowie ausgewählte aktuelle Case Studies diskutiert, auf Basis derer schließlich Empfehlungen für die (Sport-)Politik formuliert werden.

Inhalt

Abstract.....	196
Abkürzungsverzeichnis.....	198
Abbildungsverzeichnis.....	198
Tabellenverzeichnis.....	198
9.1 Einleitung.....	199
9.2 Betrug im Sport	199
9.2.1 Definition.....	199
9.2.2 Stand der Forschung zum Thema wettinduzierte Spielmanipulation.....	202
9.3 Anatomie wettinduzierter Spielmanipulation	202
9.4 Empirische Befunde zu wettinduzierter Spielmanipulation	207
9.4.1 Jüngste Entwicklungen.....	207
9.4.2 Ausgewählte Case Studies.....	211
9.5 Maßnahmen gegen (wettinduzierte) Spielmanipulation.....	213
9.6 Fazit und Ausblick	217
Literaturverzeichnis	219

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Gesamtumsatz auf dem weltweiten Sportwettmarkt in Mrd. EUR	206
Abbildung 2:	Anzahl an verdächtigen Matches pro Jahr	207
Abbildung 3:	Anzahl an verdächtigen Matches pro Sportart	208
Abbildung 4:	Verdächtige Fußballmatches nach Wettbewerbsniveau	209
Abbildung 5:	Häufigkeit der Spielmanipulation	210

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Ausgewählte Case Studies für wettinduzierte Manipulation im Sport.....	212
------------	---	-----

Abkürzungsverzeichnis

CAS	Court of Arbitration for Sport (Internationaler Sportgerichtshof)
FIFA	Fédération Internationale de Football Association (Internationaler Verband des Association Football)
GlüStV	Glücksspielstaatsvertrag
INTERPOL	International Criminal Police Organization (Internationale kriminalpolizeiliche Organisation)
ITIA	International Tennis Integrity Agency (Internationale Agentur für Integrität im Tennis)
UFDS	Universal Fraud Detection System (Universelles Betrugserkennungssystem)

9.1 Einleitung

Sämtliche Sportarten, gerade wenn sie auf Leistungsniveau betrieben werden, beruhen auf dem Wettbewerbsgedanken. Es gibt jeweils ein verbindliches Regelwerk, aus dem eine Reihenfolge bzw. Gewinner und Verlierer abgeleitet werden. Dies kann über Tore, Punkte, Zeiten oder auch subjektiv vergebene Noten erreicht werden. In jedem Fall steht aber am Ende ein mehr oder weniger eindeutiges Wettbewerbsergebnis fest, welches Sieger von Verlierern unterscheidet.

Wie aber auch in anderen Bereichen des Lebens, die auf dem Wettbewerbsgedanken aufbauen, wie z. B. in der Wirtschaft oder im Bildungswesen, ruft diese inhärente Generierung eines Wettbewerbsergebnisses bei manchen Teilnehmern den Instinkt hervor, den Wettbewerb mit unlauteren Mitteln auszuschalten. Was in der klassischen Wettbewerbsökonomik bspw. eine Kartellbildung ist, wird im Sport z. B. mit dem Gebrauch verbotener Substanzen erreicht (Doping). In beiden Fällen ist das Ziel der Handelnden, den Wettbewerb zu unterminieren, um einen (regelwidrigen) persönlichen Vorteil daraus zu erzielen.

Dieser Beitrag beleuchtet das Thema Wettbewerbsverzerrungen im Sport mit einem besonderen Fokus auf dem Thema wettinduzierte Spielmanipulation, also Ergebnisabsprachen, die zum Ziel der Einkommensgenerierung mittels eigens dafür platzierter Sportwetten getätigt werden. Nach einem definitorischen Abschnitt und theoretischen Ausführungen, werden neuere empirische Ergebnisse zum Thema wettinduzierte Spielmanipulation vorgestellt sowie ausgewählte Case Studies zum Thema vertieft. Der Aufsatz schließt mit einer Reihe von sport- und allgemeinpolitischen Hinweisen zur Eindämmung des Phänomens, die aus der theoretischen und empirischen Analyse gewonnen wurden.

9.2 Betrug im Sport

9.2.1 Definition

Es werden in der Sportökonomie klassischerweise drei Arten von Betrug im Sport unterschieden, die eine Wettbewerbsverzerrung zum Ziel haben:¹

1. Sabotage: Hierbei versucht der Sportler, durch bewusste Verletzung der Spielregeln, sich systematisch einen Wettbewerbsvorteil zu verschaffen. Dies geschieht traditionell durch unfares Spiel z. B. durch Foulspiel im Fußball. In dem

¹ Die Darstellung folgt hier der klassischen Einteilung wie sie z. B. in Preston / Szymanski (2003), Kap. I zu finden ist.

für den Saboteur günstigsten Fall wird die Regelverletzung vom Schiedsrichter nicht geahndet, aber selbst wenn sie geahndet wird, können durch geschickte Fouls Spielzüge des Gegners unterbunden werden und damit auf (eigentlich regelwidrige Weise) Vorteile generiert werden. In den letzten Jahren machten auch „modernere“ Sabotage-Techniken Schlagzeilen, die vor allem auf (unerlaubten) technischen Neuerungen basierten, wie Elektromotoren im Radsport² oder veränderte Software in E-Sports.³

2. Doping: Dies umfasst alle Formen der unerlaubten Leistungssteigerung durch die Einnahme von Substanzen, die in einem speziellen Kodex aufgelistet und eindeutig als unerlaubt definiert worden sind. Kapitel 8 dieses Sammelbands analysiert ausführlich das Thema Doping mitsamt den Bemühungen seiner Bekämpfung seitens der deutschen nationalen Anti-Doping-Agentur (NADA).

3. (Wettinduzierte) Spielmanipulation: Diese umfasst alle absichtlichen Ergebnisverschiebungen, bspw. die Erbringung schlechterer sportlicher Performance oder aber auch verzerrte Referee-Entscheidungen, die mit dem Ziel getätigt werden, eigene (unerlaubte) Wettbewerbsvorteile zu erringen. In diesem Aufsatz konzentrieren wir uns auf den Fall von Spielmanipulation in Verbindung mit Sportwetten: Diese Fälle von Spielmanipulationen werden speziell mit dem Ziel getätigt, vorab bestimmte und bewettete Ergebnisse zu realisieren.⁴ Dabei agieren Wett syndikate in Verbindung mit Sportlern oder Referees: Diese setzen „auf dem Feld“ das vorher abgesprochene Ergebnis um (i. d. R. durch Minderperformance), erstere platzieren darauf Wetteinsätze und nutzen häufig auch gute Quoten aus, da die bewetteten Ergebnisse meistens nicht zu den wahrscheinlichsten gehören. Im Extremfall werden ganze Spiele oder sogar Turniere organisiert, die nur zum Zwecke der Einnahmegenerierung durch wettinduzierte Manipulation dienen.⁵

Geschädigte sind in diesem speziellen Betrugsfall nicht nur die Gegner, wie im Falle des Dopings oder der Sabotage, sondern die Zuschauer, denen ein

² Vgl. u. a. Christiansen (2018).

³ Vgl. Czegledy (2021).

⁴ Es gibt hingegen auch Spielmanipulationen, die nichts mit dem Sportwettbewerb zu tun haben, sondern „lediglich“ die Erlangung sportlichen Erfolgs zum Ziel haben, wie der große *Calciopoli*-Skandal in der italienischen Serie A von 2006 (Boeri / Severgnini 2013).

⁵ So wurden z. B. im Februar 2011 mehrere Freundschaftsspiele im türkischen Antalya sogar mit Fußball-Nationalmannschaften organisiert, die nur der Einnahmegenerierung durch vorher abgesprochenen und bewetteten Ergebnissen dienten. Drahtzieher war u. a. der berühmte Wilson Raj Perumal, über viele Jahre eine Schlüsselfigur in der internationalen Spielmanipulationen-Szene, bevor er 2011 verhaftet wurde (Abbott / Sheehan 2013).

„normaler“ Wettbewerb vorgegaukelt wird, sowie die Organisatoren des Wettbewerbs und insbesondere die anderen Wettler, die im Glauben an einen fairen Wettbewerb anhand der (in Wahrheit falschen) Wettquoten letztlich verzerrte Entscheidungen getroffen haben.

Warum sind Wettbewerbsverzerrungen im Sport überhaupt aus sportökonomischer Sicht problematisch? Warum ist das bloße Übertreten von Regeln einen eigenen Forschungsstrang wert? Zum einen stellt die systematische Verletzung moralischer und juristischer Regeln eine ordnungspolitische Herausforderung dar, die nach einer konsistenten regulatorischen Lösung verlangt (dies wäre auch in anderen Lebensbereichen, z. B. im Straßenverkehr oder in der Wettbewerbspolitik, ähnlich). Zum anderen, und das ist ein sportökonomisches Spezifikum, stellt Sabotage eine Gefahr für die wirtschaftliche Verwertbarkeit des Sports dar, weil die gesamte Wertschöpfungskette auf der Vorstellung eines halbwegs fairen sportlichen Wettbewerbs basiert, bei dem sich am Ende der Bessere, oder zumindest der Glücklichere, durchsetzt. Kaum jemand wäre bereit, für ein Sportereignis Eintritts- oder gar Sponsorengelder zu bezahlen, in dem offensichtlich keine Regelkonformität herrscht.

Wird also das Ausmaß der Sabotage in einer Sportart oder in einem Wettbewerb sehr groß, so wird die Einschätzung des sportlichen Ergebnisses als korrektes Resultat eines Wettbewerbs nur noch erschwert möglich, die Zuschauer verlieren in der Folge ihr Interesse, was die Möglichkeit der wirtschaftlichen Verwertung in Form von Ticketing-, Sponsoring- und Medienerlösen beeinträchtigt. Sponsoren werden zusätzlich durch die negative Berichterstattung abgeschreckt, da die positive Werbewirkung des Sportsponsorings dadurch zunichte gemacht wird.

Als Paradebeispiel für eine derartige Entwicklung kann die große Krise des professionellen Radsports in den 1990er und 2000er Jahren angesehen werden, als in Folge von wiederholten Doping-Skandalen ganze Ergebnislisten gestrichen werden mussten und es kaum einen Held dieser Jahre gibt, der nicht früher oder später als Doper überführt wurde (z. B. Lance Armstrong, Jan Ullrich, Marco Pantani).⁶ Die Folge war ein massiver Einbruch des Zuschauerinteresses und ein Rückzug vieler Sponsoren. In manchen traditionellen Radsportnationen (Deutschland, Italien) hat sich die Sportart bis heute nicht von dieser Krise erholt.⁷

Im Folgenden soll Sabotage in Form von wettinduzierter Spielmanipulation im Fokus stehen. Auch hierbei bedroht das wiederholte Sabotieren die Integrität des

⁶ Vgl. u. a. Strulik (2012).

⁷ Vgl. Rebeggiani (2016).

Sports und in der Folge seine gesamte ökonomische Verwertbarkeit und stellt zudem eine ordnungspolitische Herausforderung dar.

9.2.2 Stand der Forschung zum Thema wettinduzierte Spielmanipulation

Zum Thema wettinduzierte Spielmanipulation existiert mittlerweile eine stattliche wissenschaftliche Literatur. Diese ist sehr unterschiedlicher Natur: Auf der einen Seite stehen eher sportpolitisch orientierte Veröffentlichungen mit detaillierten empirischen Analysen von Betrugsfällen wie Forrest et al. (2008), Hill (2009) oder IRIS (2012). Auf der anderen Seite liegen eher theoretische Arbeiten vor, die die ökonomischen Anreize hinter den Betrugsfällen und/oder das Verhalten der Manipulatoren analysieren, wie Caruso (2009) oder Bag und Saha (2011). Eine dritte Kategorie umfasst ökonometrische Arbeiten, die statistische Daten nutzen, um Ausmaß und Charakteristika wettinduzierter Manipulationen zu untersuchen (z. B. Wolfers 2006 oder Jewell / Reade 2020). Eine ausführliche bibliographische Zusammenstellung von Arbeiten zum Thema Wettbetrug bietet hierbei Streppelhoff (2017).⁸

9.3 Anatomie wettinduzierter Spielmanipulation

Mit dem Sportwettmarkt verbundene Manipulationsskandale begleiten den Sport seit seinen Anfängen als organisierten und leistungsorientierten Wettbewerb. Schon Forrest et al. (2009) listen ganze 42 größere wettinduzierte Manipulationsskandale auf, vom „klassischen“ *Black Sox-Scandal*⁹ 1919 in den *Baseball World Series* zum *Hansie Cronje-Skandal* im Cricket¹⁰ von 2000. Auffällig ist, dass in

⁸ Eine gute Übersicht über die gesamte Bandbreite der Forschung zum Thema Betrug im Sport liefert auch das *Palgrave Handbook on the Economics of Manipulation in Sport* (Breuer / Forrest 2018) sowie der kürzlich erschienene Sammelband *Understanding Match-Fixing in Sport* (Constandt / Manoli 2022).

⁹ Hauptakteure dieses Skandals waren Spieler der Chicago White Sox, die Spiele der World Series 1919 (also des Endspiels um die amerikanische Meisterschaft) gegen die Cincinnati Reds manipulierten, in Absprache mit einem Buchmachersyndikats unter der Leitung des Mobsters Arnold Rothstein. Acht von ihnen (die „Eight Men Out“) wurden lebenslang gesperrt, der Skandal führte sogar zur Auflösung der National Baseball Commission als zuständigen Verband (Asinof 1963).

¹⁰ Wessel Johannes "Hansie" Cronje (1969–2002) war der Kapitän der südafrikanischen Cricket-Nationalmannschaft und Hauptakteur eines 2000 aufgedeckten Manipulationsskandals in Verbindung mit einem indischen Buchmachersyndikats (Stockport et al. 2003). Er wurde noch im selben Jahr lebenslang gesperrt, wobei sich das wahre finanzielle Ausmaß erst später zeigte (Berry 2003). Cricket gehört traditionell zu den anfälligsten Sportarten für wettinduzierte Manipulation (Qureshi / Verma 2013; Davies 2015).

jüngerer Zeit viele ehemals „noble“, als sauber geltende Sportarten wie z. B. Tennis durch wiederholte Manipulationsskandale aufgefallen sind.¹¹ Eine besondere Bedeutung für die politische und wissenschaftliche Debatte in Deutschland hat sicherlich der Skandal um den Schiedsrichter *Robert Hoyzer*, der 2005 der Spielmanipulation überführt wurde.¹² Die Schockwellen, die die Einsicht mit sich brachte, dass selbst der deutsche Profifußball von solchen Korruptionsfällen nicht verschont bleiben würde, führte zu einer entscheidenden Sensibilisierung der deutschen Öffentlichkeit und auch zu ersten sportpolitischen Gegenmaßnahmen.¹³

Um sich dem Phänomen wissenschaftlich zu nähern, wurden in der sportökonomischen Literatur mittels theoretischer und empirischer Analysen nach und nach verschiedene Faktoren identifiziert, die wettinduzierte Spielmanipulation begünstigen.¹⁴ Viele dieser Faktoren lassen sich dabei im Rahmen eines klassischen ökonomischen Modells darstellen, da auch ein so „deviantes“ Verhalten wie wettinduzierte Manipulation in seinen Grundzügen einem rationalen Kosten-Nutzen-Kalkül entspringt. Zu diesen Faktoren gehören die folgenden:

- **Unzureichende Bezahlung von Spielern und Referees:** Die erste Voraussetzung für die aufkommende Versuchung, wettinduzierte Manipulationsversuche zu starten, ist, dass diese sich für die Beteiligten „ lohnen“. Dies ist umso eher der Fall, je geringer die finanzielle Ausstattung der beteiligten Akteure (Spieler, Schiedsrichter) ist. Dies erklärt z. B. die Korruptionsanfälligkeit von Sportarten wie Cricket, bei der überdurchschnittlich viele Profis aus ärmeren Ländern wie Indien oder Pakistan stammen. Auf der anderen Seite sind europäische Top-Fußballspieler schon allein aufgrund ihrer mittlerweile exorbitanten Gehältern vor vielen Manipulationsgefahren gefeit, denn wenige von ihnen dürften es interessant finden, für ein paar Tausend Euro jährliche Millionengehälter zu riskieren.
- **Geringe Aufdeckungswahrscheinlichkeit:** Während die erwarteten Erträge der Manipulation aus dem Wettgeschäft (den sich das Wettsyndikat

¹¹ Mehrere bekannte Tennisspieler wurden der wettinduzierten Spielmanipulation verdächtigt, darunter der ehemalige russische Top-Ten-Spieler Nikolai Davydenko, der Franzose Micheal Llodra (Gödecke 2009), die Italiener Daniele Bracciali und Potito Starace (Ravelli 2014). Zuletzt wurde im September 2022 der chilenische Tennis-Trainer Sebastian Rivera von der International Tennis Integrity Agency (ITIA) lebenslang gesperrt. Weitere Case Studies im Tennissport werden in Kapitel 4.2 besprochen.

¹² Vgl. z. B. Feltes (2013).

¹³ Vgl. dazu u. a. die Diskussion in Koch / Maennig (2006).

¹⁴ Vgl. dazu ausführlich Forrest / Simmons (2003); Forrest et al. (2008); Rebeggiani / Rebeggiani (2013) sowie Forrest (2013).

mit den beteiligten Sportlern oder Referees teilt) stammen, ergeben sich die Kosten aus der möglichen Aufdeckung der Manipulation. Diese kann im schlimmsten Fall strafrechtliche Konsequenzen haben, für die beteiligten Sportler aber auf jeden Fall sportliche, da sie mit hoher Wahrscheinlichkeit mit dem Verlust ihrer sportlichen Erfolge rechnen müssen sowie mit mehr oder weniger langen (bis hin zu lebenslangen) Sperren, die ihnen sportliche und finanzielle Erträge rauben. Bereits an dieser Stelle wird daher die zentrale Bedeutung der Frühwarnsysteme wie dem UFDS (*Universal Fraud Detection System*) von Sportradar deutlich, da diese die Aufdeckungswahrscheinlichkeit von wettinduzierter Manipulation entscheidend erhöhen und somit die Kosten für die potentiell beteiligten Akteure vergrößern, womit sie eine wichtige abschreckende Wirkung entfalten.

- **Geringer sportlicher Wert des Wettbewerbs:** Wie auch in anderen Kontexten der Sportökonomie mittlerweile anerkannt, stellt der sportliche Erfolg die entscheidende Zielvariable in der Nutzenmaximierung der allermeisten Sportler, Trainer und Fans dar (und nicht unbedingt der finanzielle Erfolg oder die Spannung eines Spiels). Im Falle der wettinduzierten Manipulation bedeutet dies, dass sich die Sportler umso schwerer zu einem Betrug überreden lassen werden, je höher der sportliche Wert eines Wettbewerbs ist. Dabei ist zu beachten, dass Manipulationen in der Regel durch „absichtliches Verlieren“ herbeigeführt werden, denn „absichtliches Gewinnen“ kann schlecht jenseits der ohnehin getätigten Anstrengung erzwungen werden. Dies erklärt, warum gerade unterklassige Spiele (Erstrundenspiele im Tennis, Ligaspiele zum Saisonende, Freundschaftsspiele) Ziel von Manipulation sind, während selbst große Geldsummen kaum einen Sportler dazu bewegen werden, ein Fußball-WM-Finale absichtlich zu verlieren.
- **Liquide(re) Weltmärkte:** Aus den bisher genannten Punkten ließe sich schlussfolgern, dass gerade untere Ligen oder Wettbewerbe besonders anfällig für Manipulationen sind, da hier i. d. R. geringer entlohnte Akteure um sportlich weniger wertvolle Erfolge wetteifern. Dies ist zwar durchaus häufig der Fall, in der jüngeren Vergangenheit war aber auch zu beobachten, dass trotzdem überproportional viele Erstliga-Matches das Ziel von Manipulationsversuchen waren.¹⁵ Das hat den Grund, dass Weltmärkte ausreichend liquide sein müssen, um Manipulationsversuche nicht sofort durch die Frühwarnsysteme auffliegen zu lassen.

¹⁵ Vgl. dazu ausführlich Rebeggiani (2015).

Werden auf ein zweitklassiges Sportereignis nur sehr geringe Summen gewettet, so fällt der Wetteinsatz der Manipulatoren, durch den der Wettgewinn erzielt werden soll, leicht auf, gerade dann, wenn es sich um größere (für das Sportereignis ungewöhnlich hohe) Summen handelt. Interessanter und sicherer sind da wichtigere Wettbewerbe, auf denen ohnehin ein größeres Wettvolumen entfällt.

Eine entscheidende Rolle für das Auftreten von wettinduzierter Manipulation spielen also die Wettmärkte. Diese gilt es also sowohl quantitativ im Blick zu behalten, denn aus der „Tiefe“ der Märkte erwachsen die möglichen Erträge, die Wett syndikate potentiellen Manipulatoren anbieten können. Aber auch qualitativ können aus der Organisation der Sportwettmärkte ganz unterschiedliche Gefahren erwachsen: Die Erfahrung Deutschlands zeigt, dass radikale Sportwettverbote problematisch sind, weil sich dadurch ein Großteil des Marktes in den nicht lizenzierten und somit völlig unkontrollierten Bereich verlagert, was aber im Internet-Zeitalter von den Behörden kaum verhindert werden kann.¹⁶ Die Rolle der sogenannten Ereigniswetten¹⁷ wird dabei kontrovers diskutiert: Sie unterliegen häufig einer strengen Regulierung (auch in Deutschland im neuen GlüStV von 2021), da sie als manipulationsanfällig gelten, wobei die empirischen Belege für diese Manipulationsanfälligkeit nicht immer überzeugend sind.¹⁸

Auch viele Gesetzgeber haben die Wichtigkeit der Wettmarktregulierung für die Manipulationsanfälligkeit des Sports entdeckt, so dass z. B. in Deutschland der Schutz der Integrität sportlicher Wettbewerbe bereits in § 1 des neuen GlüStV von 2021 als eines der Ziele der gesamten Glücksspielmarktregulierung formuliert wird.¹⁹

Betrachtet man den globalen Markt für Sportwetten (Abbildung 1), so wird dessen Gesamtumsatz von Sportradar²⁰ für 2021 auf 1,45 Billionen. Euro geschätzt.

¹⁶ So wurden in Deutschland 2015, unter einem sehr restriktiven Regulierungsregime, das kaum private Sportwettenanbieter erlaubte, etwa 95 % des gesamten Wettvolumens bei unlicenzierten Anbietern getätigt. Vgl. Rebeggiani / Breuer (2017), S. 9.

¹⁷ Dabei handelt es sich um Wetten, die nicht auf das Endergebnis eines Matches zielen, sondern auf verschiedene Ereignisse, wie das nächste Tor oder die nächste gelbe Karte (Albers et al. 2016).

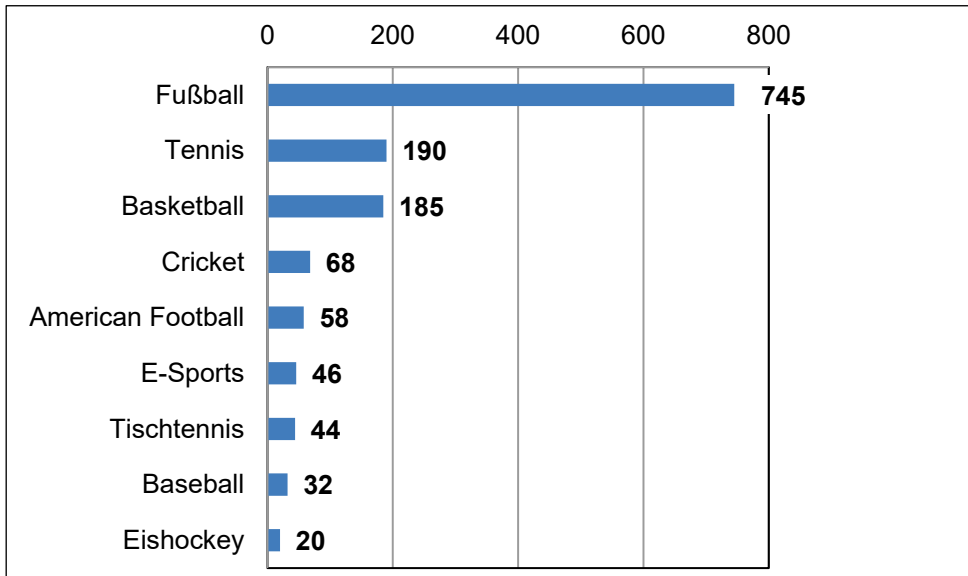
¹⁸ Vgl. dazu die Analyse in Rebeggiani (2015).

¹⁹ Für eine ordnungspolitische Bewertung des GlüStV von 2021 vgl. Rebeggiani (2022).

²⁰ Globale Werte sind naturgemäß nur sehr grob abschätzbar. Die hier präsentierten Werte wurden mit einem aufwendigen Modell von Sportradar geschätzt, welches Daten aus einer breiten Basis verwendet, bestehend aus Marktdaten von über 350 global tätigen Buchmachern, dazu Ergebnisse von Marktforschung sowie Informationen, die von nationalen Glücksspielregulierungsbehörden weltweit bereitgestellt wurden (vgl. Sportradar 2022, S. 22).

Wetten auf Fußballspiele, also auf die weltweit mit Abstand populärste Sportart, machten dabei über die Hälfte aus (51 % bzw. 745 Mrd. Euro).

Abbildung 1: Gesamtumsatz auf dem weltweiten Sportwettmarkt in Mrd. EUR



Quelle: in Anlehnung an Sportradar (2022), S. 6.

Bereits dieser Befund zeigt deutlich, dass die „Musik“ der globalen Sportwettmärkte in bestimmten Sportarten wie Fußball oder Tennis spielt. Diese bieten wegen ihrer Liquidität günstige Bedingungen für Manipulationsversuche und sollten daher von vorneherein eine besondere Aufmerksamkeit seitens der Regulatoren genießen.

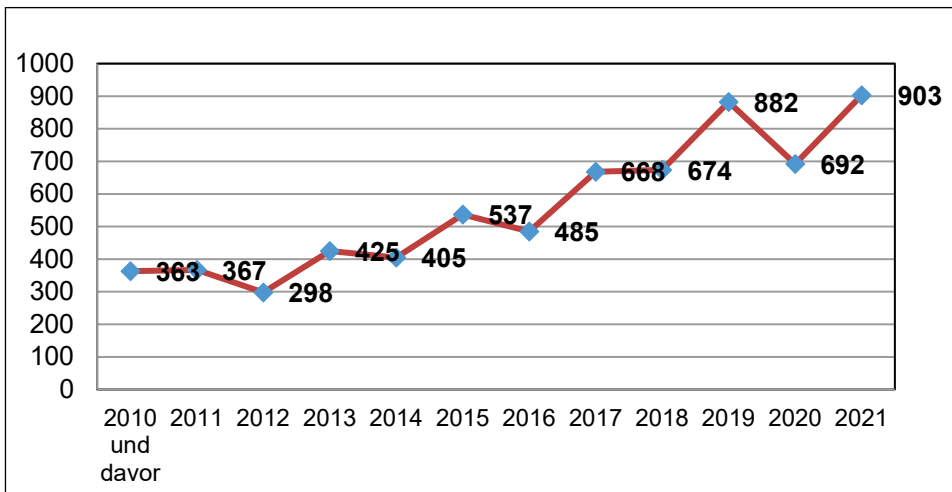
9.4 Empirische Befunde zu wettinduzierter Spielmanipulation

9.4.1 Jüngste Entwicklungen

Im Folgenden soll exemplarisch die „Jahresbilanz“ von 2022 des UFDS, also des Frühwarnsystems von Sportradar, dem größten und wohl auch am besten getesteten Frühwarnsystem für wettinduzierte Spielmanipulation, vorgestellt werden.²¹

Sicher existieren Betrugsfälle, die nicht vom UFDS getrackt wurden und auch heute noch werden, jedoch erlauben die Sportradar-Aufdeckungsstatistiken aufgrund ihrer Stichprobengröße ein recht umfassendes Bild über die Aktivitäten in Sachen wettinduzierter Manipulation weltweit. Im Jahr 2021 wurden insgesamt 903 Verdachtsfälle bei Sportradar ermittelt, die in 76 Ländern und zehn verschiedenen Sportarten auftraten. Den direkten Profit daraus schätzt Sportradar auf insgesamt 165 Mio. EUR. Im Zeitvergleich ergibt sich dadurch ein deutlich steigender Trend (Abbildung 2), wobei natürlich nicht eindeutig unterschieden werden kann zwischen einer tatsächlichen Zunahme der Manipulationsfälle und der breiteren Anwendung und/oder höheren Sensibilität des Frühwarnsystems.

Abbildung 2: Anzahl an verdächtigen Matches pro Jahr



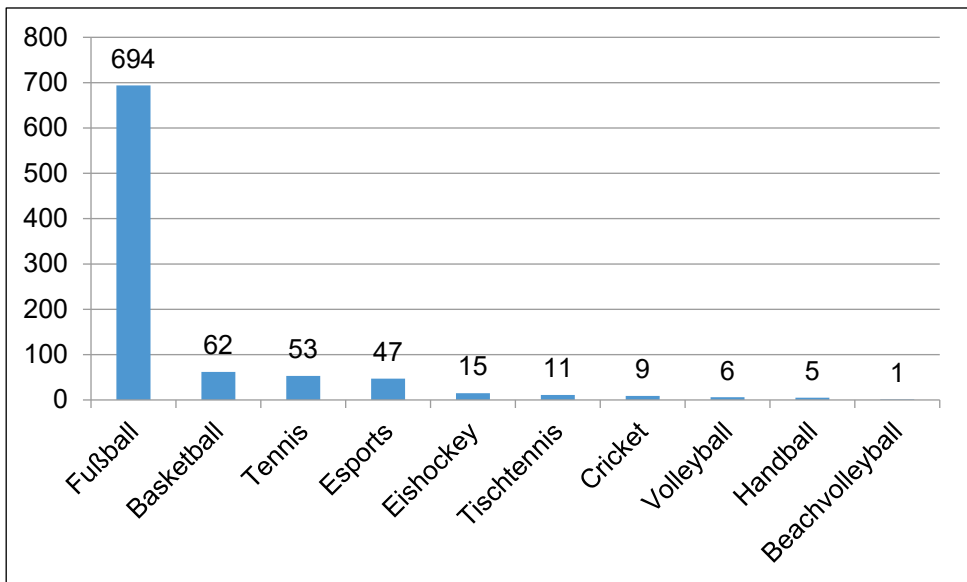
Quelle: In Anlehnung an Sportradar (2022), S. 21.

Auf jeden Fall ist zuletzt ein leichter Anstieg der Fälle pro Jahr zu beobachten sowie eine wachsende Diversifizierung der Fälle (nach Sportarten und Ländern) nach der Corona-Pandemie. Im Jahr 2021 wurden 65 (sport-)rechtliche

²¹ Die Ergebnisse beziehen sich dabei auf Sportereignisse des Jahres 2021 sowie vorangegangener Jahre (bei Zeitreihen).

Maßnahmen aufgrund der Aufdeckungsarbeit von Sportradar ausgesprochen, 58 gegen Einzelsportler und sieben gegen Klubs. Insgesamt verzeichnet Sportradar 6.699 Fälle von mutmaßlich aufgedeckter Spielmanipulation insgesamt, wobei auf Grundlage der Arbeit des Frühwarnsystems insgesamt 492 sportrechtliche Sanktionen, 50 strafrechtliche Verurteilungen und acht lebenslange Sperren ausgesprochen wurden.

Abbildung 3: Anzahl an verdächtigen Matches pro Sportart



Quelle: In Anlehnung an Sportradar (2022), S 10.

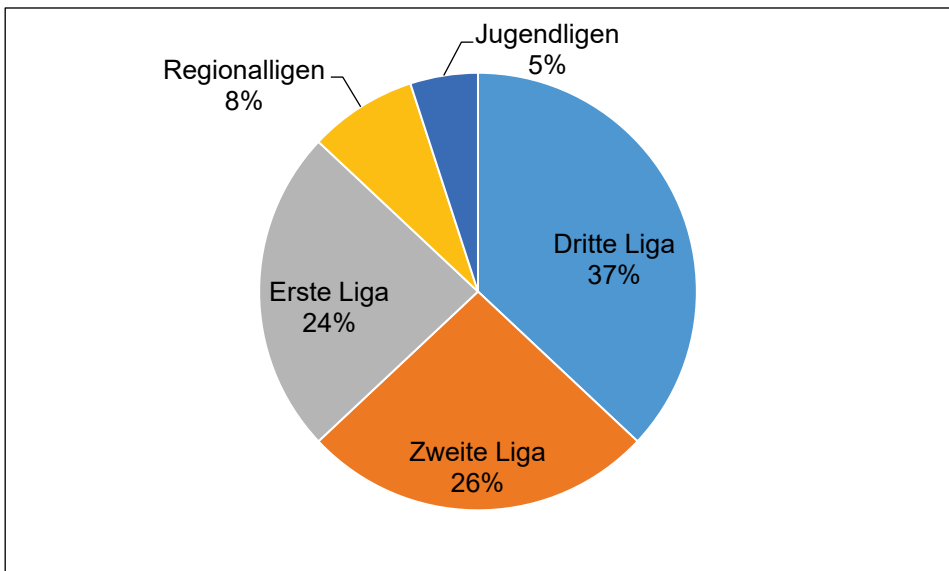
Schaut man auf Verteilung der Verdachtsfälle nach Sportarten (Abbildung 3), so wird auch hier die dominante Rolle des Fußballs deutlich: 694 der 903 verdächtigen Ereignisse, also 77 % der Verdachtsfälle betreffen den Fußballsport, mit großem Abstand folgt dann erst der Basketballsport mit knapp 7 % der Fälle. Der Fußball fällt dabei auch relativ gesehen als überdurchschnittlich anfällig auf, beträgt sein Anteil am gesamten Wettvolumen, wie oben erwähnt, doch nur etwa 51 %.

Betrachtet man dann den Fußballsport etwas genauer, zeigt sich ein Wiederanstieg der Verdachtsfälle in unterklassigen Ligen (Abbildung 4). Fußballspiele der ersten Ligen machten 2021 mittlerweile weniger als ein Viertel aller Verdachtsfälle aus – dieser Anteil war in der Vergangenheit wesentlich höher,²² da, wie

²² Vgl. Rebeggiani (2015), S. 8. In dieser, ebenfalls auf Sportradar-Daten basierenden Auswertung, machen Erstliga-Matches 78 % der Verdachtsfälle aus.

oben erwähnt, nur die ersten Ligen zeitweise ein ausreichendes Wettvolumen garantierten, um ungewöhnliche Platzierungen von Wetten nicht sofort durch die Frühwarnsysteme enttarnen zu lassen. Mittlerweile scheinen Manipulatoren also wieder stärker auf sportlich nicht so im Fokus stehende Wettbewerbe zu setzen, womöglich auch, weil im Zuge des allgemeinen Marktwachstums auch manche dieser Märkte eine ausreichende „Tiefe“ bieten.

Abbildung 4: Verdächtige Fußballmatches nach Wettbewerbsniveau

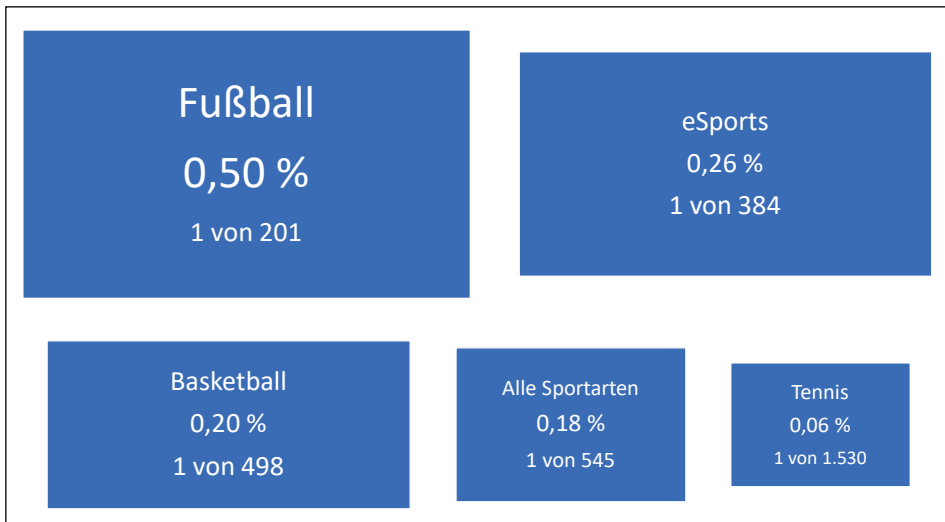


Quelle: In Anlehnung an Sportradar (2022), S. 13.

In Abbildung 5 werden die Aufdeckungsergebnisse für einige ausgewählte Sportarten aufgeführt. Auch hier wird die besondere Stellung des Fußballs deutlich, der die mit Abstand höchste Manipulationsanfälligkeit aufweist: Etwa jedes 200. Spiel der vom UFDS beobachteten wurde als auffällig klassifiziert, mehr als doppelt so viel wie der Durchschnitt aller Sportarten (eines von 545 Matches). Allerdings wird im Sportradar-Bericht²³ auch das beachtliche Wachstum der Verdachtsfälle im Basketball (vor Jahren noch kaum von der Thematik berührt) thematisiert und vor allem die Entwicklung der Problematik in den E-Sports, die aufgrund ihrer technischen Besonderheiten Behörden und Frühwarnsysteme vor großen Herausforderungen stellen.

²³ Vgl. Sportradar (2022), S. 10.

Abbildung 5: Häufigkeit der Spielmanipulation



Daten: In Anlehnung an Sportradar (2022), S. 12.

Analysiert man die Verdachtsfälle nach Wetttypen, so wird die überragende Rolle der Live-Wetten sichtbar: Die allermeisten Fälle mutmaßlich manipulierter Events (89 %) betreffen den Bereich der Live-Wetten, also der Wetten, die online auch noch während des Sportevents platziert werden können. Hierbei ist zu beachten, dass Livewetten ohnehin sehr beliebt sind und mittlerweile etwa 70 % des globalen Wettmarktes ausmachen.²⁴ Dies ist konsistent mit der oben beschriebenen Theorie, dass liquide Wettmärkte eine Voraussetzung für Manipulationsanfälligkeit sind, aber auch eine geringere Aufdeckungswahrscheinlichkeit aufweisen, sowie ein geringerer sportlicher Wert des Wettbewerbs die Manipulationsanfälligkeit erhöhen: Live-Wetten betreffen häufig Einzelereignisse eines Sportwettbewerbs (z. B. einen Satzgewinn, das nächste geschossene Tor, die nächste gelbe Karte), die nicht zwingend mit dem Endergebnis übereinstimmen müssen. Ein Sportler kann also ein Tor absichtlich zulassen (z. B. als Torwart oder Innenverteidiger), sein Team das Spiel am Ende aber trotzdem gewinnen, so dass sein sportlicher Verlust weitaus unproblematischer ausfällt. Zudem ist das Arrangieren eines verlorenen Satzes oder das absichtliche Zulassen eines Gegentores im Fußball technisch deutlich unproblematischer und unauffälliger als das Verlieren eines gesamten Spiels, an dem bspw. im Fußball noch mindestens 21 andere Akteure teilnehmen.

²⁴ Vgl. Sportradar (2022), S. 14.

Weiterhin tritt in den Sportradar-Daten erneut die besondere Problematik des asiatischen Wettmarkts hervor, der auch in der Vergangenheit bei vielen Manipulationsskandalen direkt oder indirekt eine prominente Rolle gespielt hat: Im Jahr 2021 betrafen nicht weniger als 92 % der mutmaßlichen Fälle asiatische Wettanbieter.²⁵ Diese sind weiterhin unzureichend reguliert (anders als die traditionell stärker überwachten europäischen und nordamerikanischen Anbieter) und stellen vor allem durch ihr pyramidales System mit vielen Intermediären die Überwachungsbehörden vor große Probleme.²⁶

Ein weiteres bemerkenswertes Ergebnis des Sportradar-Berichts ist, dass im Fußball häufiger die Auswärts- als die Heimmannschaft in Manipulationsversuchen involviert ist (44 % gegenüber 31 % der verdächtigen Fälle). Die Referees waren in 6,2 % der Fälle beteiligt.²⁷

Abschließend soll nicht unerwähnt bleiben, dass die Verdachtsfälle 0,18 % der vom UFDS untersuchten Sportereignisse ausmachen: Die allermeisten überwachten Sportereignisse sind also "sauber".²⁸

9.4.2 Ausgewählte Case Studies

Um weiteres Licht auf das Phänomen wettinduzierte Manipulation zu werfen, sollen nachfolgend einige ausgewählte Case Studies aufgelistet und kurz beschrieben werden. Die Auflistung hat keinen Anspruch auf Vollständigkeit, die Auswahl orientiert sich an der Beispielhaftigkeit der Fälle vor dem Hintergrund der oben besprochenen theoretischen Mechanismen und empirischen Auffälligkeiten.

So enthält Tabelle 1 fünf Manipulationsfälle, je zwei aus den Sportarten Fußball und Tennis und eine aus dem professionellen Snooker. Die ersten beiden stehen exemplarisch für Vorgänge in der am stärksten von wettinduzierter Manipulation betroffenen Sportart Fußball; die anderen zeigen Fälle in zwei Sportarten, die zuletzt durch eine ungewöhnliche Häufung an Manipulationsereignissen aufgefallen sind. Alleine die eigens 2008 gegründete Integritätsagentur für den professionellen Tennissport ITIA²⁹ listet (Stand Oktober 2023) 93 Fälle von

²⁵ Vgl. Sportradar (2022), S. 14.

²⁶ Vgl. dazu bspw. Blumenschein (2013) und Buschmann (2013).

²⁷ Vgl. Sportradar (2022), S. 14. Bei den restlichen Fällen waren entweder beide Teams beteiligt oder es ließ sich keine treibende Kraft eindeutig ausmachen. Diese Identifikation der „Komplizenschaft“ wurde von Sportradar anhand der Wettquotenverläufe und der Handlungen auf dem Spielfeld klassifiziert.

²⁸ Vgl. ebd., S. 12.

²⁹ Die Agentur hieß von 2008 bis 2020 zunächst *Tennis Integrity Unit* und hatte den Fokus hauptsächlich auf wettinduzierter Manipulation. Später übernahm sie andere

ausgesprochenen Sanktionen wegen erwiesener Manipulation oder Doping auf, fast alle aus dem letzten Jahrzehnt.³⁰

Tabelle 1: Ausgewählte Case Studies für wettinduzierte Manipulation im Sport

Sportart	Zeitraum	Beteiligte	Besonderheiten	Sanktionen
Fußball	2009	Ante und Milan Sapina und andere ³¹	Von der Staatsanwaltschaft Bochum geführtes Verfahren um etwa 200 manipulierte Fußballspiele, die meisten davon im deutschsprachigen Raum und in der Türkei.	Haftstrafen für die Brüder Sapina und für verschiedene Wettteilnehmer (u. a. für „Wett-pate Marijo Cvrtak“). ³²
Fußball	2010-2016	KF Skënderbeu Korça ³³	53 manipulierte Spiele, nach Aussage des CAS größter bisheriger Fall der Fußballgeschichte. Eines der ersten Verfahren, bei denen statistische Frühwarnsysteme die entscheidende Rolle spielten.	Im Jahr 2018 zehn Jahre Sperre für UEFA-Wettbewerbe und 1 Million Euro Geldstrafe, bestätigt durch den Internationalen Sportgerichtshof (CAS).
Tennis	2017-2018	Sebastian Rivera ³⁴	Rekord von 64 manipulierten Matches als Trainer.	250.000 \$ Strafe, lebenslange Sperre (als Spieler, Trainer und Zuschauer).

integritätswahrende Aufgaben wie die Anti-Doping-Programme und firmiert seit 2021 als *International Tennis Integrity Agency* mit Sitz in London.

³⁰ Siehe dazu die Auflistung auf <https://www.itia.tennis/sanctions/>. Die älteste dort aufgelistete Sperre betrifft einen etwas weiter zurückliegenden Fall, der seinerzeit im deutschsprachigen Raum große Wellen schlug: Der österreichische Tennisprofi Daniel Köllerer wurde 2011 wegen des Verdachts der wettinduzierten Manipulation lebenslang gesperrt. U. a. hatte er auf seiner Website Wettquoten von Tennismatches und Links zu Seiten von Sportwettenanbietern veröffentlicht, was schon nach damaligen Profitennis-Regularien verboten war.

³¹ Vgl. u. a. Glindmeier / Korge (2009) sowie Feltes (2013).

³² Vgl. Naber (2017).

³³ Vgl. u. a. Krull (2018) und Ames (2018).

³⁴ Vgl. Gibbs (2022).

Tennis	2018	Diego Matos ³⁵	Zehn manipulierte Matches, keine Kooperation mit der ITIA (Aushändigung des Mobiltelefons sowie von Bankbelegen).	125.000 \$ Strafe, lebenslange Sperre.
Snooker	2022/23	Zhao Xintong und neun weitere chinesische Spieler ³⁶	24 manipulierte Spiele im Zeitraum 2014-2022. Der UFDS und Mobilfunk-Abhörsysteme entscheidend für die Aufdeckung. Als Folge wurden Preisgelder auf der World Snooker Tour erhöht (mehrere Mitglieder des „chinesischen Rings“ waren jungen Spieler am Rande des Existenzminimums) und Schulungen für junge Profis verbessert.	Zwei Spieler (Li-ang Wenbo und Li Hang) lebenslang, die anderen acht für mehrere Jahre gesperrt, plus individuelle Geldstrafen.

9.5 Maßnahmen gegen (wettinduzierte) Spielmanipulation

Die Bedeutung der statistisch basierten Frühwarnsysteme wurde in den bisherigen Ausführungen schon vielfach betont. Welche ordnungspolitischen Maßnahmen stehen dem Staat und den Sportverbänden zur Eindämmung wettinduzierter Manipulation noch zur Verfügung? Im Folgenden sollen einige zentrale Instrumente diskutiert werden, die häufig als Ergebnisse in der Forschung genannt werden:³⁷

³⁵ Vgl. BBC (2019).

³⁶ Vgl. u. a. Job (2023) und Broughton / Keogh (2023).

³⁷ Für eine detaillierte Diskussion siehe dazu bspw. die Beiträge im schon mehrfach zitierten Sammelband *Match-Fixing in International Sports: Existing Processes, Law Enforcement, and Prevention Strategies* (Haberfeld / Sheehan 2013), welcher die Ergebnisse eines interdisziplinären Projekts von INTERPOL in Zusammenarbeit mit der FIFA zusammenfasst, in dem Wissenschaftler und Praktiker weltweit Strategien zur Aufdeckung, Bestrafung aber auch Eindämmung wettinduzierter Manipulation diskutieren sollten.

1. Sportwetten kontrolliert legalisieren

Frühwarnsysteme funktionieren nur, wenn Wettquoten und -einsätze einsehbar sind und an die zuständigen Behörden oder die durch sie beauftragten Dienstleister übermittelt werden. Die besondere Problematik des asiatischen Sportwettmarktes besteht nicht nur in seiner Größe, sondern auch in seiner mangelnden Transparenz, die Rückverfolgungen nahezu unmöglich macht. Auch weiter unten genannte Empfehlungen wie die Überwachung von Sportlern hinsichtlich ihrer Wettaktivität sind nur dann erfolgversprechend, wenn sich diese Wettaktivität ohne kriminalistische Meisterleistungen zurückverfolgen lässt, weil ansonsten in der Praxis die meisten Betrugsversuche vermutlich gute Chancen hätten, unbemerkt zu bleiben.

Dies alles mündet nahezu zwangsläufig in der Forderung, den Markt für Sportwetten nicht in der Illegalität zu belassen, sondern Anbieter und Spieler durch eine kontrollierte Legalisierung sichtbar zu machen. Es ist ordnungspolitisch sehr gut begründbar, dass der Staat den Sportwettmarkt weiterhin streng kontrolliert, weil Glücksspielprodukte generell negative externe Effekte verursachen, zu denen ja auch die Manipulationsgefahr zählt.³⁸ Anbieter sollten daher einem Zulassungsverfahren unterzogen werden, das stark an Integritäts- und Transparenzanforderungen ausgerichtet ist. In Deutschland ist dieser Weg vom 1. GlüStV 2008 hin zum heute gültigen GlüStV von 2021 durchaus erfreulich beschritten worden.

2. Manipulationsverhinderung als zentrales Ziel der Glücksspielmarktregulierung festlegen

Im Zuge der kontrollierten Legalisierung des Sportwettmarktes sollte eine konsequente Ausrichtung an die Ziele der Manipulationsverhinderung angestrebt werden. Dies stellt auch eine ordnungspolitisch bessere Begründung staatlicher Eingriffe dar als etwa die Suchtproblematik, bei der unweigerlich medizinische Mess- und Abgrenzungsprobleme auftreten sowie subjektive Wertungen eine stärkere Rolle spielen.³⁹

³⁸ Vgl. dazu ausführlich Janssen / Rebeggiani (2008) und Rebeggiani (2010).

³⁹ Während die negativen externen Effekte von wettinduzierter Manipulation im Sport weitgehend unbestritten sein dürften (gerade in Zeiten des kommerzialisierten Sports, der in seiner Existenz zwingend auf das Vertrauen der Stakeholder in einem fairen Wettbewerb angewiesen ist), ist die Feststellung von Spielsucht mit subjektiven Mess- und Klassifikationskonzepten verbunden. Außerdem wurde früher vielfach die mangelnde Kohärenz staatlicher Gesetzgebung gerügt, nach der private Sportwetten komplett verboten waren, aus der Public-Health-Sicht weitaus problematischere Stoffe wie

Aus dieser Priorisierung der Manipulationsvermeidung, wie sie bspw. in Deutschland durch die konkrete Ausformulierung von § 1 GlüStV realisiert wurde, ergeben sich eine Reihe von konkreten politischen Maßnahmen, wie z. B. die Vergabe von Lizenzen an Sportwettenanbieter nur bei vorheriger Einwilligung des Anschlusses an Überwachungssysteme mitsamt der Datenweitergabe. Aber auch präzise Vorgaben für Wettanbieter und Sportverbände für verbindliche Präventionsmaßnahmen (z. B. Wettverbote für Sportler und Referees, Werbeeinschränkungen, verpflichtende Schulungen für Nachwuchssportler und Trainer) können daraus abgeleitet werden.

3. Straftatbestand „Sportbetrug“ einführen; Möglichkeit einer „statistischen“ Beweisunterstützung

Was in der Literatur der frühen 2010er Jahre noch als Wunsch formuliert wurde, nämlich die Einführung eines strafrechtlich verfolgbaren Tatbestandes „Sportbetrug“, ist in den darauffolgenden Jahren vielerorts Wirklichkeit geworden. In Deutschland trat im April 2017 mit den Paragraphen §265c-e StGB eine solche gesetzliche Regelung in Kraft, die relativ genau verschiedene Tatbestände benennt (z. B. Sportwettbetrug) und entsprechende Strafen bei Fehlverhalten bestimmt.

Unter Juristen war und ist diese Einführung durchaus umstritten, weil man die Ausweitung des Strafrechts auf immer mehr Einzeltatbestände vielfach kritisch sieht.⁴⁰ Ohne eine solche juristische Grundlage und ohne die Möglichkeit, statistische Auffälligkeiten wie z. B. die Meldungen des UFDS als Beweismittel einzubringen, wäre allerdings die Verfolgung von mutmaßlichen Betrügern schwierig und noch mehr deren Verurteilung, denn nach klassischem Strafrecht müsste dann ein „Vermögensschaden“ nachgewiesen werden, den irgendjemand erlitten hat, was im Falle des Sportwettbetrugs nicht immer eindeutig ist. Die jetzige Regelung stellt dagegen auf „abstrakte Vermögensgefährdungsdelikte“ ab und verzichtet auf den expliziten Nachweis eines eingetretenen Vermögensschadens.⁴¹ Die Möglichkeit, wettinduzierte

Tabakwaren und Alkohol aber mit wenigen Einschränkungen legal angeboten werden durften (vgl. dazu u. a. Rebeggiani 2022, S. 5–6).

⁴⁰ So lehnten sowohl der Deutsche Richterbund (DRB 2016) als auch die Bundesrechtsanwaltskammer (BRK 2016) in ihren Stellungnahmen zum Gesetzesentwurf die Einführung der neuen Straftatbestände ab. Für eine ausführliche juristische Diskussion dazu siehe Fischer (2020).

⁴¹ Aus Sicht der ökonomischen Theorie steigen durch diese einfachere Strafverfolgungsmöglichkeit die „Kosten“ des Betrugs für potentielle Manipulateure, was wiederum das Ausmaß des Betrugs reduzieren dürfte (Becker 1968).

Manipulation nicht nur auf der Ebene des Sportrechts, sondern auch strafrechtlich zu verfolgen, sollte nicht nur das Abschreckungspotential erhöhen, sondern dürfte auch dem heutigen Kommerzialisierungsgrad des Sports weitaus gerechter werden.

4. Gestaltung der Wettbewerbe und der Entlohnung von Sportlern und Referees

Ein aus ökonomischer Sicht gleichermaßen zentrales wie schwierig zu gestaltendes Thema ist die Berücksichtigung des Problems wettinduzierter Spielmanipulation bei der Ausgestaltung sportlicher Wettbewerbe und der Entlohnung von Sportlern und Referees. Die Ergebnisse ökonomischer Modelle sind klar: Nur diejenigen, bei denen die erwarteten Erträge die erwarteten Kosten übersteigen, werden sich zu zwielfichtigen und gefährlichen Manipulationsversuchen überreden lassen. Auch wenn im realen Leben solch rationale Kalküle natürlich nie zu 100 % erfolgen und es durchaus unerklärlich dumme Verhaltensweisen zu beobachten gibt, so zeigt die Empirie doch recht deutlich, dass insbesondere schlecht bezahlte Sportler und Referees, Sportler am Ende der Karriere, oder Beteiligte an eher unwichtigen Wettbewerben (oder einzelnen Ereignissen davon) für die Mehrzahl der Fälle verantwortlich sind.

Die Forschungsergebnisse empfehlen also, die Entlohnungen auf ein zumindest auskömmliches Niveau anzuheben (in Sportarten, in denen dies nicht der Fall ist) und außerdem zu homogenisieren: Im Fall Hoyzer wurde angemerkt, dass die damalige Entlohnung von Bundesliga-Referees eine große Diskrepanz zu der der Bundesligaspieler und Trainer aufwies, und auch der Beschuldigte gab an, dass gerade diese Suche nach einem „Luxusleben“ ihn zum Betrügen getrieben hätte. Folgerichtig wurde die Entlohnung für Bundesliga-Schiedsrichter als Konsequenz des Hoyzer-Skandals deutlich angehoben.⁴²

Die Wettbewerbe so zu gestalten, dass die Anzahl „unwichtiger“ Ereignisse sinkt, ist nur in wenigen Fällen möglich;⁴³ viele solcher Matches ergeben sich aus dem Design der Wettbewerbe, wie z. B. Erstrundenmatches, aussichtslose Rückspiele in Ausscheidungsrunden oder Ligaspiele am Saisonende, bei denen es um nichts mehr geht. Einer Reduzierung der Matchanzahl steht

⁴² Vgl. Papadopoulos (2012), S. 157ff.

⁴³ Eine Option wäre die Einführung von Playoffs in Sportligen (siehe auch Beitrag 6 in diesem Sammelband).

häufig auch das kommerzielle Interesse des Sports entgegen, das zuletzt eher zu einer Ausweitung von Wettbewerben geführt hat.⁴⁴ Regulierungspotential besteht hierbei eher auf Seiten der Wettanbieter, die bestimmte Wetten auf „gefährdete“ Sportereignisse nicht annehmen können, was bei vielen auch zur normalen Unternehmenspraxis gehört. Auch Ereigniswetten sind in diesem Zusammenhang gesondert zu betrachten und sollten zumindest unter besonderer Aufmerksamkeit stehen.

5. Präventionsschulungen für junge Sportler

Ein Schwerpunkt gerade der Arbeit von INTERPOL und mehrerer nationaler Sportverbände war die Etablierung von Schulungen für Nachwuchssportler in den 2010er Jahren, um sie gezielt für das Problem der Manipulationsversuche zu sensibilisieren. Junge Sportler gelten generell als besonders vulnerabel, wegen ihrer noch geringen Gehälter und ihrer altersbedingten persönlichen Instabilität. Mittlerweile gehören solche Programme bei manchen Sportarten und Verbänden zum Standardrepertoire, wobei gelegentlich eine stärkere Koordinierung und Harmonisierung gefordert wird.⁴⁵

Wie wichtig dieses frühzeitige „Einnorden“ junger Sportler ist, zeigte der Skandal im Herbst 2023 im italienischen Fußball, bei dem mehrere Nachwuchsspieler (u. a. Nicolò Fagioli und Sandro Tonali) wegen unerlaubter Wettaktivität sportrechtlich verurteilt und monatelang gesperrt wurden.

Generell scheint im Zusammenhang mit Sportwettbetrug der Präventionsansatz sinnvoll zu sein, der auch in anderen gesellschaftlichen Problembereichen (z. B. beim Thema sexueller Missbrauch) mittlerweile Standard geworden ist und eine frühzeitige Verhaltensänderung zur Vermeidung von Straftaten als effektiver einstuft als eine spätere Strafverfolgung.

9.6 Fazit und Ausblick

Insgesamt lässt sich ein ambivalentes Fazit ziehen: Auf der einen Seite ist das Problem der wettinduzierten Spielmanipulation in den letzten Jahrzehnten gewachsen und wird vermutlich weiter groß bleiben, denn die treibenden Kräfte,

⁴⁴ Beispielhaft seien dafür die Aufblähung der UEFA Champions League und die Schaffung neuer Wettbewerbe wie die *Nations League* im Fußball genannt.

⁴⁵ Neben den bereits zitierten Sammelbänden findet sich eine Analyse der Erfahrungen mit Präventionsschulungen für junge Sportler u. a. im umfassenden *Global Corruption Report: Sport* von Transparency International (TI 2016), insb. in Kapitel 4.

insbesondere die wachsende Größe der internationalen Sportwettmärkte und die technischen Neuerungen in der neuen digitalen Welt, erhöhen Anreize und Möglichkeiten für Betrug.

Auf der anderen Seite haben sich verschiedene Maßnahmen gegen diese Betrugsversuche etabliert und bewährt – z. T. auch vor Gericht. Die tragende Rolle der statistischen Frühwarnsysteme wurde ausführlich beschrieben, aber auch auf der regulatorischen Seite wurden in vielen Ländern, wie z. B. in Deutschland, die richtigen Pfade eingeschlagen. Für die Zukunft wird ein stetes „Nachschärfen“ dieser Instrumente vonnöten sein, denn die Innovationskraft gerade in Sachen Digitalisierung hat zuletzt eher noch zugenommen (z. B. künstliche Intelligenz). Vor allem aber sollte ein laufendes Monitoring der verschiedenen Instrumente gegen wettinduzierte Manipulation aufrechterhalten werden, um die Wirksamkeit und Passgenauigkeit kontinuierlich zu überprüfen. Die Evaluierungsanforderungen, die im deutschen GlüStV von 2021 formuliert werden und laufende Evaluierungsstudien in den Jahren nach seinem Inkrafttreten vorschreiben, zeigen auch hier in die richtige Richtung.

Literaturverzeichnis

- Abbott, J. / Sheehan, D. (2013): The INTERPOL Approach to Tackling Match Fixing in Football, in: M. Haberfeld/D. Sheehan (Hrsg.): Match-Fixing in International Sports: Existing Processes, Law Enforcement, and Prevention Strategies, Springer, S. 263–287.
- Albers, N. / Böhm, D. / Rebeggiani, L. (2016): Ereigniswetten im Visier der Rechtsordnung, in: *Zeitschrift für Wett und Glücksspielrecht* 1/2016, S. 13–20.
- Ames, N. (2018): 'Fixing matches like nobody has done before': Skenderbeu's amazing tale, <https://www.theguardian.com/sport/2018/mar/19/match-fixing-skenderbeu-albania-uefa-report-ban>, Zugriff am 13.06.2022.
- Asinof, E. (1963): *Eight Men Out*; Holt, Rinehart & Winston.
- Bag, P. / Saha, B. (2011): Match-fixing under competitive odds. *Games and Economic Behavior* 73 (2), S. 318–344.
- BBC (Hrsg) (2019): Diego Matos: Brazilian tennis player banned for life for match fixing, <https://www.bbc.com/sport/tennis/49642475>, Zugriff am 10.06.2022.
- Becker, G. S. (1968): Crime and Punishment: An Economic Approach, in: *Journal of Political Economy* 76, S. 169–217.
- Berry, S. (2003): Revealed: the great Cronje cover-up, in: *The Telegraph* vom 16.03.2003, <https://www.telegraph.co.uk/sport/cricket/2398030/Revealed-the-great-Cronje-cover-up.html>, Zugriff am 13.03.2023.
- Blumenschein, S. (2013): Alle Spuren führen nach Singapur, <https://kurier.at/sport/fussball/illegale-fussballwetten-alle-spuren-fuehren-nach-singapur/3.211.506>, Zugriff am 10.06.2022.
- Boeri, T. / Severgnini, B (2013): Match Rigging in Italian Professional Soccer: The Economic Determinants of Corruption, in: M. Haberfeld / D. Sheehan (Hrsg.): Match-Fixing in International Sports: Existing Processes, Law Enforcement, and Prevention Strategies, Springer, S. 101–112.
- Breuer, M. / Forrest, D. (2018): *The Palgrave Handbook on the Economics of Manipulation in Sport*, Palgrave Macmillan.
- Broughton, J. / Keogh, F. (2023): Snooker match-fixing: 'Perfect storm' led to corruption scandal, say investigators, <https://www.bbc.com/sport/snooker/67008159>, Zugriff am 20.10.2023.

- BRK – Bundesrechtsanwaltskammer (2016): Zum Referentenentwurf des Bundesministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz zur Strafbarkeit von Sportwettbetrug und der Manipulation berufssportlicher Wettbewerbe vom 03.11.2015, Berlin.
- Buschmann, R. (2013): Jagd auf den Wettpaten, <https://www.spiegel.de/sport/fussball/wettskandal-mutmassliche-drahtzieher-sitzen-in-asien-a-881458.html>, Zugriff am 10.06.2022.
- Caruso, R. (2009): The Basic Economics of Match Fixing in Sport Tournaments. *Economic Analysis and Policy* 39 (3), S. 355–377.
- Christiansen, A. V. (2018): Doped humans and rigged bikes – and why we (wrongly) get more upset about the bikes, in: Fincoeur, B. / Gleaves, J. / Ohl, F. (Hrsg.): *Doping in Cycling. Interdisciplinary Perspectives*, Routledge, S. 99–111.
- Constandt, B. / Manoli, A. E. (Eds.). (2022): *Understanding Match-Fixing in Sport: Theory and Practice*, Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003162681>.
- Czegledy, P. (2021): Esports Integrity Policies, in: *Gaming Law Review* 25 (4), S. 161–170.
- Davies, C. (2015): Match and spot fixing: Challenges for the International Cricket Council. *Sports Law eJournal*, <http://epublications.bond.edu.au/slej/30>.
- DRB Deutscher Richterbund (2016): Stellungnahme des Deutschen Richterbundes zum Gesetzentwurf zur Strafbarkeit von Sportwettbetrug und der Manipulation berufssportlicher Wettbewerbe, Berlin.
- Feltes, T. (2013): Match Fixing in Western Europe, in: M. Haberfeld / D. Sheehan (Hrsg.): *Match-Fixing in International Sports: Existing Processes, Law Enforcement, and Prevention Strategies*, Springer, S. 1530.
- Fischer, A. (2020): *Die Legitimität des Sportwettbetrugs (§265c StGB)*, Walter De Gruyter, Berlin/Boston.

- Forrest, D. (2013): Match Fixing: An Economics Perspective, in: M. Haberfeld / D. Sheehan (Hrsg.): *Match-Fixing in International Sports: Existing Processes, Law Enforcement, and Prevention Strategies*, Springer, S. 177–197.
- Forrest, D. / McHale, I. / McAuley, K. (2008): Risks to the Integrity of Sports from Betting Corruption, Report for the Central Council for Physical Recreation, University of Salford.
- Forrest, D. / Simmons, R. (2003). Sport and Gambling. *Oxford Review of Economic Policy* 19 (4), S. 598–611.
- Gibbs, E. (2022): Match-Fixing Habit Leads to Lifetime Ban for Chilean Tennis Coach, <https://www.casino.org/news/habitual-match-fixing-leads-to-lifetime-ban-for-chilean-tennis-coach/>, Zugriff am 22.11.2022.
- Glindmeier, M. / Korge, J. (2009): Riesiger Wettskandal erschüttert Europas Fußball, <https://www.spiegel.de/sport/fussball/betrugsverdacht-bei-200-spielen-riesiger-wettskandal-erschuettert-europas-fussball-a-662480.html>, Zugriff am 10.06.2022.
- Gödecke, C. (2009): Der Flug des Schneeballs, *Spiegel Online* vom 04.12.2009, <https://www.spiegel.de/sport/sonst/verdaechtiges-tennismatch-der-flug-des-schneeballs-a-664297.html>, Zugriff am 04.01.2010.
- Hill, D. (2009): How gambling corruptors fix football matches. *European Sport Management Quarterly* 9 (4), S. 411–432.
- IRIS (Institut de Relations Internationales et Stratégiques) et al. (2012): *Sports Betting and Corruption*, Paris.
- Janssen, H. / Rebeggiani, L. (2008): Das staatliche Sportwettenmonopol in Deutschland – Fessel oder Schutzschild?, *List Forum für Wirtschaftspolitik*, Vol. 34 (3), S. 175–197.
- Jewell, S. / Reade, J. (2020): On fixing international cricket matches. in: *Journal of Gambling Business and Economics*, 13 (2), S. 37–82.
- Job, B. (2023): Ziemlich verdächtige Stöße, in: *FAZ Online*, <https://www.faz.net/-gub-b2hyg>, Zugriff am 10. Januar 2023.
- Koch, R. / Maennig, W. (2006): Spiel- und Wettmanipulationen – und der Anti-Korruptionskampf im Fußball, in: *Der Bürger im Staat* 56 (1), S. 50-58.
- Krull, P. (2018): „Todesurteil“ – Uefa sperrt Serienmeister für zehn Jahre, <https://www.welt.de/180270124>, Zugriff am 12.06.2022.

- Naber, I. (2017): „Ich konnte Menschen manipulieren“, <https://www.welt.de/171318353>, Zugriff am 10.06.2022.
- Papadopoulos, P. (2012): Vergütung im Schiedsrichterwesen – Eine theoretisch-empirische Untersuchung zur Vergütung und Leistung von Bundesliga-Schiedsrichtern im Fußball, Dissertation, Deutsche Sporthochschule Köln.
- Preston, I. / Szymanski, S. (2003): Cheating in Contests. *Oxford Review of Economic Policy* 19 (4), S. 612–624.
- Qureshi, H. / Verma, A. (2013): It is Just Not Cricket, in: M. Haberfeld / D. Sheehan (Hrsg.): *Match-Fixing in International Sports: Existing Processes, Law Enforcement, and Prevention Strategies*, Springer, S. 69–88.
- Ravelli, A. (2014): «O perdo in due set o mi ritiro» Le scommesse del tennis italiano, *Corriere della Sera* vom 15.10.2014, https://www.corriere.it/sport/14_ottobre_15/o-perdo-due-set-o-mi-ritiro, Zugriff am 16.10.2014.
- Rebeggiani, L. (2010): Deutschland im Jahr Drei des neuen GlüStV – Reformvorschläge zur Regulierung des deutschen Glücksspielmarktes, Hannover.
- Rebeggiani, L. (2015): Use and misuse of regulation in fighting betting related corruption in sport – The German example, in: UNODC (Hrsg.): *Symposium of the Anti-Corruption Academic (ACAD) Initiative – Compendium*, Wien.
- Rebeggiani (2016): The organizational structure of professional road cycling, in: Van Reeth, D. / Larson, D. (Hrsg.): *The Economics of Professional Road Cycling*, Springer, S. 33–54.
- Rebeggiani, L. (2022): Les jeux sont faits – Eine ordnungspolitische Analyse des Glücksspielstaatsvertrages von 2021, *Streiflicht VWL*. Nr. 9, FOM Hochschule, Essen.
- Rebeggiani, L. / Breuer, M. (2017): Neue Ordnung, neues Glück? Ordnungs- und fiskalpolitische Aspekte des deutschen Sportwettenmarkts, in: *Wirtschaftsdienst* 97 (9), S. 655–663.
- Rebeggiani, F. / Rebeggiani, L. (2013): Which factors favor betting related cheating in sports? Some insights from political economy, in: M. Haberfeld / D. Sheehan (Hrsg.): *Match-Fixing in International Sports: Existing Processes, Law Enforcement, and Prevention Strategies*, Springer, S. 157–176.

Stockport, G. / Hill, T. / Linder, M. (2003): The Rise and Fall of Hansie Cronje, in: *The Management Case Study Journal* 3 (1), S. 1–20.

Streppelhoff, R. (2017): Sportbetrug Eine Bibliographie anlässlich des bundesdeutschen Gesetzes zur 51. Änderung des Strafgesetzbuches – Strafbarkeit von Sportwettbetrug und der Manipulation berufssportlicher Wettbewerbe, Bundesinstitut für Sportwissenschaft.

Strulik, H. (2012): Riding High: Success in Sports and the Rise of Doping Cultures, in: *The Scandinavian Journal of Economics* 114 (2), S. 539–574.

TI – Transparency International (2016): *Global Corruption Report: Sport*, Routledge, London/New York.

Wolfers, J. (2006): Point Shaving: Corruption in NCAA Basketball. *American Economic Review Papers and Proceedings*, 96 (5), S. 279–283.

***Willingness To Pay for Sustainable Sports Apparel:
First Results of a Study among German Runners***

Viktorija Spindler / Holger Schunk / Thomas Könecke

Contact Information

Viktorija Spindler

Research assistant at RheinMain University of Applied Sciences (Wiesbaden, Germany) and doctoral student at KU Leuven (Belgium)

E-Mail: viktorija.spindler@hs-rm.de

Abstract

This study aims to analyse the effect of increased environmental and social sustainability on the willingness to pay for sports apparel. This is achieved by analysing a sample of 1,000 German runners who completed a panel survey including a choice-based conjoint analysis. The findings show that higher levels of sustainability steadily motivate a higher willingness to pay. The study has multiple implications for the academic environment as well as for businesses within the sports apparel and other sectors.

Content

Abstract.....	226
List of Figures	228
List of Tables	228
List of Abbreviations	228
10.1 Introduction	229
10.2 Methods	230
10.2.1 Data Collection	230
10.2.2 Choice-Based Conjoint Analysis	231
10.2.3 Data Analysis.....	233
10.3 Results.....	233
10.3.1 Descriptive Analysis	233
10.3.2 Willingness to Pay	234
10.4 Discussion	235
10.5 Conclusion.....	237
References	238

List of Figures

Figure 1:	Attributes and Levels of Choice-Based Conjoint Analysis.....	232
Figure 2:	Translation of an Exemplary Choice Set of the Choice-based Conjoint Analysis (Translated from German by the Authors)	233

List of Tables

Table 1:	Willingness to Pay Analysis – Environmental Sustainability .	235
Table 2:	Willingness to Pay Analysis – Social Sustainability	235

List of Abbreviations

ES	Environmental Sustainability
SS	Social Sustainability
WTP	Willingness to Pay
CBC	Choice-Based Conjoint Analysis

10.1 Introduction¹

As a study of the German Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation and Nuclear Safety and Consumer Protection shows, the awareness for environmental issues is continuously growing in Germany. 64 percent of the survey's participants ranked environmental protection and climate action as priority challenges in 2018, which was eleven percentage points more than in 2016. In addition, 92 percent of the respondents also articulated their dissatisfaction regarding the environmental protection and climate action measurements of industries that have a high impact on the environment.² The textile industry is one of those industries, not only due to an extensive use of natural resources and waste generation³ but also due to air and water pollution and inefficient processes.⁴ The European Parliament even states that the fashion industry produces more greenhouse gas emissions than maritime shipping and all international flights combined.⁵ Additionally, the textile industry is facing many social issues, for instance, unfair working conditions or child labour.⁶ But it also has to be remarked that particularly in the textile industry, social sustainability (SS) and environmental sustainability (ES) are becoming increasingly important for customers.⁷

Sports apparel is an important subsector of the textile industry that generated a worldwide revenue of 191 billion U.S. dollars in 2021, which was over 8 percent of the industry's total turnover in that year.⁸ In Germany, sports apparel has seen increasing sales figures in recent years. The sales volume rose from 2.9 billion € in 2012 to over 4 billion € in 2020 and the forecast for 2022 is 4.3 billion €. ⁹ This economic importance and the sport apparel sector's social and environmental relevance as part of the textile industry, make it clear that research on ES and SS in sports apparel is an important research field.

¹ Based on the presentation of first results addressed in this paper, a further developed and more detailed paper has been written. Said paper was recently published in the journal "Sustainable Production and Consumption" (Spindler / Schunk / Könecke, 2023). We would like to refer the readers to this new paper for more detailed information.

² Cf. German Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation and Nuclear Safety (2020).

³ Cf. European Environment Agency (2019); La Rosa / Johnson Jorgensen (2021); Neumann et al. (2021).

⁴ Cf. United Nations (2015).

⁵ Cf. European Parliament (2021).

⁶ Cf. Muthu (2017).

⁷ Cf. Nosto solutions Oy (2019); OEKO-TEX Service GmbH (2017).

⁸ Cf. Smith (2022a, 2022b).

⁹ Cf. Federal Statistical Office of Germany (2022b).

But even though research on sustainable development in sports is generally emerging,¹⁰ hardly any pertinent research exists regarding sports apparel. Especially, the economic impact of implementing sustainability in the sports apparel industry has virtually not been a topic of discussion yet. So far, only Casadesus-Masanell et al. estimated a price premium for green sportswear. They calculated the willingness to pay (WTP) for organic cotton shirts of the brand Patagonia. But the results must be interpreted with caution since the researchers used a top-down method based on overall sales figures.¹¹ Moreover, the research is somewhat outdated as it was published in 2009.

Summing up, it can be stated that no research exists regarding the WTP for sustainable sports apparel in either Germany or Europe. This is why this study wants to contribute to filling this gap in research by looking at the WTP of German runners for sustainable sports apparel. It has to be noted that some relevant research exists on the German textile sector, for which a conjoint analysis showed that ES was generally an important purchase criterion when buying clothing items.¹² For the German sports sector in general, there also is some evidence that consumers favour environmentally sustainable offers and are willing to pay higher prices for sports services.¹³ However, research specifically measuring the WTP for SS in the German sports sector could not be found at all. Additionally, a combined approach to measure the WTP for SS and ES particularly in the sports apparel sector seems to be missing for Germany, Europe and in general.

This paper will thus enlarge academic knowledge by providing a first specification of the effect of different levels of sustainability on the WTP for sports apparel of active sport participants in Germany. To further illustrate the study, the employed methods will be outlined hereafter. Then the results will be described, which is followed by a short discussion and a conclusion.

10.2 Methods

10.2.1 Data Collection

Data for this study was collected via an online survey that contained a choice-based conjoint analysis (CBC). Moreover, several questions were asked regarding the respondents' sociodemographic data. The survey was conducted

¹⁰ Cf. Könecke et al. (2021); Lis / Tomanek (2020).

¹¹ Cf. Casadesus-Masanell et al. (2009).

¹² Cf. Bauer / Schunk (2016).

¹³ Cf. Könecke et al. (2021); Thormann / Wicker (2021).

between 7th and 22nd July 2021 in collaboration with the panel provider “Respondi AG”. All respondents lived in Germany and reported to run at least once per month. As had been agreed with the panel provider, the sample was almost representative of the German population in terms of the local distribution over the 16 German states.

10.2.2 Choice-Based Conjoint Analysis

The conjoint analysis is a multivariate method for analysing data to evaluate preference structures among consumers and use this data to segment the market, to develop new products or services, or to evaluate price sensitivity.¹⁴ It is a decompositional procedure that uses quantitative data regarding choices among different configurations of a specific product to estimate what specific characteristics of this product are valued most or least.¹⁵ The method was first described by Duncan Luce and John Tukey who published a paper that outlined the idea of determining the quality of a whole object by the inherent quality of certain features.¹⁶ It became an increasingly popular method in the 1980s and 1990s and is used in many practice and academic contexts since the 2000s.¹⁷ Besides the traditional conjoint analysis (TCA), two variations are established nowadays: the choice-based conjoint analysis (CBC) and the adaptive conjoint analysis (ACA). This study uses the CBC because it is currently the gold standard of conjoint analyses and the results can be used for market simulations.¹⁸

In this study, a half-sleeve functional T-shirt is the object of investigation in the CBC. This product is suitable for this analysis since it is offered by many brands in different variations and is bought irrespective of the age or gender of the consumers.

In a CBC, products are generally broken down into several relevant “attributes” (i.e. relevant characteristics). These attributes have different “levels” or specifications. As can be seen in Figure 1, the attributes’ price, brand, ES and SS were used in this study. Brand and price were included because they are characteristics that are observable on the market and very fundamental characteristics of

¹⁴ Cf. Backhaus et al. (2015).

¹⁵ Cf. Backhaus et al. (2015).

¹⁶ Cf. Luce / Tukey (1964).

¹⁷ Cf. Louviere / Woodworth (1983).

¹⁸ Cf. Albers et al. (2007); Sawtooth Software (2005).

every product. This is also why they frequently are included in comparable studies.¹⁹

Figure 1: Attributes and Levels of Choice-Based Conjoint Analysis

Brand		Ecological Sustainability
Adidas	Asics	The product is 0 % ecologically sustainable.
NIKE	Odlo	The product is 25 % ecologically sustainable.
PUMA	Pro Touch	The product is 50 % ecologically sustainable.
Reebok	Runners Point	The product is 75 % ecologically sustainable.
		The product is 100 % ecologically sustainable.
Price		Social Sustainability
9,95	34,95	The product is 0 % socially sustainable.
14,95	39,95	The product is 25 % socially sustainable.
19,95	44,95	The product is 50 % socially sustainable.
24,95	49,95	The product is 75 % socially sustainable.
29,95	54,95	The product is 100 % socially sustainable.

The levels that were defined for the attributes price and brand (Figure 1) were based on a study which also used a functional T-shirt as a reference product in the German market for sports apparel.²⁰ The different price levels were also checked for feasibility and it turned out that they were a good representation of what was offered on the market. As can be seen in Figure 1, the levels for ES and SS were 0 %, 25 %, 50 %, 75 % and 100 %. When deciding which segmentation to use, it had been decided to limit the variation to five expressions to prevent an overcomplex choice situation.

Besides offering three variations of the reference product, the choice sets offered in the CBC also made it possible to decide against buying any of these shirts. An example for such a choice set can be found in Figure 2. Each respondent was presented with 16 choice sets in the experimental design. The design was assembled by the Sawtooth Lighthouse Studio software (Version 9.13.1) on the basis of automated statistical and mathematical analyses after the attributes and levels had been defined.²¹

¹⁹ Cf. Esch / Brunner (2009); Sommer (2014).

²⁰ Cf. Schunk et al. (2016, 2017).

²¹ Cf. Spindler et al. (2023)

Figure 2: Translation of an Exemplary Choice Set of the Choice-based Conjoint Analysis (Translated from German by the Authors)

Brand	Runners Point	NIKE	Adidas
Price	49.95 €	34.95 €	44.95 €
Environmental Sustainability	The product is 50 % environmentally sustainable.	The product is 25 % environmentally sustainable.	The product is 100 % environmentally sustainable.
Social Sustainability	The product is 25 % socially sustainable.	The product is 100 % socially sustainable.	The product is 75 % socially sustainable.
	<input type="button" value="Select"/>	<input type="button" value="Select"/>	<input type="button" value="Select"/>

I would not choose any of these options.
<input type="button" value="Select"/>

10.2.3 Data Analysis

After the descriptive statistics were assembled, the WTP for ES and SS was calculated with the Sawtooth Lighthouse Studio software (Version 9.13.1) using the tool “Market Simulation”.²²

10.3 Results

10.3.1 Descriptive Analysis

Overall, 1,086 participants filled in the questionnaire. Eventually, exactly 1,000 data sets could be used for further analysis.

The sample consists of 49.1 percent female and 50.9 percent male respondents, which is close to a perfect half-split sample between those two genders. There was also the opportunity to mark “diverse” as an answer category, but nobody chose this option. Moreover, a rather balanced distribution between the test subjects can be observed when looking at the age of participants. The age group 26 to 35 years is the one with the highest count of respondents. It includes 25 percent of the sample. The smallest group is 65 years and above with 4.3 percent of

²² Cf. Sawtooth Software (2022a, 2022b, 2022c).

the sample. The other age groups account for around 16 to 19 percent, showing a rather evenly spread age range of the participants. Regarding the demographic factors, one other variable was part of the questionnaire: the level of education. Most participants have an academic degree (33.8 percent), graduated from high school (22.8 percent), or finished vocational training (21.1 percent). Only 0.1 percent of the respondents did not graduate from any school form. Comparing these descriptive results with the German population, it is obvious that the segment of people with an academic degree is overrepresented,²³ which is not uncommon for runners.²⁴

10.3.2 Willingness to Pay

When trying to calculate the WTP through a market simulation, a reference level must be selected. The results are always to be understood relative to the selected reference level. Those levels can either be set manually or automatically by the software, which usually chooses the level with the lowest average utilities as a reference. For this study, the latter was done. This means that the reference level for both sustainability-attributes was 0 percent. It is important to point out that the calculated WTPs are hypothetical and may differ from the real WTPs of the customers at the point-of-sale in a real purchase situation. But even though the answers in the survey were given in a hypothetical purchase situation, it can be expected that they will be a good approximation of the actual WTP in a real purchase situation.

First, the WTP for ES was calculated with 0 percent ES as reference level. The results are displayed in Table 1, which shows that if the level of ES changed from 0 percent to 25 percent, the average WTP of the respondents was an additional 5.88 € for the product. If the product was 50 percent environmentally sustainable, the WTP was an additional 18.29 €, 25.51 € for 75 percent, and 31.50 € for 100 percent. This means that the respondents were willing to pay an extra 31.50 € if the shirt was 100 percent environmentally sustainable if compared to a similar item with 0 percent ES.

²³ Cf. Federal Statistical Office of Germany (2022a).

²⁴ Cf. Könecke et al. (2021).

Table 1: Willingness to Pay Analysis – Environmental Sustainability

Ecological Sustainability	WTP (in €)
0 ES	N/A (Reference Level)
25 ES	5.88
50 ES	18.29
75 ES	25.51
100 ES	31.50

Next, the WTP for different levels of SS was calculated. As can be seen in Table 2, the WTP for SS also considerably rose between 0 percent and 100 percent. The WTP for a shirt that was 25 percent socially sustainable was an additional 7.84 €. The other WTPs were 15.21 € for 50 percent, 21.03 € for 75 percent, and 25.02 € for 100 percent.

Table 2: Willingness to Pay Analysis – Social Sustainability

Social Sustainability	WTP (in €)
0 SS	N/A (Reference Level)
25 SS	7.84
50 SS	15.21
75 SS	21.03
100 SS	25.02

10.4 Discussion

The results presented above show that the WTP for a functional T-shirt steadily increased with increases in SS and ES. This means that every increase in ES or SS met a higher total WTP by the customers. Accordingly, it can be possible for producers of sports apparel to refinance investments in improved ES and SS to a certain extent via higher prices. But it has to be kept in mind that the specific WTPs that were found here are relative in the sense that they change if any of the other characteristics of a product change. This means that the price of a product cannot simply be increased by the indicated amount if a certain level of sustainability is reached. Other factors have to be taken into account as well. It also means that the results for ES and SS cannot be added because the WTPs for ES and SS are influenced if the sustainability-level of the other sustainability-category changes.

It is interesting to see that in this study, the WTP for ES usually was higher than that for SS except for the first 25 percent when SS was valued more than ES (7.84 € vs. 5.88 €). This observation differs from what has been seen in other studies that found a higher WTP for SS if compared to ES.²⁵ An interpretation could be that ES is a topic that has been very present in the public discourse in Germany and many other countries in recent years. Accordingly, the focus could have shifted and ES could be considered as more relevant by the general public now, which might also affect the respective WTP.

This consideration also leads to a limitation of this study. Social desirability could have influenced the answers of the respondents. Especially, when it comes to their WTP, people tend to state that they would pay more for socially desirable outcomes.²⁶ To prevent or at least diminish this bias, a quantitative CAWI (computer-assisted web interview) was conducted so that direct human interaction did not occur. Furthermore, the CBC itself generally prevents this bias due to its indirect nature as the respondents were not asked directly, if and to what extent they were willing to pay more for higher levels of sustainability. Nevertheless, it could not fully be prevented that social desirability could have had an effect on the answers because no actual transfer of money for a product took place.

Furthermore, the use of a CBC is also a topic to be discussed. A CBC does create rather realistic results because it can be associated with a real-life purchase situation. Not only due to the different product options that are included in the choice sets but also because of the none-option that gives the respondents the opportunity to decide against selecting any of the products on offer. Thus, their actual requirements or desires are taken into account to a much larger extent than if they were forced to “buy” one of the product concepts. Nevertheless, the situation differs from being in a store and paying with actual money. In such a real-life situation, the options are much more diverse and the relevant features are not compared in a table with few key characteristics. This means that many consumers could actually prioritise other features in actual purchase situations such as, for example, (perceived) quality or availability of a product, positioning within the store, and current fashion trends.

It also has to be pointed out that in our study, the ES and SS of the product were given using an identical scale. This easy comparability is missing at the point of sale. While one brand emphasizes that its product is produced with ecological cotton, the other brand may have a sustainability label or particularly advertise its social responsibility. Therefore, the consumer must evaluate the importance of

²⁵ Cf. Bauer / Schunk (2016).

²⁶ Cf. Schmidt-Atzert / Amelang (2012).

sometimes very distinct attributes instead of different expressions of one attribute. This missing transparency and comparability usually lead to comparably less informed decisions of the customers at real points of sale. It is also frequently observable that no information regarding sustainability is provided and most customers will not gather information about it themselves.

Another critical aspect of the method used is the gradation of the attributes ES and SS. These attributes were segmented into five expressions from “This product is 0 percent environmentally/socially sustainable” to “This product is 100 percent environmentally/socially sustainable” with levels at 25 percent, 50 percent, and 75 percent. This segmentation had been used, after it had proven its worth in a pretest to simplify the differentiation between different levels of sustainability and to prevent that the respondents would generally interpret the levels on offer very differently. Nevertheless, to learn more about the perception of distinct levels of sustainability, research should be conducted to test other options for differentiations.

10.5 Conclusion

Sustainability is an omnipresent topic in today’s world that has already profoundly affected consumption patterns and preferences. Moreover, it has impacted how certain industries operate and will continue to do so in the future. When looking at the results of this study, it became apparent that higher levels of sustainability in a functional T-shirt were valued with a higher WTP by runners in Germany. For both, ES and SS, a steady increase in WTP was observable with rising levels of sustainability. For most levels (except 25 percent), somewhat higher WTPs were measured for ES than for SS.

It can thus be concluded that environmentally and socially sustainable sports apparel seem to be valued higher than non-sustainable alternatives and that sustainability has an impact on the purchase decision for sports apparel. The WTP analysis shows that the sports apparel industry can profit from a higher focus on sustainability in the sense that higher WTPs should result. It can also be expected that the overall importance of sustainability should even increase in the future, which should be particularly true for the apparel sector. Not to the least because of this, further research should scrutinize sustainable consumption in the sport apparel and related markets, an example of which could be observations of real-life purchase decisions or other operationalisations of different levels of sustainability.

References

- Albers, S. / Becker, J. U. / Clement, M. / Papies, D. / Schneider, H. (2007): Messung von Zahlungsbereitschaften und ihr Einsatz für die Preisbündelung: Eine anwendungsorientierte Darstellung am Beispiel digitaler TV-Programme, in: *Marketing: Zeitschrift für Forschung und Praxis*, pp. 7–22.
- Backhaus, K. / Erichson, B. / Weiber, R. (2015): *Fortgeschrittene Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung*, 3. Aufl., Springer-Verlag.
- Bauer, L. / Schunk, H. (2016): Markenführung und Nachhaltigkeit in der Textilindustrie, in: *Uwf UmweltWirtschaftsForum*, 24(4), pp. 369–382.
- Casadesus-Masanell, R. / Crooke, M. / Reinhardt, F. / Vasishth, V. (2009): Households' Willingness to Pay for "Green" Goods: Evidence from Patagonia's Introduction of Organic Cotton Sportswear, in: *Journal of Economics & Management Strategy*, 18(1), pp. 203–233. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1530-9134.2009.00212.x>.
- Esch, F.-R. / Brunner, C. (2009): Sein und Schein, in: *WirtschaftsWoche*, 50/2009, pp. 40–42.
- European Environment Agency (2019): *Textiles in Europe's circular economy*. URL: <https://www.eea.europa.eu/publications/textiles-in-europes-circular-economy> [27.02.2023].
- European Parliament (2021): *The impact of textile production and waste on the environment (infographic)*, URL: <https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/society/20201208STO93327/the-impact-of-textile-production-and-waste-on-the-environment-infographic> [27.02.2023].
- Federal Statistical Office of Germany (2022a): *Bevölkerung im Alter von 15 Jahren und mehr nach allgemeinen und beruflichen Bildungsabschlüssen nach Jahren: Ergebnis des Mikrozensus, Personen im Alter von 15 Jahren und mehr*, URL: <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bildung-Forschung-Kultur/Bildungsstand/Tabellen/bildungsabschluss.html;jsessionid=4BECBFC572C6FAC595B5B502EB660B63.live722> [27.02.2023].

- Federal Statistical Office of Germany (2022b): Umsatz mit Sportbekleidung in Deutschland in den Jahren 2013 bis 2022 mit einer Prognose bis 2026 (in Millionen Euro): Quoted from [de.statista.com](https://de.statista.com/statistik/daten/studie/671649/umfrage/umsatz-mit-sportbekleidung-in-deutschland/), URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/671649/umfrage/umsatz-mit-sportbekleidung-in-deutschland/> [27.02.2023].
- German Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation and Nuclear Safety (2020): Environmental Awareness in Germany 2018. Results of a representative survey, URL: <https://www.umweltbundesamt.de/publikationen/environmental-awareness-in-germany-2018> [27.02.2023].
- Könecke, T. / Schunk, H. / Schappel, T. / Hugaerts, I. / Wagner, F. / Malchrowicz-Moško, E. (2021): German Marathon Runners' Opinions on and Willingness to Pay for Environmental Sustainability, in: *Sustainability*, 13(18), p. 10337.
- La Rosa, A. / Johnson Jorgensen, J. (2021): Influences on Consumer Engagement with Sustainability and the Purchase Intention of Apparel Products, in: *Sustainability*, 13(19), p. 10655.
- Lis, A. / Tomanek, M. (2020): Sport management: Thematic mapping of the research field, in: *Journal of Physical Education and Sport*, 20(2), pp. 1201–1208.
- Louviere, J. J. / Woodworth, G. (1983): Design and analysis of simulated consumer choice or allocation experiments: an approach based on aggregate data, in: *Journal of Marketing Research*, 20(4), pp. 350–367.
- Luce, R. D. / Tukey, J. W. (1964): Simultaneous conjoint measurement: A new type of fundamental measurement. *Journal of mathematical psychology*, 1(1), 1-27.
- Muthu, S. S. (2017): *Sustainability in the Textile Industry*. Singapore: Springer.
- Neumann, H. L. / Martinez, L. M. / Martinez, L. F. (2021): Sustainability efforts in the fast fashion industry: consumer perception, trust and purchase intention, in: *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 12(3), S. 571–590.
- Nosto solutions Oy (2019): Consumer Survey: Sustainability in Fashion Retail, URL: <https://pages.nosto.com/rs/339-ZHG-780/images/EN-Sustainability-Summary-2019%20%281%29.pdf> [27.02.2023].
- OEKO-TEX Service GmbH (2017): Globale Verbraucherstudie zu Nachhaltigkeit bei Textilien.

- Sawtooth Software (2005): Conjoint Analysis: How we got here and where we are, Research Paper series.
- Sawtooth Software (2022a): Additional WTP Settings, URL: <https://sawtoothsoftware.com/help/lighthouse-studio/manual/wtpsettingswindow.html> [27.02.2023].
- Sawtooth Software (2022b): Lighthouse Studio Manual, URL: <https://sawtoothsoftware.com/help/lighthouse-studio/manual/> [27.02.2023].
- Sawtooth Software (2022c): Understanding Willingness to Pay (WTP), URL: <https://sawtoothsoftware.com/help/lighthouse-studio/manual/understanding-willingness-to-p.html> [27.02.2023].
- Schmidt-Atzert, L. / Amelang, M. / Fydrich, T. / Moosbrugger, H. (2012): Psychologische Diagnostik, 5. Aufl., Berlin: Springer.
- Schunk, H. / Könecke, T. / Preuß, H. (2016): Sportökonomische Quantifizierung markenbezogener Emotionen: eine Volkswirtschaftliche Bestimmung des jährlichen Markengewinns für Sportbekleidung in Deutschland, in: H. Woratschek / Germelmann, C. C. / Kaiser, M. (Eds.): Der seltsame Fall des Dr. Jeckyll und Mr. Hyde: Homo oeconomicus und homo emotionalis im Sportmanagement, Schorndorf: Hofmann, pp. 29–36.
- Schunk, H. / Könecke, T. / Preuß, H. (2017): Markenbezogene Zahlungsbereitschaft für Sportbekleidung – Quantifizierung von Preispremien für Funktions-T-Shirts mittels der Conjoint-Analyse, in: Sciamus – Sport Und Management, pp. 1–19.
- Smith, P. (2022a): Global apparel market - statistics & facts URL: <https://www.statista.com/topics/5091/apparel-market-worldwide/#dosierKeyfigures> [27.02.2023].
- Smith, P. (2022b): Total revenue of the global sports apparel market from 2021 to 2026 (in billion U.S. dollars), URL: <https://www.statista.com/statistics/254489/total-revenue-of-the-global-sports-apparel-market/> [27.02.2023].
- Sommer, M. (2014): Markenführung bei hessnatur – dem CR „Pure Player“ für Mode und Lebensstil, in: Kirchhof, A.-K. / Nickel, O. (Eds.): CSR und Brand Management. Marken nachhaltig führen, Berlin: Springer, pp. 183–203.

Spindler, V. / Schunk, H. / Könecke, T. (2023): Sustainable consumption in sports fashion – German runners' preference and willingness to pay for more sustainable sports apparel, in: Sustainable Production and Consumption, URL: <https://doi.org/10.1016/j.spc.2023.05.003> [31.08.2023].

Thormann, T. F. / Wicker, P. (2021): Willingness-to-Pay for Environmental Measures in Non-Profit Sport Clubs, in: Sustainability, 13(5), p. 2841.

United Nations (2015): Transforming our world the 2030 agenda for sustainable development.

***Runners' Willingness to Pay for Environmental
Initiatives in Participatory Sport Events***

Ine Hugaerts / Thomas Könecke

Contact Information

Prof. Dr. Thomas Könecke

Associate professor in sport management at KU Leuven (Belgium)

E-Mail: thomas.koenecke@kuleuven.be

Abstract

Research that examines how important environmental sustainability is for people participating in sport events is currently very limited. This study sheds light on the perspective of event participants' and shows if and how much participants would be willing to pay for an improved environmental performance of the event. It also identifies which environmental initiatives participants would like to see improved. The results are based on a survey that was sent to the participants of a running event located in Belgium. After data cleaning, this resulted in a total of 1,056 usable cases. The findings indicate that for 38.9 percent of the respondents, environmental sustainability is an important topic. A contingent valuation method was applied to estimate the participants willingness to pay for environmental initiatives. This method showed that 58.8 percent of the participants have a positive willingness to pay, with an average of € 4.5 for the entire sample. Among the different options presented to the participants to improve sustainability, reducing the use of plastic and an optimised waste management were valued the most. The results of this study provide sport managers with the knowledge to improve the environmental performance of their events in line with the expectations of the participants.

Content

Abstract.....	244
List of Tables	245
11.1 Introduction.....	246
11.2 Theoretical Background.....	246
11.3 Methods.....	248
11.4 Results.....	250
11.5 Discussion	252
11.6 Conclusion.....	253
References	254

List of Tables

Table 1:	Demographic Characteristics of Sample (n= 1,056).....	250
Table 2:	Willingness to Pay for Environment, Social and Organisation-related Initiatives in Participatory Sport Events (n= 1,056)	251

11.1 Introduction

Awareness is rising that sport events can serve as a platform to stimulate pro-environmental behaviour.¹ Research published by Kim and colleagues² and Inoue and Kent,³ for example, has indicated that sport events can alter the intentions of their participants to act in an environmentally sustainable way. The study of McCullough et al.⁴ acknowledges this train of thoughts by concluding that “sport organizations have the power to make a substantial impact by changing their actions, as well as influence the decision-making and education of others on the topic for positive change.”⁵ However, to inspire and educate participants to act in an environmentally sustainable way, sport events will – at least to some extent – have to be exemplary in this regard. To achieve this, organisers might have to invest in the environmental sustainability of their events, which can be costly.⁶ Previous studies have indicated that the organisers of events might be able to compensate their expenses by increasing their participation fee.⁷ Yet, research that assesses to what extent participants care about environmental sustainability at sport events, which initiatives they would like to see implemented and how much they would be willing to pay to implement the initiatives, is scarce. Accordingly, sport event managers are missing crucial information to make adequate changes.

To fill this gap in research, the objective of this study is to question the participants of a large running event in Flanders (Belgium) about their perception of the topic, willingness to pay for environmental initiatives and preferred initiatives. This knowledge can be used to improve the event’s environmental performance and as a result, educate stakeholders about the importance of pro-environmental behaviour.

11.2 Theoretical Background

Examining the willingness to pay for non-market products or services like environmental sustainability is not without its challenges because they have no fixed

¹ Cf. Hugaerts et al. (2021); Triantafyllidis / Darwin (2021).

² Cf. Kim et al. (2021).

³ Cf. Inoue / Kent (2012).

⁴ Cf. McCullough et al. (2021).

⁵ McCullough et al. (2021), p. 10.

⁶ Cf. Greenhalgh / Drayer (2020).

⁷ Cf. Krugell / Saayman (2013); Könecke et al. (2021); Saayman et al. (2016); Triantafyllidis / Kaplanidou (2019).

monetary value. As such, different methods have been developed that try to quantify the monetary value of these goods. Valuation techniques that are often used are the contingent valuation method, hedonic pricing and the travel cost method.⁸

Sufficient literature is available that uses these different methods to examine the willingness to pay for environmental sustainability in the food industry,⁹ when purchasing electronic devices,¹⁰ in tourism¹¹ etc. But literature that examines the willingness to pay for environmental sustainability in sport is not that common. Greenhalgh and Drayer¹² examined how much fans of an American football team would be willing to pay for more environmental measures during the games. The authors concluded that the fans were willing to pay \$ 6.5, on top of the \$ 85.0 entrance fee. Thormann and Wicker¹³ analysed the willingness to pay for more environmental measures in German sports clubs and found an average willingness to pay among the members of € 14.5 on top of the yearly membership fee of € 136.6. A study addressing the sportswear sector has indicated that consumers were willing to pay \$ 6.6 extra for a sport product made from organic material.¹⁴

The articles of Krugell and Saayman, Saayman et al., Könecke et al. and Triantafyllidis and Kaplanidou¹⁵ indicate that in sport events, participants might be willing to contribute to improve the environmental sustainability as well. For example, Krugell and Saayman investigated a marathon event in South Africa and found that 58.0 percent of the men and 69.0 percent of the women were willing to pay extra.¹⁶ Saayman et al. studied a cycling event in the same country and found that over 70.0 percent of the participants were willing to pay to enhance the environmental sustainability.¹⁷ The study of Könecke and colleagues examined a large group of runners who participated in a marathon event in Germany. They found a willingness to contribute financially for one or more sustainability initiatives among 54.2 percent of the participants.¹⁸

⁸ Cf. Orlowski / Wicker (2019).

⁹ Cf. Bastounis et al. (2021); Schäufele / Hamm (2017); Shikuku et al. (2020).

¹⁰ Cf. Grankvist et al. (2019).

¹¹ Cf. Nelson et al. (2021); Panwanitdumrong / Chen (2022).

¹² Cf. Greenhalgh / Drayer (2020).

¹³ Cf. Thormann / Wicker (2021).

¹⁴ Cf. Casadesus-Masanell et al. (2009).

¹⁵ Cf. Krugell / Saayman (2013); Könecke et al. (2021); Saayman et al. (2016); Triantafyllidis / Kaplanidou (2019).

¹⁶ Cf. Krugell / Saayman (2013).

¹⁷ Cf. Saayman et al. (2016).

¹⁸ Cf. Könecke et al. (2021).

In the same study, Könecke and colleagues investigated for which environmental initiatives sport event participants would be willing to pay extra. They presented their target group with a selection of options. Three options were environment-related, three options were of a social nature and five options were organisation-related like increased security measures or the availability of products in the finish area of the event. Their findings indicate that people particularly valued environmental initiatives because the three environment-related options ranked in the top four of possible answers to the question. Decreasing the use of plastic was valued the most, followed by initiatives that focus on using organic products and initiatives that optimise waste separation and waste management.¹⁹ The study of McCullough et al. examined the expectations of stakeholders towards sport organisations. More precisely, they looked at the beliefs of a general population about how the sector could be more environmentally responsible. The two initiatives that were mentioned most often²⁰ complemented the findings of Könecke and colleagues.¹⁹ These were minimising waste and improving options to recover waste like upscaling the recycling capacities of sport organisations.²⁰

From previous studies, it can be concluded that the majority of the people who participate in sport events are willing to pay to increase environmental sustainability.²¹ These results also suggest that the topic is rather important for this part of the population. Yet, to the authors' knowledge, no research literature is available that examines the exact amount that people are willing to pay. Also, limited literature is available that examines for which kinds of environmental initiatives sport event participants would be willing to contribute.²²

11.3 Methods

To collect the data for this study, an invitation to an online survey was sent to the 26,125 participants of the Antwerp 10 Miles event. This event is a traditional city run staged in the centre of Belgium's second largest city. The survey was conducted in October 2021 and resulted, after data cleaning, in 1,056 complete data sets that could be used for further analysis.

To get an understanding of how important environmental sustainability is for the participants, they were asked to rate the following statement: "When participating

¹⁹ Cf. Könecke et al. (2021).

²⁰ Cf. McCullough et al. (2021).

²¹ Cf. Krugell / Saayman (2013); Könecke et al. (2021); Saayman et al. (2016); Triantafyllidis / Kaplanidou (2019).

²² Cf. Könecke et al. (2021); McCullough et al. (2021).

in sport events, environmental sustainability is an important aspect for me.” The item had to be rated on a five-point Likert scale ranging from strongly disagree to strongly agree.

To assess the runners’ willingness to pay for an increase in the environmental sustainability of the event, a contingent valuation measurement was used. The contingent valuation measurement consisted of a hypothetical scenario that stated some background information about environmental sustainability in Belgian sport events. The scenario ended with the question: “Suppose that you are going to participate in the event again next year, would you then be willing to pay a contribution on top of the participation fee to increase the event’s environmental sustainability?” If people answered the question positively, the following question was presented: “Can you select the amount of money that you are willing to pay on top of the current participation fee to increase the event’s environmental sustainability?” The fee to participate in the event was € 28. Twenty answering options were presented to the participants with financial values ranging from “€ 0” to “more than € 50”. Only one answer could be selected.

Thereafter, participants were presented with fifteen initiatives and asked to indicate how likely it was that they would pay extra for the initiative. Each initiative had to be scored on a five-point Likert scale ranging from strongly disagree to strongly agree. Nine initiatives were based on the work of Könecke et al.²³ Six of these were organisation-related or social initiatives and were included for comparison (“increased security measures”, “paid staff in case of declining voluntary workers”, “larger variety of products in finish area”, “more sponsors present in the goody bag”, “higher prize money for elite athletes” and “higher social standards for employees”). The other three related to the event’s environmental sustainability (“decreased use of plastic”, “optimised waste management” and “more organic products”). Four additional environment-related initiatives, inspired by Wall-Tweedie and Nguyen,²⁴ were added (“use of green energy”, “more sustainable promotion material”, “reduction of the CO₂-emission of the event” and “less water consumption”). One item was included to gauge the relevance of formal control of environmental measures (“certification of the supplier companies in terms of environmental standards”). Finally, a similar item was included for social measures for comparison (“certification of the supplier companies in terms of social standards”).

²³ Cf. Könecke et al. (2021).

²⁴ Cf. Wall-Tweedie / Nguyen (2018).

11.4 Results

An overview of the descriptive characteristics of the participants is presented in Table 1.

Table 1: Demographic Characteristics of Sample (n= 1,056)

	Percentage of Total Sample
Age	
18 – 29	26.5 %
30 – 39	31.0 %
40 – 49	24.2 %
50 – 59	14.7 %
60 and older	3.6 %
Gender	
Women	41.2 %
Men	58.8 %
Other gender identification	0.0 %
Level of education	
Primary/ secondary education	20.6 %
Higher education	75.5 %
Still studying	3.9 %
Household situation	
Living alone	30.8 %
Cohabiting	69.2 %
Net income	
< € 2000	29.7 %
€ 2001 – € 3000	48.6 %
> € 3001	21.7 %

Regarding the statement that environmental sustainability was important when participating in a sport event, 22.0 percent of the respondents answered that it was not important for them (strongly disagree or disagree). 39.1 percent answered that they remain neutral and 38.9 percent answered that it was an important aspect (agree or strongly agree).

The findings of this study also show that the majority of the respondents (n= 621, 58.8 percent) were willing to pay an extra fee to increase the sustainability of the event in the contingent valuation measurement. The average amount that these 621 respondents were willing to pay extra was € 7.7 (SD= € 3.1). When also

considering the respondents that had declared that they would not be willing to pay, the average willingness to pay was € 4.5 (SD= € 4.5).

Table 2 presents an overview of the specific measures for which the respondents would be willing to pay extra. In general, it seems that initiatives which raise the environmental sustainability of the event reached higher values, if compared to social and organisation-oriented initiatives. The only exception is “more organic products” (M= 2.9, SD= 1.1), which was rather unpopular. “Decreased use of plastic” (M= 3.9, SD= 1.1), “optimised waste management” (M= 3.9, SD= 1.1), “use of green energy” (M= 3.6, SD= 1.1), “more sustainable promotion material” (M= 3.5, SD= 1.2) and “reduction of the CO₂-emission of the event” (M= 3.4, SD= 1.2) are the top five measures that respondents were most willing to support financially. Right thereafter followed the “certification of the supplier companies in terms of environmental sustainability” (M= 3.3, SD= 1.1), which shows that credibility also seems to be valued in this context. In contrast, “higher prize money for elite athletes” (M= 2.0, SD= 1.1) and “more sponsors present in the goody bag” (M= 2.6, SD= 1.2) did not score high on participants’ willingness to pay lists.

Table 2: Willingness to Pay for Environment, Social and Organisation-related Initiatives in Participatory Sport Events (n= 1,056)

Initiatives	M (SD)
Decreased use of plastic	3.9 (1.1)
Optimised waste management	3.9 (1.1)
Use of green energy	3.6 (1.1)
More sustainable promotion material	3.5 (1.2)
Reduction of the CO ₂ -emission of the event	3.4 (1.2)
Certification of the supplier companies in terms of environmental standards	3.3 (1.1)
Less water consumption	3.2 (1.1)
Increased security measures	3.2 (1.0)
Certification of the supplier companies in terms of social standards	3.2 (1.0)
Higher social standards for employees	3.0 (1.0)
Paid staff in case of declining voluntary workers	3.0 (1.0)
More organic products	2.9 (1.1)
Larger variety of products in finish area	2.8 (1.1)
More sponsors present in the goody bag	2.6 (1.2)
Higher prize money for elite athletes	2.0 (1.1)

Note: Scored on a five-point Likert scale ranging from 1= strongly disagree, 2= disagree, 3= neutral, 4= agree, 5= strongly agree; M= Mean; SD= Standard Deviation

11.5 Discussion

The objective of this study was to question event participants about the importance of environmental sustainability in sport events, their potential contributions for more environmental measures and their preference about which initiatives they would like to see improved with their contributions.

Almost 39.0 percent of the participants have indicated that environmental sustainability was an important topic for them when participating in a sport event. This implies that event organisers should invest in environmental initiatives if they want to meet the expectations of a considerable part of their main stakeholder group. If implementing environmental measures is a problem for the organisation from a financial perspective, the results also indicate that the majority of the participants were willing to financially contribute to improve the sustainability of the event. The percentage of people that was willing to pay extra is more or less in line with the results found in previous studies.²⁵ It can, therefore, be concluded that the majority of the participants should not be reluctant to contribute if the event organisers were to introduce a sustainability fee. Of course, event organisers will have to keep in mind that the monetary amount runners would like to contribute varies among the participants. The average for the entire sample in this study was € 4.5. As outlined above, this is less compared to what members of sport clubs (€ 14.5)²⁶ and fans of a professional sport team (\$ 6.5)²⁷ were willing to pay. However, the contributions should be compared with respect to the entrance or membership fee. A short calculation indicates that the average contribution found in this study is relatively high compared to the other contexts (participatory sport event (this study) = 16,1 percent; sport clubs = 10,6 percent²⁸; spectator sport events = 7,6 percent).²⁹

The findings of this study further clearly show that participants value certain environmental initiatives at sport events higher than the social or organisational options that were also presented. As such, event organisers should make conscious decisions about the kind of sustainability initiative(s) they would like to initiate and clearly communicate the decision to the participants and other stakeholders. An initiative to decrease the use of plastic at events seems a measure that will be appreciated and financially supported by most participants. This finding is

²⁵ Cf. Krugell / Saayman (2013); Könecke et al. (2021); Saayman et al. (2016); Triantafyllidis / Kaplanidou (2019).

²⁶ Cf. Thormann / Wicker (2021).

²⁷ Cf. Greenhalgh / Drayer (2020).

²⁸ Cf. Thormann / Wicker (2021).

²⁹ Cf. Greenhalgh / Drayer (2020).

supported by the research of Könecke et al.³⁰ and McCullough et al.³¹ It also stipulates that participants think that event organisers could improve their performance in this regard.

One of the main limitations of this study is the potential hypothetical bias that can occur when estimating the willingness to pay. Since a contingent valuation method uses a hypothetical scenario, the possibility exists that the actual willingness to pay in a real situation is different than in the fictive situation described in this study.³² On the one hand, people might state a higher willingness to pay, because of the “warm glow effect” that is sometimes seen when people donate to charitable causes.³³ On the other hand, people might understate their actual willingness to pay out of fear that the price will increase in the following editions.³⁴ Future research should, therefore, apply other measurement methods to complement the limitations and ascertain the exact amount that people would be willing to pay.

11.6 Conclusion

This study adds valuable insights to the current body of research literature on environmental sustainability in sports and particularly in the context of participatory sports events. While previous studies have indicated a general willingness to pay among event participants, this study identifies an exact amount of money that participants might be willing to pay. The results also show that not all environmental initiatives are equally important to event participants. The study yields important practical implications for sport (event) managers, since it provides concrete knowledge about the expectations of one of their main stakeholders, the event participants. Furthermore, it highlights opportunities to increase the environmental sustainability of participatory sport events.

³⁰ Cf. Könecke et al. (2021).

³¹ Cf. McCullough et al. (2021).

³² Cf. Orłowski / Wicker (2019).

³³ Cf. Luccasen / Grossman (2017); Orłowski / Wicker (2019).

³⁴ Cf. Meyerhoff / Liebe (2006).

References

- Bastounis, A. / Buckell, J. / Hartmann-Boyce, J. / Cook, B. / King, S. Potter, C. / Jebb, S. A. (2021): The impact of environmental sustainability labels on willingness-to-pay for foods: A systematic review and meta-analysis of discrete choice experiments, in: *Nutrients*, 13(8), S. 2677, DOI: <https://doi.org/10.3390/nu13082677>.
- Casadesus-Masanell, R. / Crooke, M. / Reinhardt, F. / Vasishth, V. (2009): Households' Willingness to Pay for "Green" Goods: Evidence from Patagonia's Introduction of Organic Cotton Sportswear, in: *Journal of economics & management strategy*, 18(1), S. 203–233, DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1530-9134.2009.00212.x>.
- Grankvist, G. / Johnsen, S. Å. K. / Hanss, D. (2019): Values and willingness-to-pay for sustainability-certified mobile phones, in: *International journal of sustainable development and world ecology*, 26(7), S. 657–664, DOI: <https://doi.org/10.1080/13504509.2019.1652212>.
- Greenhalgh, G. / Drayer, J. (2020): An assessment of fans' willingness to pay for team's environmental sustainability initiatives, in: *Sport marketing quarterly*, 29(2), S. 121–133, DOI: <https://doi.org/10.32731/SMQ.292.062020.04>.
- Hugaerts, I. / Scheerder, J. / Helsen, K. / Corthouts, J. / Thibaut, E. / Könecke, T. (2021): Sustainability in Participatory Sports Events: The Development of a Research Instrument and Empirical Insights, in: *Sustainability*, 13(11), S. 6034, DOI: <https://doi.org/10.3390/su13116034>.
- Inoue, Y. / Kent, A. (2012): Sport teams as promoters of pro-environmental behavior: An empirical study, in: *Journal of Sport Management*, 26(5), S. 417–432, DOI: <https://doi.org/10.1123/jsm.26.5.417>.
- Kim, Y. D. / Nam, C. / LaPlaca, A. M. (2021): Marketing and communicating sustainability through college athletics: the effects of pro-environmental initiatives on the belief-attitude-intention hierarchy, in: *Journal of marketing for higher education*, S. 1–21, DOI: <https://doi.org/10.1080/08841241.2021.1892897>.
- Könecke, T. / Schunk, H. / Schappel, T. / Hugaerts, I. / Wagner, F. / Malchrowicz-Moško, E. (2021): German marathon runners' opinions on and willingness to pay for environmental sustainability, in: *Sustainability*, 13(18), DOI: 10337. <https://doi.org/10.3390/su131810337>.

- Krugell, W. / Saayman, M. (2013): Running a greener race: Willingness-to-pay evidence from the old mutual two oceans Marathon in South Africa, in: *South African Journal for Research in Sport, Physical Education and Recreation*, 35(1), S. 53–70.
- Luccasen, A. / Grossman, P. J. (2017): Warm-glow giving: earned money and the option to take, in: *Economic inquiry*, 55(2), S. 996–1006, DOI: <https://doi.org/10.1111/ecin.12417>.
- McCullough, B. P. / Hardie, A. / Kellison, T. / Dixon, M. (2021): Environmental perspectives of external stakeholders in sport, in: *Managing sport and leisure*, S. 1–14, DOI: <https://doi.org/10.1080/23750472.2021.1950037>.
- Meyerhoff, J. / Liebe, U. (2006): Protest beliefs in contingent valuation: Explaining their motivation, in: *Ecological economics*, 57(4), S. 583–594, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2005.04.021>.
- Nelson, K. M. / Partelow, S. / Stäbler, M. / Graci, S. / Fujitani, M. (2021): Tourist willingness to pay for local green hotel certification, in: *PloS one*, 16(2), e0245953–e0245953, DOI: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0245953>.
- Orlowski, J. / Wicker, P. (2019): Monetary valuation of non-market goods and services: a review of conceptual approaches and empirical applications in sports, in: *European sport management quarterly*, 19(4), S. 456–480, DOI: <https://doi.org/10.1080/16184742.2018.1535609>.
- Panwanitdumrong, K. / Chen, C.-L. (2022): Are Tourists Willing to Pay for a Marine Litter-Free Coastal Attraction to Achieve Tourism Sustainability? Case Study of Libong Island, Thailand, in: *Sustainability*, 14(8), S. 4808, DOI: <https://doi.org/10.3390/su14084808>.
- Saayman, M. / Krugell, W. / Saayman, A. (2016): Characterisation of cyclists' willingness to pay for green initiatives at Africa's largest cycle tour, in: *South African journal of economic and management sciences*, 19(3), S. 432–447, DOI: <https://doi.org/10.17159/2222-3436/2016/v19n3a9>.
- Schäufele, I. / Hamm, U. (2017): Consumers' perceptions, preferences and willingness-to-pay for wine with sustainability characteristics: A review, in: *Journal of cleaner production*, 147, S. 379–394, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.01.118>.

- Shikuku, K. M. / Tran, N. / Pincus, L. / Hoffmann, V. / Lagerkvist, C. J. / Akintola, S. L. / Muliro, J. (2020): Experimental and survey-based data on willingness to pay for seafood safety and environmental sustainability certification in Nigeria, in: *Data in brief*, 30, S. 105540, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.dib.2020.105540>.
- Thormann, T. F. / Wicker, P. (2021): Willingness-to-pay for environmental measures in non-profit sport clubs, in: *Sustainability*, 13(5), S. 1–18, DOI: <https://doi.org/10.3390/su13052841>.
- Triantafyllidis, S. / Darvin, L. (2021): Mass-participant sport events and sustainable development: gender, social bonding, and connectedness to nature as predictors of socially and environmentally responsible behavior intentions, in: *Sustainability science*, 16(1), S. 239–253, DOI: <https://doi.org/10.1007/s11625-020-00867-x>.
- Triantafyllidis, S. / Kaplanidou, K. (2019): Marathon Runners: A Fertile Market for “Green” Donations?, in: *Journal of Global Sport Management*, S. 1–14, DOI: <https://doi.org/10.1080/24704067.2018.1561205>.
- Wall-Tweedie, J. / Nguyen, S. N. (2018): Is the Grass Greener on the Other Side? A Review of the Asia-Pacific Sport Industry's Environmental Sustainability Practices, in: *Journal of Business Ethics*, 152(3), S. 741–761, DOI: <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3320-6>.

***Ziele und Strategien professioneller Fußballclubs bei
der Etablierung von eSports-Abteilungen –
Eine vergleichende qualitative Analyse ausgewählter
deutscher Bundesligisten***

Sören Bär / Loc Minh Hoang / Markus Kurscheidt

Autorenkontakt

Prof. Dr. Sören Bär

Vertreter der Professur „Marketing und Medien“ und Gastwissenschaftler an der
Bauhaus-Universität Weimar / Research Associate an der Universität Bayreuth

E-Mail: soeren.baer@uni-weimar.de / soeren.baer@uni-bayreuth.de

Abstract

Diese Studie beantwortet die Forschungsfrage, welche Ziele und Strategien von professionellen Fußballclubs beim Aufbau einer eSports-Abteilung verfolgt werden. Sie gibt Aufschluss darüber, welche Zielgruppen durch die Integration von eSports-Abteilungen angesprochen werden sollen und welche Chancen und Risiken mit dem Engagement im eSports verbunden sind. Zudem werden die unterschiedlichen strategischen Ansätze thematisiert, die bei der Entwicklung von Strukturen im eSports verfolgt werden.

Die empirische Untersuchung wurde als explorative qualitative Studie mit Experten aus den eSports-Abteilungen deutscher Profifußballvereine durchgeführt, die über exklusive Kenntnisse der strategischen Ausrichtung und Ziele ihrer Vereine verfügen. Es wurde die Methode der semi-strukturierten, leitfadengestützten Experteninterviews gewählt. Die Auswertung erfolgte mit der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring.

Das Erreichen der Generation Z wird von professionellen Fußballclubs als wichtigstes Ziel angesehen. Innerhalb dieser Kernzielgruppe sollen Fans gewonnen werden, die selbst FIFA spielen. Aber auch klassische Gamer, die sich eSports-relevante Inhalte wünschen, sind von Interesse. Der Fokus liegt auf der Gewinnung neuer interessierter Sympathisanten und Fans. Es wird versucht, die Community zu erweitern, um Reichweiten und Zielgruppen zu generieren, die für potenzielle Sponsoren interessant sind. Um für diese Zielgruppe attraktiv zu sein, sollte sowohl eine authentische als auch eine junge und innovative Positionierung des Vereins im eSports geschaffen werden. Die Verbindung der virtuellen Fußballsimulation mit dem klassischen physischen Fußball soll unter Wahrung etablierter Werte wie Tradition, Zusammenhalt und Teamgeist erfolgen. Die Nutzung von eSports als Unterhaltungsprodukt dient einer längeren Bindung der jungen Zielgruppe. Im Zuge der Akquisition neuer Sponsoren und des Ausbaus der Zusammenarbeit mit bestehenden Sponsoren ist die junge und digitalaffine Zielgruppe des eSports ein wichtiger Faktor, da neue Sponsoren gewonnen werden können, die ebenfalls eine junge Zielgruppe erreichen wollen und/oder deren Produkte eine hohe Affinität zum eSport aufweisen. Die Zielgruppenaffinität ist auch ein wesentlicher Grund für das erweiterte Engagement bestehender Sponsoren. Nachwuchsförderung wird mit Scouting, dem Aufbau einer Jugendakademie und Jugendmannschaften sowie der Organisation von Jugendturnieren analog zum klassischen physischen Fußball verfolgt.

Diese Untersuchung bietet neue Erkenntnisse zur strategischen Ausrichtung professioneller Fußballvereine beim Aufbau von eSports-Abteilungen. Die Vereine

der deutschen Bundesliga und 2. Bundesliga setzen auf die Fußballsimulation FIFA, um dem klassischen Fußball treu zu bleiben und so die Lücke zwischen physischem und digitalem (virtuellem) Fußball zu schließen. Im Rahmen der Sportmarkenführung können eSportler als Markenbotschafter und eSports als Option zur Marken- und Angebotserweiterung mit positivem Imagetransfer auf die Vereinsmarke interpretiert werden, wobei der Stellenwert im Vergleich zum Kerngeschäft gegenwärtig noch gering ist. Ein Einstieg in andere bekannte e-Sports-Titel, wie LoL oder CS:GO, wird aufgrund der mangelnden Kompatibilität mit den Werten der Vereine ausgeschlossen. Das eSports-Engagement der Fußballvereine über die digitalen Kanäle Twitch, Instagram und Twitter wird gut an- und in der Community positiv wahrgenommen, womit eine hohe Interaktionsrate und ein dynamisches Wachstum verknüpft sind.

Inhalt

Abstract.....	258
Abbildungsverzeichnis.....	261
Abkürzungsverzeichnis.....	261
12.1 Einleitung.....	262
12.2 Theoretischer Hintergrund.....	264
12.2.1 Strategische Optionen für professionelle Fußballclubs.....	264
12.2.2 Charakteristika einer Diversifikationsstrategie	266
12.2.3 Markendehnung durch eSports-Engagements.....	266
12.3 Qualitative empirische Untersuchung.....	269
12.3.1 Forschungskontext, Untersuchungsdesign und Methodik	269
12.3.2 Datenerhebung und -analyse	270
12.4 Resultate und Diskussion.....	271
12.4.1 Voraussetzungen für einen eSports-Einstieg.....	272
12.4.2 Chancen und Risiken im eSports	274
12.4.3 Ziele eines eSports-Engagements	277
12.4.4 Die eSports-Strategien professioneller Fußballclubs	280
12.4.5 Erkenntnisgewinn und zukünftige Entwicklung	282
12.5 Zusammenfassung und Schlussfolgerungen	286
Literaturverzeichnis	288

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	eSports-Strategien professioneller Fußballclubs.....	265
Abbildung 2:	Experteninterviews.....	271
Abbildung 3:	Hauptkategorie 1: Voraussetzungen für einen eSports-Einstieg	273
Abbildung 4:	Hauptkategorie 2: Chancen und Risiken im eSports.....	276
Abbildung 5:	Hauptkategorie 3: Ziele eines eSports-Engagements	278
Abbildung 6:	Hauptkategorie 4: Strategien der professionellen Fußballclubs.....	282
Abbildung 7:	Hauptkategorie 5: Erkenntnisgewinn und zukünftige Entwicklung.....	285

Abkürzungsverzeichnis

CS:GO	Counter Strike: Global Offensive
DFL	Deutsche Fußball Liga
DOTA	Defense of the Ancients
eFootball	Electronic Football
eSports	Electronic Sports
FIFA	Fédération Internationale de Football Association (hier ist v. a. das gleichnamige, lizenzierte PC-Spiel gemeint)
GfK	Gesellschaft für Konsumforschung
LoL	League of Legends
PES	Pro Evolution Soccer
RBLZ	REBELZ
VBL	Virtual Bundesliga

12.1 Einleitung

eSports hat sich in den letzten Jahren von einer Nische zu einem gesellschaftlichen Massenphänomen entwickelt und gilt heute als fester Bestandteil der modernen Jugend- und Alltagskultur (Wendeborn et al., 2020), was eine höhere mediale Aufmerksamkeit und das Interesse zahlreicher Marktteilnehmer garantiert. Als erster international bekannter Fußballverein stieg Besiktas Istanbul in den eSports-Bereich ein und übernahm damit eine Vorreiterrolle. Seit Anfang 2015 unterhielt der Verein ein League of Legends (LoL)-Team in der türkischen Liga. Danach engagierten sich international immer mehr renommierte Fußballvereine im eSports, darunter Paris Saint-Germain, AS Monaco, Real Madrid, FC Barcelona, FC Bayern München, Ajax Amsterdam, Galatasaray Istanbul und Manchester United. In den Jahren 2015 und 2016 gaben die deutschen Bundesligisten VfL Wolfsburg und FC Schalke 04 ihre eSports-Engagements bekannt, die die Popularität von eSports in Deutschland deutlich steigerten (Nielsen Sports, 2017). Obwohl das im LoL-Spieletitel aktive Team SK Gaming eine längere eSports-Präsenz aufweist, verfügt insbesondere das eSports-Team des FC Schalke 04 über einen deutlich höheren Bekanntheitsgrad (Nielsen Sports, 2017; Castendyk & Müller-Litzkow, 2017). Der eSports-Bereich wird dabei vom Management der Fußballclubs meist als eigenständige neue Geschäftseinheit betrachtet (Chanavat, Desbordes, & Lorgnier, 2017; Chadwick, Chanavat, & Desbordes, 2015; Desbordes & Richelieu, 2018).

Im deutschen professionellen Fußball haben sich mittlerweile insgesamt 30 Clubs aus der Bundesliga und aus der 2. Bundesliga entschieden, eigene eSports-Abteilungen aufzubauen. Davon sind 29 Clubs in der Virtual Bundesliga (VBL) vertreten. In der Saison 2022/2023 lassen sich folgende Formen des eSports-Engagements unterscheiden:

- 1) *eSports-Engagement nur in FIFA¹ (27)*: 1. FC Köln, Bayer 04 Leverkusen, Borussia Mönchengladbach, FC Augsburg, Hertha BSC Berlin, 1. FSV Mainz 05, RB Leipzig, TSG Hoffenheim, VfL Wolfsburg, VfL Bochum, VfB Stuttgart, SV Werder Bremen, Hamburger SV, FC St. Pauli, 1. FC Kaiserslautern, FC Heidenheim, 1. FC Nürnberg, SpVgg Fürth, FC Hansa Rostock, Eintracht Braunschweig, Hannover 96, Holstein Kiel, Karlsruher SC, SSV Jahn Regensburg, SV Darmstadt 98, SV Sandhausen, SC Paderborn

¹ Damit ist die von EA Sports herausgegebene Fußball-Computersimulation gemeint, von der jährlich eine neue Ausgabe erscheint.

- 2) *eSports-Engagement in FIFA und anderen eSports-Titeln (2)*: FC Schalke 04 (PES und LoL), Eintracht Frankfurt (LoL)
- 3) *Kein FIFA, aber Engagement in anderen eSports-Titeln (1)*: FC Bayern München (PES und NBA 2K21)
- 4) *Kein eSports-Engagement (6)*: Borussia Dortmund, SC Freiburg, 1. FC Union Berlin, 1. FC Magdeburg, Fortuna Düsseldorf, DSC Arminia Bielefeld.

Ein Ausblick in die Zukunft verheißt eine weitere Steigerung. Ab der Saison 2023/2024 soll die VBL als zusätzlicher offizieller Wettbewerb in die Ligastatuten der Deutschen Fußball Liga (DFL) aufgenommen und als dritte Wettbewerbsmarke der DFL etabliert werden, wodurch die Teilnahme zur Pflicht für alle Vereine der Bundesliga und 2. Bundesliga erhoben wird. Dies wird sich als zusätzlicher Treiber für die Etablierung von eSports-Abteilungen erweisen und dazu dienen, die Professionalität im eSports-Bereich voranzubringen (DFL, 2022). Aus dieser Entscheidung ergeben sich folgende Konsequenzen und Anforderungen für die Clubs der Bundesliga und 2. Bundesliga (DFL, 2022):

1. Unterhaltung einer eFootball-Mannschaft, bestehend aus drei bis fünf Spielern
2. Einstellung eines Vollzeitmitarbeiters mit eFootball-Verantwortung
3. Betrieb eines als eFootball-Hauptspielstätte deklarierten Raumes mit der erforderlichen technischen Ausstattung.

Dombrowski et al. (2020) betonten bereits, dass zahlreiche Profifußballklubs sich entschieden haben, eigene eSports-Abteilungen aufzubauen und dass eine Analyse der Herangehensweisen der Vereine, die sich auf dem neuen Markt etablieren wollen, von Interesse wäre. Als Forschungslücke ist demzufolge erkennbar, dass es kaum Veröffentlichungen zu den unterschiedlichen Ansätzen, Zielen und Strategien der Clubs, die eSports-Abteilungen integrieren wollen, gibt. Daraus lässt sich folgende übergeordnete Forschungsfrage ableiten:

Welche Ziele und Strategien verfolgen Profifußballvereine beim Aufbau einer eSports-Abteilung?

Das Interesse am Mehrwert einer eSports-Abteilung für einen Profifußballverein ist groß, weshalb drei weitere Unterforschungsfragen aufgeworfen wurden:

UFF 1: Welche Zielgruppen sollen durch die Integration von eSports-Abteilungen in Fußballvereine angesprochen werden?

UFF 2: Welche Chancen und Risiken ergeben sich, wenn sich Fußballvereine im eSports engagieren?

UFF 3: Welche unterschiedlichen strategischen Ansätze verfolgen Fußballvereine bei der Entwicklung von Strukturen im eSports?

12.2 Theoretischer Hintergrund

12.2.1 Strategische Optionen für professionelle Fußballclubs

Während sich eSports ständig weiterentwickelt, ergeben sich Managementherausforderungen, die jenen im traditionellen Sport ähneln (Funk et al., 2017). Zu den unterschiedlichen Herangehensweisen, Zielen und Strategien von Fußballclubs, die sich auf dem eSports-Markt etablieren wollen, existieren bislang kaum Publikationen. Lefebvre et al. (2020) beschäftigten sich mit den Fragen, welche dynamischen Fähigkeiten sowie internen und externen Faktoren die Umsetzung von eSports-Strategien unterstützen und wie man durch eSports-Angebote neue Wertquellen schaffen kann. Der vorliegende Beitrag konzentriert sich hingegen darauf, welche differenzierten Ansätze und Strategien von den Fußballclubs für die Etablierung von eSports-Abteilungen gewählt werden. Für einen Fußballverein bestehen die grundlegenden strategischen Optionen darin, entweder eine eSports-Abteilung mit hoher Fußballaffinität aufzubauen oder sich auf beliebte Online-Spiele zu konzentrieren, die bei physischen eSports-Events eine große Anzahl von Zuschauern anziehen. Daraus resultieren die folgenden Strategien:

- (1) Mit einem *Fokus auf Fußballsimulationen* sind die Spiele FIFA und/oder Pro Evolution Soccer (PES) die Hauptoptionen. Bis Dezember 2021 wurden weltweit über 9 Millionen Exemplare von FIFA 22 verkauft (Apolinario, 2022). Mehr als 460 Millionen virtuelle Spiele wurden absolviert (LeBlanc, 2022). FIFA 23 profitiert von einem scheinbar grenzenlosen Wachstum, errang Platz 1 der gesamteuropäischen Games-Jahrescharts 2022 und avancierte zusätzlich in allen 19 untersuchten Ländern, die von der GFK-Forschung abgedeckt wurden, zum meistverkauften Titel. (GFK Entertainment, 2023). Mit den Fußballsimulationen werden vor allem Menschen angesprochen, die bereits Fußballfans sind. Fußballfans sind ihrem Lieblingsverein meist sehr treu. Wenn diese FIFA- oder PES-Spieler bereits Fans eines anderen Vereins sind, wird es daher kaum möglich sein, sie durch die Einführung einer eSports-Abteilung zu gewinnen oder abzuwerben. Sind sie hingegen bereits Anhänger des eigenen Vereins, können auf diese Weise die Identifikation und Loyalität zum Verein gestärkt werden.
- (2) Bei einer *Konzentration auf die beliebtesten Online-Games*, wie von Besiktas Istanbul zu Beginn praktiziert, wäre die Auswahl von „LoL“, „Dota 2“ und „Counter Strike: Global Offensive“ (CS:GO) naheliegend. Es ist jedoch

keineswegs einfach, eSportler für eine Sportart zu begeistern, die sie zuvor gemieden haben. Sollte dies jedoch gelingen, wäre ihre Mitgliedschaft ein echter Gewinn gegenüber der fußballbasierten Strategie.

- (3) Ein dritter Ansatz ist die *Verknüpfung der beiden Grundoptionen*, wie sie beispielsweise Paris Saint-Germain und der FC Schalke 04 verfolgen bzw. verfolgten. So konnten neben fußballaffinen Gamern auch eSportler als Mitglieder angesprochen und gewonnen werden, die bisher keinen Bezug zum Fußball hatten, für die aber eine Institutionalisierung in einem großen Verein attraktiv sein könnte. Der FC Schalke 04 konnte mit dieser Strategie die internationale Bekanntheit und das Image des Vereins verbessern (Mühlbacher & Bertschy, 2020).

Abbildung 1: eSports-Strategien professioneller Fußballclubs

Strategische Optionen	(1) Aufbau einer eSports-Abteilung mit hoher Affinität zum klassischen Fußball	(2) Konzentration auf die beliebtesten Online-Spiele	(3) Verknüpfung der beiden grundlegenden Optionen
Adressierte Zielgruppen	Konzentration auf Personen, die (meist) schon Fans des klassischen physischen Fußballs sind	Fokus auf Gamer und die jüngere Zielgruppe	Adressierung heterogener Zielgruppen: Ansprache und Rekrutierung sowohl fußballaffiner Gamer als auch von eSportlern, die bisher noch keinen Bezug zum Fußball hatten
Zielstellungen	Steigerung der Identifikation und Loyalität bei bestehenden Fans des Clubs Gewinnung von klassischen Fußballfans anderer Vereine ohne eSports-Abteilung	Akquisition von neuen Mitgliedern für die Simulation der zuvor gemiedenen Sportart Fußball	Risikostreuung durch Konzentration auf beide grundlegenden Strategien
Fazit	Fußballfans verhalten sich sehr loyal gegenüber ihrem Lieblingsverein. Es besteht nur eine geringe Chance, durch die Einführung einer eSports-Abteilung mit einem Fokus auf FIFA oder/und PES Fans von anderen Vereinen abzuwerben.	Im Erfolgsfall wäre ihre Mitgliedschaft ein echter Gewinn gegenüber der rein fußballbasierten Strategie.	Es können eSportler als Mitglieder gewonnen werden, für die eine Institutionalisierung in einem großen Verein attraktiv ist.

12.2.2 Charakteristika einer Diversifikationsstrategie

Entsprechend der Produkt-Markt-Matrix nach Igor Ansoff (Ansoff, 1965) erfolgt im Rahmen einer Diversifikationsstrategie der Eintritt in neue Märkte mit neuen Produkten. Dabei ist die Bindung an das Kerngeschäft deutlich geringer als bei den drei anderen strategischen Optionen Marktpenetration, Produktentwicklung und Marktentwicklung. Bei der Diversifikation handelt es sich um eine Option zur Risikostreuung. Als Maßnahmen werden die Ausschöpfung von Wachstumsoptionen und die Erschließung von unterschiedlichen Umsatz- und Gewinnquellen angewandt. Das Risiko des Scheiterns ist wegen der größeren Distanz zum Kerngeschäft tendenziell höher als bei den anderen strategischen Optionen. Es lassen sich folgende Ausprägungen der Diversifikationen unterscheiden:

Horizontale Diversifikation: Das bisherige Portfolio wird um Produkte erweitert, die in Produktion und/oder Vertrieb mit den bisher angebotenen Produkten verwandt sind. Die Fokussierung auf eFootball bzw. eSoccer durch die Konzentration auf die Fußballsimulationen FIFA und PES ist ein Indikator für eine horizontale Diversifikation.

Vertikale Diversifikation: Das Portfolio wird um Produkte ergänzt, die den bisher angebotenen Produkten in der Wertschöpfungsstufe vor- oder nachgelagert sind. Dies trifft im Falle der zur Auswahl stehenden Strategien nicht zu.

Laterale Diversifikation: Das Portfolio wird um Produkte erweitert, die nicht mit den zuvor angebotenen Produkten in Zusammenhang stehen. Die Fokussierung auf strategisches Online-Gaming mittels der Konzentration auf die Spiele LoL, Dota 2, CS:GO etc. weist auf eine laterale Diversifikation hin.

12.2.3 Markendehnung durch eSports-Engagements

Mit den eSports-Engagements professioneller Fußballclubs gehen neue Herausforderungen für die Markenführung sowie Veränderungen ihrer Markenarchitekturen einher. Aaker (2012) betrachtet eine Marke ganzheitlich als einzigartige Reihe von Markenassoziationen, die markenstrategisch geschaffen und aufrechterhalten werden sollen. Kapferer (2012) betont die Langlebigkeit und Stabilität einer Marke. Diese Gesetzmäßigkeiten gelten prinzipiell auch für Sportmarken.

In ihrer Studie zum Markenmanagement von vier französischen Fußballclubs hatten Richelieu & Couvelaere (2005) in erster Linie die Sportkonsumenten als Zielgruppe des Branding im Blick. Dabei kamen sie zu der Erkenntnis, dass Sport- und insbesondere Fußballmannschaften bei ihren Fans stärkere emotionale Reaktionen hervorrufen als in jeder anderen Branche. Im Ergebnis sollten

professionelle Sportmannschaften sich als Marken positionieren sowie eine Markenstrategie entwickeln und umsetzen, um die emotionale Beziehung mit den Fans profitabel zu gestalten. Ein stabiler starker Markenwert ist für einen professionellen Fußballclub wichtig, um die Abhängigkeit vom sportlichen Erfolg zu verringern.

Muniz und O'Guinn (2001) weisen auf die aktive Rolle der Konsumenten bei der Entwicklung der Markenbedeutung hin. Sie interpretieren Brand Communitys als Gemeinschaften, die auf sozialen Beziehungen zwischen den Fans einer Marke basieren. Dabei verhandeln und teilen die Mitglieder der Markengemeinschaft die Bedeutungen der Marke und generieren auf diese Weise gemeinsam den Markenwert. Dies geschieht im Rahmen einer Co-Creation of Value (Diamond et al., 2009; Woratschek, Horbel & Popp, 2014) zwischen Fußballclubs und ihren Anspruchsgruppen, wobei den Anhängern eine herausragende Stellung gebührt. Zwischen Community und Markenführung existiert eine untrennbare Verbindung (Brodie, Whittome & Brush, 2009). Die Stakeholder einer Sportmarke sind somit an der Gestaltung der Markenbedeutung über teilweise gemeinsam generierte Markenmanifestationen beteiligt (Stieler, Weismann & Germelmann, 2014; Urich, 2014; Woratschek, Horbel & Popp, 2014). Die Etablierung einer eSports-Abteilung erhöht allerdings die Zahl der Stakeholder einer Sportmarke beträchtlich. Die existierenden Anspruchsgruppen werden durch eSports-Fans, eSports-Manager, -Mitarbeiter und professionelle Gamer ergänzt. Dadurch entwickeln sich auch neue Erscheinungsformen der Sportmarke. In diesem Zuge kann sich die Bedeutung der Marke ändern (Bertschy, Mühlbacher & Desbordes, 2020).

Wachstum kann prinzipiell mit *bereits existierenden* oder mit *neuen Marken* in *bisherigen* oder *neuen Produktkategorien* erzielt werden.

Über eine *Markendehnung* als Wachstumsoption sollen die bisherigen Investitionen in die Kernmarke genutzt werden, indem bereits aufgebaute Markenassoziationen und Markenpräferenzen auf das Erweiterungsprodukt oder die Erweiterungskategorie transferiert werden.

Produktlinienerweiterungen (Line Extensions) kommen in Betracht, wenn eine Marke innerhalb der bisherigen Produktkategorie gedehnt werden kann. Dies wäre bei professionellen Fußballclubs der Fall, wenn zusätzlich zur Männer- eine Frauenmannschaft oder ein U23-Team gegründet werden und am Wettkampfbetrieb teilnehmen. Dabei wird üblicherweise der Name der Kernmarke verwendet.

Unter einer *Markenerweiterung (Brand Extension)* ist hingegen die Nutzung einer etablierten Marke für den Eintritt in eine neue Produktkategorie zu verstehen (Aaker & Keller, 1990). Damit wird ein Goodwill-Transfer – die Übertragung positiver

Imagekomponenten von der etablierten Master-Marke auf den Erweiterungsbe- reich – angestrebt. Im Gegenzug erhofft man sich auch eine Stärkung der Kern- marke durch das Image des Erweiterungsproduktes. Für das Gelingen von Mar- kenerweiterungen wird eine hohe Passfähigkeit der Assoziationen mit der Kern- bzw. Muttermarke und der Erweiterungskategorie als wesentlicher Erfolgsfaktor betrachtet (Keller, 2003; Völckner & Sattler, 2007). Vice versa können Assoziati- onen mit der Markenerweiterung auch im Zuge eines Feedback- bzw. Backfire- Prozesses Einfluss auf die Bedeutung und den Wert der Kernmarke (Mutter- marke) ausüben (Völckner, Sattler & Kaufmann, 2008). Prinzipiell ist es sogar denkbar, dass die Kernmarke durch eine Markenerweiterung Schaden nimmt (Völckner & Sattler, 2006).

Es existieren nur wenige Studien zu Erweiterungen von Sportmarken. Walsh, Hwang, Lim & Pedersen (2015) untersuchen anhand des professionellen Base- balls in Südkorea die Auswirkungen der Nutzung professioneller Sportmann- schaften als Erweiterung von Nicht-Sportmarken. Die Autoren stellen fest, dass der Erfolg einer Sportmannschaft den Umsatz und das Markenimage beeinflus- sen kann. Abosag, Roper und Hind (2012) sind der Auffassung, dass Sport- markenerweiterungen das Erbe und die Tradition des Vereins widerspiegeln soll- ten, um den Markenwert nicht zu gefährden. Mit der Etablierung von eSports- Aktivitäten gehen allerdings auch neue Manifestationen der Sportmarke einher. Diese werden zum Gegenstand von Diskursen von Stakeholdern, die durch ein gemeinsames Interesse miteinander verbunden sind (Stieler & Germelmann, 2018).

Bertschy, Mühlbacher und Desbordes (2020) untersuchten am Beispiel des Clubs AS Monaco, wie sich die Einführung eines eSports-Bereiches auf die Be- deutung einer Sportmarke auswirken kann und auf welche Weise interagierende Stakeholder diesen Prozess mitgestalten können. Sie kamen zu der Erkenntnis, dass Fans des klassischen Fußballs die Einführung von eSoccer ignorieren oder für nicht diskussionswürdig halten. ESports-Fans beschäftigen sich wiederum nicht mit dem physischen Fußball. Die mangelnde Passfähigkeit zwischen den Fan-Assoziationen mit der Marke des Fußballclubs und der Markenerweiterung führt jedoch nicht zu einer Minderung des Markenwertes. Für die Fußballanhän- ger ändert sich die Markenbedeutung somit nicht. Es kommt weder zu einer Stärkung noch zu einer Verwässerung (Mühlbacher & Bertschy, 2020), sondern tendenziell zu einer isolierten Entwicklung von zwei Subversionen der Marke AS Monaco mit einer sehr ähnlichen Bedeutung des Markenkerns. Die Forscher schlussfolgern, dass das Konzept der Marke als komplexes dynamisches sozia- les Phänomen der Anpassung bedarf, wenn es auf Fußballmarken angewendet

wird. Falls das Management eine Markenerweiterung durch die Einführung von elektronischen Sportsimulationen anstrebt, sollten Events organisiert werden, die den traditionellen Fußball und eSoccer so verbinden, dass beide Fangemeinden die Kernbedeutung der Marke erfahren (Bertschy, Mühlbacher & Desbordes, 2020).

Mühlbacher, Bertschy & Desbordes, M. (2021) widmeten sich der Fragestellung, inwieweit die Einführung von eSports zu einer Stärkung oder Destabilisierung einer Sportmarkenidentität führt. Die Forscher analysierten den Diskurs der Fans des AS Monaco in den sozialen Medien in den ersten zwei Jahren nach der Einführung des eSports. Im Gegensatz zu den Erwartungen zeigen die Ergebnisse, dass die Identität der Marke durch die Einführung des eSports-Angebots weder gestärkt noch destabilisiert wird, wenn die Fans der Marke weder an der neuen Sportart interessiert sind noch sich von den Fans der hinzugefügten Sportart gestört fühlen. Die strategische Entscheidung, das bestehende Angebot um den neuen eSports-Bereich zu erweitern, hatte somit keinerlei Auswirkungen auf die Markenidentität und die Fanidentifikation. Die Fans der Sportmarke AS Monaco sind offenbar an der neuen Markenmanifestation so desinteressiert, dass sie deren Existenz ohne weitere Kommentare akzeptieren. Die Befürchtung, die Identifikation der Fans mit dem Verein könnte gemindert werden, bestätigte sich nicht.

12.3 Qualitative empirische Untersuchung

12.3.1 Forschungskontext, Untersuchungsdesign und Methodik

Es wurde ein qualitativer Forschungsansatz gewählt, um die Forschungsfragen beantworten zu können, denn das Verständnis für die verschiedenen Facetten des eSports befindet sich noch in der Entwicklung. Qualitative Ansätze eignen sich prinzipiell gut für die Forschung im Sportmanagement (Downward, 2005; Frisby, 2005.) Dies gilt insbesondere dann, wenn ein relativ neues Forschungsthema untersucht wird. Das Untersuchungsdesign besitzt explorativen Charakter. In einem innovativen Forschungskontext führen qualitative Methoden häufig am ehesten zum Ziel. Mit einer qualitativen Forschungsmethode wird angestrebt, einen tieferen Einblick zu erhalten, wie professionelle Fußballclubs die sich bietenden strategischen Optionen betrachten und wie sie die damit verbundenen Chancen und Risiken einschätzen (Amis, 2005). Die empirische Untersuchung wurde demgemäß als explorative qualitative Studie mit Experten aus den eSports-Abteilungen deutscher Profifußballvereine durchgeführt, die über exklusive Kenntnisse der strategischen Ausrichtung und Ziele ihrer Clubs verfügen. Im Rahmen des qualitativen Forschungsansatzes wurde die Methode der semi-strukturierten,

leitfadengestützten Experteninterviews gewählt, um das komplexe Themengebiet zu erschließen und neue Erkenntnisse zu gewinnen (Döringer, 2021).

Der Interviewleitfaden enthielt 15 Fragen, wovon sich im ersten Teil fünf Fragen allgemein mit der Verbindung von eSports und Profifußball beschäftigten, während im zweiten Teil zehn Fragen der Etablierung von eSports-Abteilungen in Profifußballvereinen gewidmet waren. Von den 26 professionellen Fußballclubs der Bundesliga und der 2. Bundesliga, die sich bislang entschieden haben, eigene eSports-Abteilungen zu etablieren, konnten für die qualitativen Interviews sieben Clubs gewonnen werden. Die Fallanalyse begrenzt die Anzahl der Unternehmen, die innerhalb eines angemessenen Zeitrahmens zu angemessenen Kosten untersucht werden können. Eisenhardt (1989) empfiehlt die Verwendung von vier bis zehn Fällen, um einerseits eine vertiefte Analyse jedes Falls zu ermöglichen und andererseits eine relative Diversität zur Erhöhung der Aussagekraft der Ergebnisse zu ermöglichen. Die Hauptdeterminanten für die Anzahl der Fälle sind die Qualität der Informationen, welche die Fälle liefern, und die Beobachtungsfähigkeiten des Forschenden und nicht die Stichprobengröße (Patton, 1980). Die sieben Experten zeichnen sich durch fundierte Kenntnisse und Kompetenz sowie Entscheidungsverantwortung in Bezug auf eSports aus.

12.3.2 Datenerhebung und -analyse

Die Stichprobe sollte sich aus Clubs zusammensetzen, die sich auf unterschiedlichen Ebenen der Etablierung der eSports-Abteilung befinden. Die Experteninterviews wurden folgerichtig mit vier Vertretern von Vereinen der Bundesliga – Borussia Mönchengladbach, Hertha BSC, VfL Bochum 1848 und VfL Wolfsburg – und drei Funktionären von Clubs der 2. Bundesliga – Hamburger SV, Hannover 96, Holstein Kiel – geführt. Es handelt sich um die folgenden Interviewpartner:

Abbildung 2: Experteninterviews

Nr.	Interviewpartner	Club	Position	Dauer (min) / Plattform	Datum / Uhrzeit
1	Stefan Schuffels (SS)	Borussia Mönchengladbach	Leiter BORUSSIA-E-SPORTS	30:22 / Skype	26.02.2021, 11:00 Uhr
2	Philipp Hagemann (PH)	Hamburger SV	eSports-Koordinator	27:11 / Zoom	04.03.2021, 16:00 Uhr
3	Paul Wetenkamp (PW)	Hannover 96	Leiter eSports	27:11 / Zoom	26.02.2021, 14:00 Uhr
4	Dennis Krüger (DK)	Hertha BSC	Projektleiter e-Sports	20:09 / Skype	05.03.2021, 12:30 Uhr
5	Jan-Eric Krajewski (JK)	Holstein Kiel	Digital Media Manager	37:29 / Skype	01.03.2021, 11:00 Uhr
6	Florian Lobisser (FL)	VfL Bochum 1848	Leiter Marketing-konzept	42:00 / MS Teams	25.02.2021, 14:00 Uhr
7	Roman Schlotthauer (RS)	VfL Wolfsburg	eSports-Betreuer	23:55 / Zoom	05.03.2021, 14:00 Uhr

Die Experteninterviews wurden Ende Februar und Anfang März 2021 unter Nutzung der Videokonferenz-Tools Zoom, Microsoft Teams und Skype online durchgeführt und aufgezeichnet. Die Dauer der in deutscher Sprache geführten Interviews variierte von 20:09 Minuten bis 42:00 Minuten. Die Transkription der Interviews sowie die qualitative Daten- und Textanalyse erfolgte mit der Software MAXQDA® 2020 (Version 20.4). Zur Auswertung der halbstrukturierten Experteninterviews wurde die qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring (2019) angewendet. Durch einen Feedbackprozess entstand sukzessive ein Kategoriensystem zur Bewertung des vorhandenen Materials (Mayring, 2000).

12.4 Resultate und Diskussion

Insgesamt wurden *190 codierte Segmente* ausgewertet. Davon entfielen *50 codierte Segmente* auf Teil 1 zu *eSports und Profifußball im Allgemeinen* sowie *140 codierte Segmente* auf Teil 2 zur *Etablierung von eSports-Abteilungen in professionellen Fußballclubs*. Im ersten Teil dieses Kapitels werden die Ergebnisse der Experteninterviews aus dem ersten Ober-Code „eSports und Profifußball allgemein“ mit 50 codierten Segmenten vorgestellt. Dazu gehören die zwei Hauptkategorien „Voraussetzungen für einen eSports-Einstieg“ und „Chancen und

Risiken im eSports“. Die folgenden Zitationen beziehen sich auf die jeweiligen Zeilennummern der Transkriptionen der Experteninterviews.

12.4.1 Voraussetzungen für einen eSports-Einstieg

In dieser Hauptkategorie wurden deduktiv die Sub-Codes „Akzeptanz des eSports“, „Wirtschaftliche Voraussetzungen eines Vereins“ und „Bedeutende Rolle der Sponsoren im eSports“ entwickelt.

1) Akzeptanz des eSports

In Bezug auf die *Akzeptanz des eSports* in der Gesellschaft wurden zusätzlich die Sub-Codes „hoch“ und „niedrig“ aus dem analysierten Material heraus induktiv abgeleitet. Fünf Experten schätzen die Akzeptanz des eSports als hoch ein. Begründet wird dies durch das veränderte Mediennutzungsverhalten, besonders bei der jungen Zielgruppe, die man eher mit digitalen Medien, wie Internet und Social Media, oder Streaming-Plattformen, wie Twitch, erreicht als mit linearem Fernsehen. Die Streaming-Plattformen haben in den letzten Jahren einen großen Zuwachs an Follower- und Zuschauerzahlen verzeichnen können. Stefan Schuffels (Borussia Mönchengladbach) ist der Auffassung, dass sich die Akzeptanz des eSports fortwährend steigert. Er führt dies maßgeblich auf den erleichterten Zugang zurück: *„Die Akzeptanz wird immer höher. (...) Man braucht heutzutage nur eine Internetverbindung, um all diese Inhalte konsumieren zu können. Deswegen wage ich die These, dass eSports mittlerweile sehr stark in der Mitte der Gesellschaft angekommen ist.“* (Schuffels, Z. 78–85).

Philipp Hagemann (Hamburger SV) erkennt eine wesentlich positivere Aufnahme von Sportsimulationen gegenüber klassischen Online-Games: *„Ich glaube, für die Sportsimulationen hat sich grundsätzlich in den letzten beiden Jahren eine breitere Akzeptanz entwickelt. Das zeigt (...) auch das Engagement des (...) eher traditionell geprägten DFB, der vor knapp zwei Jahren in den eFootball eingestiegen ist. (...) Wenn man unter (...) eSports auch Spiele wie Counter-Strike, League of Legends oder ähnliches fasst, sehe ich die Akzeptanz bei vielen noch nicht und kann die Gründe dafür auch nachvollziehen.“* (Hagemann, Z. 52–59).

Abbildung 3: Hauptkategorie 1: Voraussetzungen für einen eSports-Einstieg

Liste der Sub-Codes		Häufigkeit
UK 1.1: Akzeptanz des eSports		
	<i>hoch</i>	8
	<i>niedrig</i>	2
UK 1.2: Wirtschaftliche Voraussetzungen eines Vereins		
	wichtig	5
	nicht wichtig	1
UK 1.3: Bedeutende Rolle der Sponsoren im eSports		6

2) Wirtschaftliche Voraussetzungen eines Vereins

Nahezu alle Experten sind der Meinung, dass die wirtschaftlichen Voraussetzungen eines Vereins für den eSports-Einstieg wichtig sind, um professionelle Strukturen zu schaffen. Florian Lobisser vom VfL Bochum 1848 sagt: *„Die spielen eine große Rolle, weil (...) es (...) wichtig ist, eine gewisse Investitionsbereitschaft mitzubringen. Man hat (...) in der Anfangszeit, als die FIFA-Teams bei Bundesligisten aus dem Boden gestampft wurden, gemerkt, dass man nicht sofort die Umsatzerlöse erzielen kann, die man ursprünglich erwartet hat.“* (Lobisser, Z. 106–110).

Stefan Schuffels von Borussia Mönchengladbach fasst die wesentlichen Aspekte zusammen: *„Du brauchst Geld, um diesen Bereich a) am Leben zu halten, b) zu professionalisieren und c) Strukturen zu schaffen.“* (Schuffels, Z. 115–116).

3) Bedeutende Rolle der Sponsoren im eSports

Während des Hauptmaterialdurchlaufs wurden eindeutige Aussagen bezüglich der *Bedeutung der Sponsoren im eSports* getätigt, so dass die Bildung weiterer Sub-Codes nicht notwendig war. Alle Experten stimmten darin überein, dass Sponsoren eine ganz entscheidende Rolle spielen. Jan-Eric Krajewski (Holstein Kiel) äußert: *„Sponsoren sind immens wichtig. Sie stellen die finanzielle Basis für den Spielbetrieb dar.“* (Krajewski, Z. 97–98).

Auch Paul Wetenkamp (Hannover 96) stellt dies heraus: *„(...) Sie sind der wichtigste Teil, wenn man es professionell aufziehen will. (...) Aktuell kann man (...) über den eFootball noch nicht im ausreichenden Maße selber Gelder generieren.“* (Wetenkamp, Z. 106–112).

Zudem stellen die Sponsoren die gegenwärtig bei weitem größte Einnahmequelle im eSports dar, wie Philipp Hagemann betont: *„Im Profifußball stellen die*

Fernsehgelder, Transfererlöse und Sponsoringerlöse die drei größten Erlösquellen dar. Zwei davon sind im eFootball-Bereich quasi noch nicht vorhanden. (...) Derzeit ist Sponsoring die größte Erlösquelle.“ (Hagemann, 122–128).

Roman Schlothauer (VfL Wolfsburg) unterstreicht das Erfordernis, große Sponsoren zu akquirieren: *„Ich würde (...) empfehlen, zumindest einen großen Sponsor mit ins Boot zu holen, (...) in die Welt des eSports einzuführen und somit für diesen Vorteile zu schaffen. (...) Mit Sponsoren lassen sich Aktionen planen und neue Format-Ideen entwickeln, um einen authentischen Link zwischen Verein und Sponsor zu schaffen. Ohne Sponsoren wird kein Profisport lange aushalten.*“ (Schlothauer, Z. 111–116).

12.4.2 Chancen und Risiken im eSports

1) Chancen

Unter Chancen werden im Folgenden jene eSports-Aspekte verstanden, die dem professionellen Fußball einen Nutzen bieten, z. B. im wirtschaftlichen Bereich oder in der Zielgruppenansprache.

- (1) Als größte Chance im eSports wird von den Experten die Erreichung einer jungen und digitalen Zielgruppe identifiziert. Dennis Krüger (Hertha BSC) äußert: *„Man erreicht neue, speziell jüngere Zielgruppen, die man mit dem Profifußball normalerweise nicht erreicht.*“ (Krüger, 39–40).

Darüber hinaus sehen die Experten innerhalb dieser jungen Zielgruppe die zusätzliche Chance, neue Anhänger für den Verein zu gewinnen. Paul Wetenkamp (Hannover 96) meint: *„Wir wollen (...) die jungen Leute, die Mittzwanziger aus der Stadt und der Region, erreichen. (...) Daher wollen wir diejenigen ansprechen, die vielleicht noch nicht viel mit unserem Verein zu tun haben, aber über den eSports zu uns gelangen können.*“ (Wetenkamp, Z. 133–137). Philipp Hagemann vom HSV fügt hinzu: *„eSports ist ein junges und innovatives Thema, womit man vor allem eine junge Zielgruppe anspricht. Die Zielgruppe des eSports würde ich auf 14 bis 35 Jahre festlegen. Diese junge und digitalaffine Zielgruppe ist extrem interessant (...) für Fußballclubs. Gerade auch, weil (...) die Kernzielgruppe zwischen 14 und 25 Jahren alt ist. In diesem Alter oder auch ein wenig früher entscheiden sich fußballbegeisterte Menschen für einen Verein (...). Und da ist eSports natürlich ein Schlüssel, um frühzeitig Kontakt zu dieser jungen, attraktiven und digitalaffinen Zielgruppe herzustellen.*“ (Hagemann, Z. 66–75).

- (2) Die nächste wesentliche Chance im eSports sehen die Experten in der *Gewinnung neuer Sponsoren*. Paul Wetenkamp sagt: „Für uns war e-Sports dahingehend attraktiv, um neue Sponsoren zu akquirieren.“ (Wetenkamp, Z. 73–74).

Dies bestätigen auch Philipp Hagemann (HSV) und Stefan Schuffels (Borussia Mönchengladbach): „Wir haben unsere eigenen Sponsoren, die losgelöst sind von denen des Profifußballs.“ (Hagemann, Z. 172–173) „Wir haben jedoch auch Nichtpartner von Borussia Mönchengladbach für e-Sports gewinnen können.“ (Schuffels, Z. 270).

- (3) Als weitere Chance wird laut den Experten der *digitale Wandel der Clubs* durch eSports vorangetrieben. Philipp Hagemann vom HSV sieht die Clubs in der Pflicht: „Wir als Club müssen uns durch die fortschreitende Digitalisierung stetig mit digitalen Innovationen befassen.“ (Hagemann, Z. 287–288).

Dennis Krüger (Hertha BSC) betrachtet die digitalen Medien vorwiegend als geeignete Möglichkeit, die Jugendlichen zu erreichen: „Heutzutage muss man die Jugendlichen anders abholen. Diese erreicht man nicht mehr mit klassischem TV, sondern mit digitalen Medien, wie Internet, Social Media oder Streaming-Plattformen, wie Twitch.“ (Krüger, Z. 42–44).

- (4) Als letzte Chance wurde die Übernahme von professionellen Strukturen aus dem Profisport identifiziert.

Paul Wetenkamp (Hannover 96) betont die Attraktivität des eSports wegen der leichten Übertragbarkeit der bereits existierenden professionellen Bereiche: „Für uns ist eSports attraktiv, weil dieses Thema leicht zu spielen ist. Es war ein Leichtes, sich in diesem Bereich mal auszuprobieren, weil wir die professionellen Strukturen durch den Profifußball schon hatten. (...) Daher war es leicht, diese Aspekte in eSports zu transferieren.“ (Wetenkamp, Z. 57–63).

Philipp Hagemann vom HSV erkennt mehrere Übereinstimmungen: „Der Staff-Bereich im Profifußball ist zwar deutlich größer, aber auch unsere eSportler trainieren und spielen bereits unter professionellen Bedingungen. Unabhängig vom sportlichen Bereich gibt es auch wirtschaftlich bereits Parallelen zu erkennen – einerseits zum Beispiel bei der Vermarktung von Content, Trikots und Werbeflächen, andererseits dadurch, dass so gut wie jeder talentierte FIFA-Spieler von einer Beratungsagentur betreut wird (...).“ (Hagemann, Z. 105–111).

Abbildung 4: Hauptkategorie 2: Chancen und Risiken im eSports

Liste der Sub-Codes		Häufigkeit
UK 2.1: Chancen		
	<i>Erreichung einer jungen und digitalen Zielgruppe</i>	5
	<i>Gewinnung neuer Sponsoren</i>	4
	<i>Digitaler Wandel des Clubs</i>	6
	<i>Übernahme von professionellen Strukturen aus dem Profisport</i>	3
UK 2.2: Risiken		
	<i>Finanzielles Risiko</i>	6
	<i>Hoher personeller Aufwand</i>	3
	<i>Fehlende Fan-Akzeptanz</i>	1

2) Risiken

- 1) Als größte Gefahr erkennen die Experten das finanzielle Risiko. Jan-Eric Krajewski erwähnt den Investitionsbedarf: *„eSports ist nicht günstig, vor allem wenn man es auf einem professionellen Level betreiben möchte.“* (Krajewski, Z. 61–62.). *„eSports ist keine Cash-Cow. Ein Engagement ist mit sehr viel Leidenschaft verbunden, auch von Seiten der Mitarbeiter, die darauf Lust haben und das Ganze unterstützen. Es ist eine Investition in die Zukunft.“* (Krajewski, Z. 71–73).
- 2) Als weiteres Risiko wird der hohe personelle Aufwand von den Experten festgestellt. Stefan Schuffels von Borussia Mönchengladbach betont: *„Ein weiteres wichtiges Argument ist, dass wir im Moment noch nicht die Strukturen dafür haben. Wir sind nur eine Zwei-Mann-Armee, daher ist mit FIFA schon ein großes Thema belegt.“* (Schuffels, Z. 240–242).

Jan-Eric Krajewski charakterisiert die Situation bei Holstein Kiel: *„Auch der allgemeine sowie der personelle Aufwand sind (...) sehr hoch.“* Auch Florian Lobisser schätzt den personellen Aufwand beim VfL Bochum 1848 als hoch ein: *„Dort ist es als kleinerer Verein schwierig, in jedem Bereich mitzuhalten (...), weil irgendwann die Kapazitäten ausgeschöpft sind und dann die Expertise darunter leidet.“* (Lobisser, 286–288).

Das Risiko *Fehlende Fan-Akzeptanz* wird von Jan-Eric Krajewski von Holstein Kiel identifiziert und eine Lösungsmöglichkeit aufgezeigt: *„(...) Von Seiten der Fans kann es zu kritischen Stimmen kommen, weil sie mit e-Football nichts anfangen können. Hier sind wir als Verein gefragt, offen zu*

kommunizieren, wie man mit eSports umgeht und die Beweggründe erklärt.“ (Krajewski, Z. 63–66).

12.4.3 Ziele eines eSports-Engagements

1) Erreichung der Zielgruppe Generation Z (12 bis 27 Jahre)

Die Ergebnisse zeigen, dass die *Erreichung der jungen, digitalaffinen Zielgruppe „Generation Z“* im Alter zwischen 12 und 27 Jahren von den Fußballclubs als wichtigstes Ziel angesehen wird. Innerhalb dieser Kernzielgruppe sollen vor allem Fans gewonnen werden, die selbst FIFA spielen.

Dennis Krüger (Hertha BSC) sieht die Chance, mit eSports eine sehr junge Zielgruppe zu erreichen, die (noch) nicht ins Stadion geht: *„Natürlich die jüngere Zielgruppe, die bei zwölf Jahren anfängt und ungefähr bis 25/30 Jahre geht. Im Fußball sind die Leute, die ins Stadion gehen, meistens über 30 Jahre (...). Aber durch eSports haben wir die Möglichkeit, die extrem junge Zielgruppe zu erreichen, was sehr interessant für Hertha BSC ist.“* (Krüger, Z. 110–114).

Stefan Schuffels (Borussia Mönchengladbach) definiert in Bezug auf das Alter eine identische Kernzielgruppe: *„Wir reden hier von 12–25-Jährigen, auch 30-Jährige zählen noch dazu. Wir reden hier aber auch von jungen Vätern, die dieses Thema spannend finden. Wir sind da gar nicht so festgefahren, unterscheiden auch nicht zwischen männlich oder weiblich. (...).“* (Schuffels, Z. 202–208).

Aber auch *klassische Gamer außerhalb von FIFA* sind interessant. Darüber hinaus wird versucht, die Community zu erweitern, um Reichweiten und Zielgruppen zu generieren, die für potenzielle Sponsoren interessant sein könnten. Roman Schlothauer (VfL Wolfsburg) setzt exakt darauf: *„Zu Beginn haben wir die Zielgruppe eher auf die klassischen FIFA-Gamer festgelegt, womit Jugendliche und Heranwachsende gemeint sind. Inzwischen ist es bei uns so, dass wir thematisch nicht nur FIFA-Gamer abholen möchten. Wir wollen auch den klassischen Gamer mit Formaten rund ums Gaming erreichen. Die Zielgruppe (...) soll (...) ein wenig breiter gefächert sein als nur die FIFA-Bubble.“* (Schlothauer, Z. 132–137).

Um für diese Zielgruppe attraktiv zu sein, soll sowohl *eine authentische als auch eine junge und innovative Positionierung des Vereins im eSports* geschaffen werden. Die Verbindung der virtuellen Fußballsimulation mit dem klassischen Fußball soll unter Wahrung von Tradition, Zusammenhalt und Teamgeist erfolgen. Paul Wetenkamp (Hannover 96) betont: *„Es geht um Zusammenhalt und Teamgeist, dies sind unsere Kernaussagen im Marketing, die wir sowohl im Verein*

vertreten, aber auch auf eSports übertragen wollen. Wir wollen ehrlich und transparent sein, um authentisch nach außen aufzutreten.“ (Wetenkamp, Z. 154–157).

Philipp Hagemann (Hamburger SV) weist auf die Balance zwischen Tradition und Innovation hin: „Wir werden immer als sehr traditionell wahrgenommen. Dann haben wir dem Ganzen auch gegenübergestellt, wie unser Einstieg in den eSports bewertet wird. Hierbei tauchten vorwiegend Begriffe wie „mutig, jung und innovativ“ auf. Der eSports verkörpert den Innovationsgedanken und kann Werte transportieren, die sich auch im Markenbild des Clubs widerspiegeln und die nicht mit den traditionellen Werten kollidieren.“ (Hagemann, Z. 278–281; Z. 288–291).

Abbildung 5: Hauptkategorie 3: Ziele eines eSports-Engagements

Liste der Sub-Codes		Häufigkeit
UK 3.1: Erreichung der Zielgruppe Generation Z (12 bis 27 Jahre)		9
	<i>Klassische Gamer, auch außerhalb von FIFA</i>	3
	<i>Positionierung des Clubs im eSports</i>	
	authentisch	3
	jung und innovativ	6
UK 3.2: eSports als Unterhaltungsprodukt		5
	<i>Sponsoring</i>	
	Akquisition neuer Sponsoren	19
	Erweiterung der Zusammenarbeit mit bestehenden Sponsoren	7
	<i>Nachwuchsförderung</i>	4

2) eSports als Unterhaltungsprodukt

Als weiteres Teilziel wurde die *Nutzung von eSports als Unterhaltungsprodukt* abgeleitet. Damit soll der Alterung des klassischen Fußballs entgegengewirkt und die reduzierte Aufmerksamkeitsspanne jüngerer Altersgruppen berücksichtigt werden. Die Produktion von unterhaltsamen Inhalten in Zusammenarbeit mit den eSportlern soll für eine längere Verweildauer der jungen Zielgruppe sorgen. Der Entertainment-Aspekt wird von Roman Schlothauer (VfL Wolfsburg) betont: „Dadurch, dass der eSports zum Jahreswechsel in das Marketing gewechselt ist, liegt hier der Fokus auf mehr Unterhaltung statt auf dem klassischen Fußball und der medialen Berichterstattung.“ (Schlothauer, Z. 148–150).

Stefan Schuffels (Borussia Mönchengladbach) stellt ebenfalls auf unterhaltsame Inhalte zur Adressierung der jüngeren Zielgruppe ab: *„Wir produzieren diverse Inhalte. Diese sind nicht nur redaktionell, sondern auch unterhaltsamer Content, durch welchen die jungen Leute eine längere Verweildauer haben als durch einfache Postings.“* (Schuffels, Z. 195–197).

Weiterhin befinden sich die *Akquisition neuer Sponsoren* und der *Ausbau der Zusammenarbeit mit bestehenden Sponsoren* im Fokus. Die junge und digitalaffine Zielgruppe des eSports ist dabei ein wichtiger Faktor, da neue Sponsoren gewonnen werden können, die ebenfalls eine junge Zielgruppe erreichen wollen und/oder deren Produkte eine hohe eSports-Affinität aufweisen. Die Zielgruppenaffinität ist auch ein wesentlicher Grund für das erweiterte Engagement bestehender Sponsoren ohne direkten eSports-Bezug.

Florian Lobisser (VfL Bochum 1848) erkennt das Potenzial, über das gemeinsame Interesse an der jungen Zielgruppe Sponsoren zu gewinnen: *„Gerade beim Fußball ist es einfach, eine Brücke zwischen realem und virtuellem Spiel zu schlagen. Dadurch ist es auch leichter, ins Gespräch mit potenziellen Sponsoren zu kommen, die ebenso um diese junge Zielgruppe kämpfen wollen. Für uns (...) ist es wichtig, dass wir bei diesem Thema – FIFA bzw. eSports – gemeinsam mit dem Sponsor wachsen.“* (Lobisser, Z. 117–122).

Paul Wetenkamp (Hannover 96) unterstreicht dies: *„Unser eSports-Einstieg vor drei Jahren war nicht sehr attraktiv, da wir keine signifikanten Umsatzerlöse erwarten konnten. Das Schöne war aber, dass das Thema damals schon sehr gut von Sponsoren angenommen wurde. Es haben sich sofort externe Firmen gemeldet, die sich im eSports ausprobieren wollen.“* (Wetenkamp, Z. 74–77).

Endemische eSports-Sponsoren erstellen Produkte direkt für die eSports-/Gaming-Industrie. Diese hohe Produktaffinität ist z. B. bei Herstellern von Gaming-PCs, -Mäusen, -Schreibtischen und -Stühlen sowie Spielekonsolen gegeben. *Nicht-endemische eSports-Sponsoren* sind hingegen Unternehmen, deren Produkte nicht direkt mit eSports bzw. Gaming verknüpft sind, die aber zum Teil während der eSports-Ausübung konsumiert bzw. verwendet werden. Anbieter von Energy Drinks, Softdrinks, Dextrose, T-Shirts, Hoodies und Versicherungen profitieren somit ebenfalls vom wachsenden Markt.

Nachwuchsförderung ist ein wichtiges Ziel, das mit Scouting, dem Aufbau einer Jugendakademie und Jugendmannschaften sowie der Organisation von Jugendturnieren ähnlich wie beim klassischen physischen Fußball verfolgt wird. Florian Lobisser (VfL Bochum 1848) bestätigt die Fokussierung auf die Talentförderung: *„Wir wollen junge, gaming-interessierte Talente aus Bochum und Umgebung*

fördern und mit diesen wachsen. Ziel ist es, mit ihnen hoffentlich auf Profi-Level zumindest auf nationaler Ebene Erfolge zu feiern.“ (Lobisser, Z. 333–335).

Dennis Krüger (Hertha BSC) erwähnt die Philosophie seines Clubs, ein Ausbildungsverein zu sein: *„Uns war klar, dass wir viele Jahre einplanen müssen, um (...) erfolgreich zu arbeiten und die Talente und Jugendlichen im eSports-Bereich auch zu fördern. Jeder Verein verfolgt einen anderen Ansatz. Manche holen sich die weltbesten Spieler ins Team, packen ein Trikot darüber und sagen: ‚Wir haben eine eSports-Abteilung.‘ (...) Wir haben gescoutet und gesagt: ‚Wir wollen die Talente haben und fördern. Wir wollen nachhaltig arbeiten und über Jahre hinaus eSports betreiben.“* (Krüger, Z. 55–61).

12.4.4 Die eSports-Strategien professioneller Fußballclubs

In der Hauptkategorie „Strategien der Profivereine“ wurden deduktiv die Unterkategorien *„Fokus auf FIFA wegen der Ähnlichkeit zum klassischen Fußball“* und *„Wenig bis keine Internationalisierung“* entwickelt. Aus den Experteninterviews wurden darüber hinaus folgende Sub-Codes der Unterkategorie „Fokus auf FIFA“ induktiv abgeleitet: *„eSportler als Markenbotschafter“*, *„Erweiterung des Portfolios und positiver Markeneffekt“* und *„Niedriger Stellenwert im Vergleich zum Kerngeschäft“*. Alle Bundesligisten haben in ihrer strategischen Ausrichtung deutlich gemacht, dass sie sich auf *eFootball* und insbesondere *FIFA* konzentrieren, weil diese Fußballsimulation dem physischen Fußball sehr ähnlich ist und sie dem klassischen Fußball möglichst treu bleiben sowie die Lücke zwischen physischem und virtuellem Fußball schließen wollen. Paul Wetenkamp (Hannover 96) bekräftigt dies: *„Dadurch ist es auch für uns (...) attraktiv, abseits des Profifußballs ein Produkt zu finden, was realitätsnah ist. Wir beschäftigen uns dementsprechend nur mit (...) FIFA, also eFootball. Dadurch fällt es uns leicht, die Brücke vom realen zum digitalen Fußball zu schlagen.“* (Wetenkamp, Z. 63–67).

Dennis Krüger (Hertha BSC) gibt eine ähnliche Begründung: *„FIFA ist sehr realistisch am realen Fußball dran. Der Fan versteht FIFA sehr schnell. Dadurch ist der Einstieg sehr leicht gemacht, um eSports in die Fan-Szene und in die Struktur von Hertha BSC einfließen zu lassen.“* (Krüger, Z. 160–163).

Für Philipp Hagemann (Hamburger SV) steht bei der Konzentration auf *FIFA* die Verknüpfung zum Primärgeschäft im Vordergrund: *„Wir wollen (...) die Verbindung zum Kerngeschäft Fußball schaffen. Daher glauben wir, dass die Fußballsimulation am naheliegendsten ist und am besten zu unserer aktuellen Ausrichtung im eSports passt. FIFA ist eines der beliebtesten Spiele in Europa, was man beispielsweise auch an den Absatzzahlen sieht.“* (Hagemann, Z. 195–199).

- 1) Die Experten interpretieren *eSportler als Markenbotschafter*, weil diese auch als Repräsentanten des Clubs fungieren. Philipp Hagemann (Hamburger SV) meint folgerichtig: *„Unsere eSportler sind ja nicht nur dafür da, in professionellen Wettbewerben für uns anzutreten, sondern sind gleichzeitig Markenbotschafter des HSV. Dementsprechend sind sie auch für Unterhaltung und Interaktion mit unseren Fans zuständig.“* (Hagemann, Z. 249–253).
- 2) Alle Experten sind sich einig, dass eSports eine Erweiterung des Vereinssportfolios ist und positive Markeneffekte im Sinne einer Markenerweiterung generiert.

Roman Schlothauer (VfL Wolfsburg) bestätigt dies: *„(...) Es ist eine Erweiterung im Portfolio. (...) Dementsprechend ermöglicht uns der eSports neue Partnerschaften. Wir haben (...) durch die Aktivierung im Ausland einen positiven Synergieeffekt mit der Marke VfL Wolfsburg erzielt. Dies konnten wir mithilfe unserer Insights (...) erkennen.“* (Schlothauer, Z. 201–205; Z. 220–223).

Philipp Hagemann (Hamburger SV) definiert eSports als neue unabhängige Geschäftseinheit: *„Ich würde schon sagen, dass HSV eSports als Produkt beim HSV anzusehen ist und nicht nur ein Marketingtool darstellt. Wir wollen einen neuen Geschäftsbereich schaffen, der sich auch von allein trägt und in gewisser Weise unabhängig ist.“* (Hagemann, Z. 262–265).

- 3) Alle Experten sagten übereinstimmend, dass klassischer Fußball auch künftig dominieren wird. Daraus resultiert ein *niedriger Stellenwert von eSports im Vergleich zum Kerngeschäft*. eFootball wird als Ergänzung zum Fußball gesehen, um das Interesse der virtuellen Welt und der Gaming-Community auf den Club zu lenken. Die folgenden Äußerungen spiegeln die Auffassungen wider.

Roman Schlothauer (VfL Wolfsburg): *„Für uns (...) ist das wichtigste Gut weiterhin der echte Fußball. Wir haben (...) viele weitere Abteilungen und sind einer der führenden Vereine, was die Themen Vielfalt, CSR (Corporate Social Responsibility), den Nachwuchs und die Frauenmannschaft angeht. Es wäre wünschenswert, dass der eSports auch so einen Part einnimmt.“* (Schlothauer, Z. 160–164).

Stefan Schuffels (Borussia Mönchengladbach): *„Das Kerngeschäft ist der Fußball, der Rasensport. Dies wird sich auch nie verändern. Wenn ich das in Prozenten ausdrücken darf, sind wir da bei 95-5.“* (Schuffels, Z. 213–215).

Die Clubs konzentrieren sich gegenwärtig kaum auf eine *Internationalisierung*. Für Jan-Eric Krajewski (Holstein Kiel) steht die Virtual Bundesliga im Fokus des Interesses: „Für Holstein Kiel ist der Bereich *Internationalisierung im eSports* aktuell nicht so wichtig. Wir konzentrieren uns voll auf die VBL CC. Wenn diese dann außerhalb von Deutschland gesehen wird, wäre das für die Gesamtmarke Virtual Bundesliga aber natürlich sehr vorteilhaft. Wir selbst zielen im *eFootball-Bereich* also eher indirekt auf die *Internationalisierung* ab.“ (Krajewski, Z. 199–203).

Stefan Schuffels (Borussia Mönchengladbach) sieht seinen Club noch nicht genug auf eine *Internationalisierung* vorbereitet, so dass er diesen Schritt als langfristiges Ziel einordnet: „(...) Jedoch sind wir im Vergleich zu (...) Bayer 04 Leverkusen und Schalke 04 noch nicht genug aufgestellt, so dass es für uns kurz- oder mittelfristig noch nicht in die *Internationalisierung* geht. (...)“ (vgl. Schuffels, Z. 330–340).

Abbildung 6: Hauptkategorie 4: Strategien der professionellen Fußballclubs

Liste der Sub-Codes		Häufigkeit
UK 4.1: Fokus auf FIFA wegen der Ähnlichkeit zum klassischen Fußball		7
	<i>eSportler als Markenbotschafter</i>	4
	<i>Erweiterung des Portfolios und positive Markeneffekte durch Markenerweiterung</i>	14
	Niedriger Stellenwert im Vergleich zum Kerngeschäft	7
UK 4.2: Wenig bis keine Internationalisierung		7

12.4.5 Erkenntnisgewinn und zukünftige Entwicklung

1) Hohe Akzeptanz und positive Wahrnehmung in der Community

Die digitalen Kanäle Twitch, Instagram und Twitter werden in hohem Maße akzeptiert und das Thema eSports von den Communities der Clubs positiv aufgenommen, was zu einer hohen Zahl von Interaktionen führt. Stefan Schuffels (Borussia Mönchengladbach) skizziert eine positive Entwicklung: „Eine Erkenntnis ist die hohe Akzeptanz der Kanäle, die wir gegründet haben. Dazu gehören ein eigener Twitch-Kanal, Instagram sowie die Community, die sehr stark mit unseren Inhalten interagiert.“ (Schuffels, Z. 296–298).

Philipp Hagemann (Hamburger SV) ergänzt: „Ich bin auf jeden Fall der Meinung, dass wir in diesen Jahren große Fortschritte gemacht haben, vor allem in den

Bereichen Reichweite und Professionalisierung. Unsere digitalen eSports-Kanäle wachsen tagtäglich.“ (Hagemann, Z. 295–297).

Jan-Eric Krajewski (Holstein Kiel) bewertet das eSports-Engagement positiv: *„Es werden viel Leidenschaft und Emotionen von Seiten der Spieler und der Fans gezeigt. (...) Es macht Spaß.“* (Krajewski, Z. 226–229).

Paul Wetenkamp (Hannover 96) weist auf die rapide Entwicklung hin und relativiert: *„Im eSports ist eine wahnsinnige Dynamik drin. (...) Wir müssen uns stetig verbessern und weiterentwickeln. (...) Der nächste Schritt in der Entwicklung von eSports wird die Anerkennung (...) durch die breite Masse sein. Wenn die Allgemeinheit das Thema nicht mehr belächelt, kann gezeigt werden, wie professionell das Ganze mittlerweile schon ist.“* (Wetenkamp, Z. 189–192; Z. 227–230).

Für die Zukunft erwarten die Experten eine noch größere Akzeptanz von eSports in der Gesellschaft. Florian Lobisser (VfL Bochum 1848) leitet dies aus der Alterung der bisherigen Zielgruppen ab und prognostiziert eine zunehmende Konvergenz zwischen physischem und virtuellem Fußball: *„Man merkt (...), (...) dass sich jedes Jahr neue Chancen ergeben und Perspektiven (...) eröffnen. Die Themen FIFA und realer Fußball werden durch das immer älter werdende Publikum zunehmend verschmelzen. Da sehe ich Potenziale, die sich in zehn, vielleicht auch in 15 Jahren entwickeln werden. (...) Themen, die aus dem virtuellen Fußball kommen, werden sich vielleicht im realen Fußball wiederfinden. Im eFootball finden sich ja schon die realen Inhalte wieder, wenn man sich allein die Spieler anschaut, die als Avatare abgebildet sind.“* (Lobisser, Z. 365–372).

Jan-Eric Krajewski (Holstein Kiel) sieht ein großes Potenzial in Personen, die eFootball neu für sich entdecken werden: *„Der eFootball eignet sich gut als Einstieg für Personen, die eSports noch gar nicht kennen.“* (Krajewski, Z. 235–236).

Dennis Krüger (Hertha BSC) und Philipp Hagemann (Hamburger SV) glauben an eine zunehmende Akzeptanz, *„weil nun die Generation nachkommt, die mit eSports aufwächst.“* (Krüger, Z. 261) und daher die Möglichkeit besteht, *„dass sich die zukünftigen 50- oder 60-Jährigen für eSports und Gaming interessieren werden und sich die Zielgruppe (...) langfristig erweitert.“* (Hagemann, Z. 324–326).

2) Kein Einstieg in andere eSports-Titel wegen Unvereinbarkeit mit den Vereinswerten

Ein *Einstieg in andere bekannte eSports-Titel*, wie z. B. LoL oder CS:GO, wird aufgrund der fehlenden Vereinbarkeit mit den Vereinswerten *ausgeschlossen*. Die Experten sehen sich in der moralischen, sozialen und gesellschaftlichen

Verantwortung, dies nicht zuzulassen. Florian Lobisser (VfL Bochum) lehnt Ego-shooter deshalb strikt ab: *„Mit Spieletiteln wie Counter-Strike zum Beispiel wird sich der VfL Bochum 1848 nicht beschäftigen. Aus meiner Sicht widersprechen so genannte „Ballerspiele“ der gemeinnützigen Ursprungsfunktion eines Fußballvereins bzw. eines Vereins generell. Wir haben eine moralische, soziale und gesellschaftliche Verantwortung. Daher werden wir als VfL Bochum 1848 uns nur mit eFootball beschäftigen.“* (Lobisser, Z. 211-216).

Dennis Krüger (Hertha BSC) äußert sich weniger kategorisch und lässt einen Einstieg offen: *„(...) Spiele wie Counter-Strike oder Call of Duty können (...) wir ausschließen, weil diese einfach nicht zu unseren Werten passen. Dagegen sind Titel wie LoL oder DOTA 2 (...) auch für uns interessant.“* (Krüger, Z. 163-166).

3) Aufbau von eSports-Strukturen

Im Zuge des Einstiegs in eSports konnten die Bundesligisten in den letzten Jahren bereits professionelle Strukturen schaffen, die sich am organisatorischen Aufbau der klassischen Fußball-Abteilungen orientieren.

Roman Schlothauer (VfL Wolfsburg) berichtet: *„Bei uns sind die Strukturen sehr professionell, (...) aber nicht eins zu eins wie beim klassischen Fußball. Wir haben Betreuer, Trainer und halten persönlichen Kontakt zu den Spielern. (...) Die Spieler (...) werden betreut und erhalten regelmäßiges Coaching. (...) Im klassischen Fußball hast du den Fokus für 90 Minuten beim Spiel. Im eFootball musst du den Fokus über mehrere Stunden hochhalten.“* (Schlothauer, Z. 93–101).

Laut Philipp Hagemann (Hamburger SV) gilt dies für den HSV in ähnlicher Form: *„Ich bin (...) der Meinung, dass wir in diesen Jahren große Fortschritte gemacht haben, vor allem in den Bereichen Reichweite und Professionalisierung. (...) Auch unser Team und die Strukturen sind stark professionalisiert, seitdem wir eingestiegen sind. (...) Der Staff-Bereich im Profifußball ist zwar deutlich größer, aber auch unsere eSportler trainieren und spielen bereits unter professionellen Bedingungen. (...) Wir haben eine Teamstruktur, die aus einem Profiteam und einem Nachwuchsteam besteht. (...) Wir haben unseren eigenen Gaming-Room im Stadion.“* (Hagemann, Z. 295–298; Z. 104–107; Z. 168–172).

Florian Lobisser (VfL Bochum 1848) erkennt auch eine Verbesserung durch die von der DFL geschaffene Virtual Bundesliga: *„Die Strukturen in der deutschen FIFA-Szene sind besser geworden, es gibt ein organisiertes Liga-System der Deutschen Fußball Liga. Das vereinfacht den Einstieg.“* (Lobisser, Z. 96–98).

Die Clubs können gegenwärtig kaum Mitarbeiter beschäftigen, die sich ausschließlich auf eSports konzentrieren. Jan-Eric Krajewski (Holstein Kiel) erläutert, dass dafür die Voraussetzungen noch nicht gegeben sind: *„Der eSports muss sich nicht am Fußball orientieren, kann aber von (...) funktionierenden Strukturen profitieren. (...) Die Strukturen im eSports sind bei uns wesentlich geerdeter. Wir sind ein Team aus fünf Personen, wobei keiner sich nur mit dem eSports-Bereich beschäftigt. Meine Stelle umfasst die digitalen Medien, und eSports ist ein Teilbereich, den ich mitverantworte.“* (Krajewski, Z. 83–92).

Ebenso wird es beim VfL Bochum 1848 gehandhabt, wie Florian Lobisser erläutert: *„Seit etwa Ende 2018 gibt es (...) eine Arbeitsgruppe (...), der ich auch angehöre, die sich zusätzlich zur Fußballvermarktung um die Entwicklung und Vermarktung des FIFA eSports-Bereiches kümmert.“* (Lobisser, Z. 45–48).

Laut Paul Wetenkamp verfügt Hannover 96 über einen eSports-Bereich: *„(...) Ich wurde zum Leiter Brand Management und bin (...) seit Oktober für diese Abteilung, die wir bei 96 fest etabliert haben, verantwortlich. Das Team besteht aktuell aus vier Leuten, wobei wir (...) von einer Kollegin aus der Kommunikation unterstützt werden. Hier mache ich alles: die Spieltags-Vorbereitung, Spieler verpflichten, Spielerberatung, alles rund ums Team und strategische Ziele besprechen. Alles zum Thema eSports läuft über meinen Tisch.“* (Wetenkamp, Z. 20–26).

Diese Konstellation wird von den meisten anderen Clubs ebenfalls angestrebt.

Abbildung 7: Hauptkategorie 5: Erkenntnisgewinn und zu künftige Entwicklung

Liste der Sub-Codes	Häufigkeit
UK 5.1: Hohe Akzeptanz und positive Wahrnehmung in der Community	15
UK 5.2: Kein Einstieg in andere eSports-Titel wegen Unvereinbarkeit mit den Werten des Vereins	5
UK 5.3: Aufbau von eSports-Strukturen	12
UK 5.4: Wachstum des eSports-Marktes	13

4) Wachstum des eSports-Marktes

Alle Experten sind sich einig, dass der eSports-Markt weiterhin wachsen und sich der eFootball in Deutschland noch stärker professionalisieren wird. Florian Lobisser (VfL Bochum 1848) merkt an: *„Die DFL plant, die VBL als dritten großen Wettbewerb in ihrem Portfolio zu etablieren. Dadurch würde eSports medienrelevanter werden und die Stars (...) etablierter (...). Ich denke, dass die DFL die nötige Power hat, (...) eFootball oder die VBL wachsen zu lassen. Ich glaube,*

dass die Vereine viel in junge Ressourcen als auch Geld investieren müssen, (...) um darauf aufbauen zu können. (...) Der VfL Bochum strebt daher organisches, vernünftiges und nachhaltiges Wachstum an“ (Lobisser, Z. 358–365; 225–226).

Laut Jan-Eric Krajewski (Holstein Kiel) gilt für eSports im Club: *„Es ist eine Investition in die Zukunft. (...) In Summe wird eSports weiterwachsen. Die Generation, die es nicht schaut, wird auswachsen. Und dadurch wird der Marktanteil signifikant größer werden.“ (Krajewski, Z. 73; Z. 252–254).*

Philipp Hagemann (Hamburger SV) ist zusätzlich von einem stärkeren Konkurrenzkampf überzeugt: *„Ich denke, dass der eSports- und der eFootball-Markt (...) in Zukunft wachsen werden. (...) Die Konkurrenz wird aber auch größer, weil immer mehr eSports-Organisationen auf den eSports-Markt drängen werden. Je (...) mehr Aufmerksamkeit das Thema bekommt, desto mehr Leute wollen davon auch profitieren. Da gilt es (...), aus der Masse herauszustechen und mit seinem Produkt und seiner Strategie zu überzeugen.“ (Hagemann, Z. 327–336).*

12.5 Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

Diese Studie bietet neue Erkenntnisse zur strategischen Ausrichtung von Profifußballclubs beim Aufbau von eSports-Abteilungen. Die wirtschaftlichen Voraussetzungen werden als sehr wichtig eingestuft, um professionelle eSports-Strukturen in den Fußballclubs zu schaffen. Insbesondere die Sponsoren spielen eine entscheidende Rolle, weil sie die finanzielle Basis für den Spielbetrieb garantieren. Als größte Chancen sind die Erreichung einer jungen und digitalen Zielgruppe und die Gewinnung neuer Anhänger für den Club innerhalb dieser Zielgruppe anzusehen. Eine weitere positive Aussicht besteht in der Akquisition neuer Sponsoren, die über die Attraktivität von eSoccer Zugang zu jüngeren Zielgruppen erhalten wollen. Darüber hinaus erweist sich eSports als Treiber des digitalen Wandels, denn die Clubs sind gezwungen, sich fortwährend mit digitalen Innovationen zu beschäftigen. Der unkomplizierte Transfer von professionellen Strukturen aus dem Profifußball betont zudem die Attraktivität des eSports.

Das höchste Risiko eines eSports-Engagements ist der damit verbundene finanzielle Aufwand, denn für die Erreichung eines professionellen Niveaus sind erhebliche Investitionen erforderlich. In diesem Kontext ist auch evident, dass die adäquaten Strukturen erst geschaffen und dafür personelle Ressourcen zusätzlich bereitgestellt werden müssen. Als Gefahr wird die möglicherweise fehlende Akzeptanz des eSoccer durch die klassischen Fans identifiziert. Eine offene Kommunikation der Motivationen des eSports-Engagements durch die Clubs

kann helfen, kritischen Stimmen zu begegnen und die Fans des klassischen Fußballs nicht zu brüskieren oder gar zu verlieren.

Die Clubs betrachten die Erreichung der digitalaffinen „Generation Z“ als wichtigstes Ziel der Etablierung einer eSports-Abteilung, wobei vor allem Fans gewonnen werden sollen, die selbst FIFA spielen und (noch) nicht ins Stadion gehen. Um auf diese Zielgruppe attraktiv zu wirken, wollen sich die Clubs im eSoccer sowohl authentisch als auch jung und innovativ positionieren, damit die etablierten Werte Tradition, Zusammenhalt und Teamgeist erhalten bleiben. Die Nutzung des eSoccer als Entertainment-Produkt soll dabei der Alterung des klassischen physischen Fußballs vorbeugen. Für die Gewinnung neuer Sponsoren und die Vertiefung der Kooperation mit Bestandssponsoren ist die digitalaffine Zielgruppe bedeutsam, da mit ihr neue endemische Sponsoren akquiriert werden können, die sich auf eine junge Zielgruppe fokussieren und Produkte mit hoher eSports-Affinität anbieten. Dieser Aspekt ist auch ausschlaggebend für die Erweiterung des Engagements bestehender nicht-endemischer Sponsoren. Deshalb wird viel Wert auf Nachwuchsförderung gelegt.

Die Bundesligisten konzentrieren sich strategisch auf eFootball und insbesondere FIFA, weil sich so die Chance bietet, dem klassischen Fußball treu zu bleiben und die Lücke zum virtuellen Fußball zu schließen. Ein Einstieg in andere bekannte eSports-Titel, wie LoL oder CS:GO, wurde aufgrund der fehlenden Vereinbarkeit mit den Clubwerten ausgeschlossen. Im Rahmen der Sportmarkenführung zeigte sich, dass die Einführung des eSports als Option zur Marken- und Angebotserweiterung mit positivem Imagetransfer auf die Vereinsmarke interpretiert wird, wofür eSportler als Markenbotschafter aktiv sind. Dafür spricht, dass eFootball den Stellenwert einer unabhängigen strategischen Geschäftseinheit besitzen soll. Dennoch wird eFootball eher das Angebotsportfolio ergänzen, statt mit dem als Kerngeschäft bezeichneten klassischen Fußball zu konkurrieren.

Die Akzeptanz des eSports hat sich durch das veränderte Mediennutzungsverhalten in der Gesellschaft, insbesondere bei der jungen Zielgruppe, deutlich erhöht. Die Streaming-Plattformen verzeichneten in den letzten Jahren eine starke Steigerung der Follower- und Zuschauerzahlen. Auch das eSports-Engagement der Fußballvereine über die digitalen Kanäle Twitch, Instagram und Twitter wird gut an- und in der Community positiv wahrgenommen, womit eine hohe Interaktionsrate und ein dynamisches Wachstum verbunden sind.

Literaturverzeichnis

- Aaker, D. A. (2012): Building strong brands. London: Simon & Schuster, Free press.
- Aaker, D. A. / Keller, K. L. (1990): Consumer Evaluations of Brand Extensions, in: Journal of Marketing, 54(1), S. 27–41.
- Abosag, I. / Roper, S. / Hind, D. (2012): Examining the relationship between brand emotion and brand extension among supporters of professional football clubs, in: European Journal of Marketing, 46(9), S. 1233–1251.
- Amis, J. (2005): Interviewing for case study research, in: Andrews, D. L./ Mason, D. S. / Silk, M. L. (Hrsg.), Sport, commerce and culture. Qualitative methods in sports studies, Oxford / New York, NY: Berg, S. 104–138.
- Ansoff, H. I. (1965): Corporate Strategy: An Analytic Approach to Business Policy for Growth and Expansion. New York: McGraw-Hill.
- Apolinario, P. D. (2022): How Many People Play FIFA 22? (User & Growth Stats), in: FH FICTION HORIZON vom 16. Oktober 2022, URL: <https://fictionhorizon.com/how-many-people-play-fifa-22-user-growth-stats/> (Abruf am 31.01.2023).
- Bertschy, M. / Mühlbacher, H. / Desbordes, M. (2020): Esports Extension of a Football Brand: Stakeholder Co-creation in Action?, in: European Sport Management Quarterly, 20(1), S. 1–22.
- Brodie, R. J. / Whittome, J. R. M. / Brush, G. J. (2009): Investigating the service brand: A customer value perspective, in: Journal of Business Research, 62(3), S. 345–355.
- Castendyk, O. / Müller-Lietzkow, J. (2017): Die Computer- und Videospiegelindustrie in Deutschland. Daten – Fakten – Analysen, Abschlussbericht. Hamburg: Forschungs- und Kompetenzzentrum Audiovisuelle Produktion der Hamburg Media School.
- Chadwick, S. / Chanavat, N. / Desbordes, M. (2015): Handbook in Sport Marketing. London: Routledge.
- Chanavat, N. / Desbordes, M. / Lorgnier, N. (Hrsg.) (2017): Routledge Handbook of Football Marketing. London: Taylor & Francis.
- Desbordes, M. / Richelieu, A. (2018): Global Sport Marketing: The Internationalization of Brands. London: Routledge.

- DFL DEUTSCHE FUSSBALL LIGA (2022): Virtual Bundesliga wird als zusätzlicher Wettbewerb in DFL-Statuten verankert vom 30. Mai 2022, URL: <https://www.dfl.de/de/aktuelles/virtual-bundesliga-wird-als-zusaetzlicher-wettbewerb-in-dfl-statuten-verankert/> (Abruf am 24.06.2022).
- Diamond, N. / Sherry, J. F. / Muñiz, A. M. / McGrath, M. A. / Kozinets, R. V. / Borghini, S. (2009): American girl and the brand gestalt: Closing the loop on sociocultural branding research, in: *Journal of Marketing*, 73, S. 118–134.
- Döringer, S. (2021): The Problem-Centred Expert Interview. Combining Qualitative Interviewing Approaches for Investigating Implicit Expert Knowledge, in: *International Journal of Social Research Methodology*, 24(3), S. 265–278.
- Dombrowski, M. / Wendeborn, T. / Wohlfart, O. / Hodeck, A. (2020): eSport im deutschen Profifußball, in: Breuer M. / Görlich D. (Hrsg.): *eSport. Status quo und Entwicklungspotenziale*. Wiesbaden: Springer Gabler, S. 193–214.
- Downward, P. (2005): Critical (realist) reflection on policy and management research in sport, tourism and sports tourism, in: *European Sport Management Quarterly*, 5(3), S. 303–320, DOI:10.1080/16184740500190702.
- Eisenhardt, K. M. (1989): Building theory from case study research, in: *Academy of Management Review*, 14(4), S. 532–550.
- Frisby, W. (2005): The Good, the bad, and the ugly: Critical sport management research, in: *Journal of Sport Management*, 19(1), S. 1–12.
- Funk, D. / Pizzo, A. / Baker, B. (2017): eSport Management. Embracing eSport Education and Research Opportunities, in: *Sport Management Review*, 21(1), S. 1–7.
- GfK Entertainment (2023): „FIFA 23“ WAR EUROPAS TOP-GAME IM JAHR 2022 vom 18. Januar 2023, URL: <https://www.gfk-entertainment.com/news/fifa-23-war-europas-top-game-im-jahr-2022.html> (Abruf am 31.01.2023).
- Kapferer, J. N. (2012): *The new strategic brand management. Advanced insights and strategic thinking*, 12. Aufl., London: Kogan Page.
- Keller, K. L. (2003): *Strategic Brand Management*, 2. Aufl., Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Lefebvre, F. / Djaballah, M. / Chanavat, N. (2020): The Deployment of Professional Football Clubs' eSports Strategies: a Dynamic Capabilities Approach, in: *European Sport Management Quarterly*, 21, vom 15. Dezember 2020.

- LeBlanc, W. (2021): FIFA 22 Scores Over 9 Million Players, EA Considering Name Change For Franchise, in: Game Informer vom 7. Oktober 2007, 2021. URL: <https://www.gameinformer.com/2021/10/07/fifa-22-scores-over-9-million-players-ea-considering-name-change-for-franchise> (Abruf am 24.06.2022).
- Mayring, P. (2019): Qualitative Content Analysis: Demarcation, Varieties, Developments, in: Forum: Qualitative Social Research, 20(3), S. 1–26.
- Mayring, P. (2000): Qualitative Content Analysis, in: Forum: Qualitative Social Research, 1(2), Art. 20.
- Mühlbacher, H. / Bertschy, M. (2020): Markendehnung mit E-Sports: Stärkungsmittel oder Spaltpilz?, in: transfer – Zeitschrift für Kommunikation und Markenmanagement, 66(1), S. 20–28.
- Mühlbacher, H. / Bertschy, M. / Desbordes, M. (2021): Brand Identity Dynamics – Reinforcement or Destabilisation of a Sport Brand Identity through the Introduction of eSports?, in: Journal of Strategic Marketing, 30(4), S. 421–442.
- Muniz, A. M., Jr. / O’Guinn, T. C. (2001): Brand community, in: Journal of Consumer Research, 27(4), S. 412–432.
- Nielsen Sports (2017): ESPORTS: TRENDS & POTENZIALE. Marktanalyse für Deutschland. Hamburg: Nielsen.
- Richelieu, A. / Couvelaere, V. (2005): Brand strategy in professional sports: The case of French soccer teams, in: European Sport Management Quarterly, 5(1), S. 23–46.
- Stieler, M. / Germelmann, C. Ch. (2018): Actor Engagement Practices and Triadic Value Co-creation in the Team Sports Ecosystem, in: MARKETING ZFP – Journal of Research and Management, 40(4), S. 30–43.
- Stieler, M. / Weismann, F. / Germelmann, C. C. (2014): Co-destruction of value by spectators: The case of silent protests, in: European Sport Management Quarterly, 14(1), S. 72–86.
- Uhrich, S. (2014): Exploring customer-to-customer value co-creation platforms and practices in team sports, in: European Sport Management Quarterly, 14(1), S. 25–49.
- Völckner, F. / Sattler, H. (2006): Drivers of brand extension success, in: Journal of Marketing, 70(2), S. 18–34.

- Völckner, F. / Sattler, H. (2007): Empirical generalization of consumer evaluations of brand extensions, in: *International Journal of Research in Marketing*, 24(2), S. 149–162.
- Völckner, F. / Sattler, H. / Kaufmann, G. (2008): Image feedback effects of brand extensions: Evidence from a longitudinal field study, in: *Marketing Letters*, 19(2), S. 109–124.
- Walsh, P. / Hwang, H. H. / Lim, C. H. / Pedersen, P. M. (2015): Examining the use of professional sport teams as a brand extension strategy in Korean professional baseball, in: *Sport Marketing Quarterly*, 24(4), S. 214–224.
- Wendeborn, T. / Schulke, H.-J. / Schneider, A. (2020): eSport im Spiegel seiner historischen Entwicklung in: Günter, S. (Hrsg.): *Everybody Tells A Story. Angewandte Forschung im Sport*. Wiesbaden: Springer VS, S. 209–227, DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-658-29273-7_11.
- Woratschek, H. / Horbel, C. / Popp, B. (2014): Value co-creation in sport management, in: *European Sport Management Quarterly*, 14(1), S. 1–5.

***Ich bin, also zeige ich mich –
Selbstpräsentation deutscher Wintersportler
bei Instagram***

Markus Breuer / Benedikt Römmelt

Autorenkontakt

Prof. Dr. Markus Breuer
SRH Hochschule Heidelberg
markus.breuer@srh.de

Prof. Dr. Benedikt Römmelt
Professur für Marktforschung und Statistik der FH Erfurt
benedikt.roemmelt@fh-erfurt.de

Abstract

Der vorliegende Beitrag analysiert die Aktivität von Athletinnen und Athleten populärer Wintersportarten (Skispringen, Biathlon, Ski Alpin) auf der Plattform Instagram. Aus der Sicht von Sportlerinnen und Sportlern kann es das Ziel sein, bei den Zuschauern und Anhängern als erfolgreich, freundlich oder sympathisch wahrgenommen zu werden, so dass sich aus Zuschauern sukzessiv Fans entwickeln. Eine größere Anzahl von Fans wiederum vergrößert das Vermarktungspotenzial der Athletinnen und Athleten und macht sie bspw. für Sponsoren attraktiver.

Die Followerschaft der meisten in der Stichprobe berücksichtigten Personen ist klein, wenn die Werte bspw. mit denen von Fußballern verglichen werden. Insgesamt kann nur in wenigen Fällen von einer Marke gesprochen werden. Vielmehr finden sich bei den Kaderangehörigen aller untersuchter Sportarten Personen mit teils deutlich weniger als 10.000 Followern.

Die Ergebnisse der Studie deuten an, dass geschlechterspezifische Unterschiede in der Stichprobe weniger ausgeprägt sind, als dies auf Basis der Literatur zu erwarten war. Als möglicher Grund kommt die verhältnismäßig gleich große Popularität der Damen und Herren in Frage, die mindestens im Biathlon und im Ski Alpin angenommen werden kann.

Inhalt

Abstract.....	294
Abbildungsverzeichnis.....	296
Tabellenverzeichnis.....	296
13.1 Problemstellung.....	297
13.2 Forschungsstand.....	298
13.3 Methodik und Datenerhebung.....	298
13.4 Ergebnisse	300
13.4.1 Deskriptive Daten über alle Athletinnen und Athleten.....	300
13.4.2 Unterschiede zwischen Athletinnen und Athleten	301
13.4.3 Unterschiede zwischen den untersuchten Sportarten.....	302
13.5 Diskussion und Fazit.....	305
Literaturverzeichnis	306

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Durchschnittliche prozentuale Verteilung der Post-Kategorien	301
Abbildung 2:	Mittlere Instagram-Aktivität nach Sportarten (* signifikante Unterschiede gem. Kruskal-Wallis-Test)	303
Abbildung 3:	Inhaltliche Kategorien nach Sportarten (MW der rel. Häufigkeit; *signifikante Unterschiede gem. Kruskal-Wallis-Test).....	304

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Deskriptive Statistik der Instagram-Nutzung und der Themenverteilung nach Geschlecht	302
------------	--	-----

13.1 Problemstellung

Unter den zehn beliebtesten Sportarten der Deutschen im TV fanden sich 2021 mit Skispringen (Platz 2), Biathlon (Platz 4) und Ski Alpin (Platz 7) gleich drei Individual-Wintersportarten (IfD Allensbach (2021)). Während anderswo populäre Disziplinen wie Leichtathletik oder Boxen verhältnismäßig geringe TV-Zeiten aufweisen, erfreut sich der Wintersport einer umfangreichen Berichterstattung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen. Die belief sich in den vergangenen Jahren auf jeweils ca. 500 Stunden pro Saison (linear und Live-Stream; FAZ (2020)).

Als eine der Besonderheiten der drei o. g. Wintersportarten kann gelten, dass die einzelnen Disziplinen bei Männern wie bei den Frauen eine ähnliche Popularität aufweisen. Dies zeigt sich nicht zuletzt daran, dass die Wettbewerbe zu vergleichbaren Zeiten ausgetragen und im TV live übertragen werden. Im Biathlon und alpinen Skisport gilt diese Aussage vollumfänglich, im Skispringen mit Einschränkungen.

Der vorliegende Beitrag verbindet die populärsten Wintersportarten bzw. die deutschen Top-Athletinnen und -Athleten in den jeweiligen Disziplinen mit Goffmans Theorie der Selbstdarstellung, nach der jedes Individuum seine Rolle spielt. Gemäß diesem Ansatz präsentieren Personen sich kalkulierend/zielorientiert und so, dass sie bei anderen eine bestimmte Reaktion hervorrufen (Goffmann (1959)). Aus der Sicht von Sportlerinnen und Sportlern kann es das Ziel sein, bei den Zuschauern und Anhängern der Sportart als erfolgreich, freundlich oder sympathisch wahrgenommen zu werden, so dass sich aus Zuschauern sukzessiv Fans entwickeln. Eine größere Anzahl von Fans wiederum vergrößert das Vermarktungspotenzial der Athletinnen und Athleten und macht sie bspw. für Sponsoren attraktiver.

Die Messung der Anzahl von Fans stellt in der Regel eine große Herausforderung dar. Social-Media-Kanäle wie Instagram ermöglichen hier jedoch eine genaue Quantifizierung der Anhängerschaft über Follower, Likes oder Kommentare. Auf Basis von Goffmans Theorie der Selbstdarstellung kann folgende Hypothese formuliert werden: Professionelle Sportlerinnen und Sportler nutzen Social Media im Sinne einer berechnenden Selbstdarstellung und umfassenden Selbstvermarktung. Ziel ist die Steigerung des eigenen Marktwerts bzw. der Aufbau der eigenen Marke und die Interaktion mit den Fans (Schibblock et al. (2022)). Ziel des vorliegenden Beitrags ist es, die Art dieser Selbstdarstellung zu untersuchen und mögliche Unterschiede zwischen Sportarten und Geschlechtern zu identifizieren. Dazu wird im Folgenden zuerst eine kurze Zusammenfassung anderer relevanter Arbeiten in diesem Feld gegeben, bevor die Methodik und die

Ergebnisse der Datenauswertung vorgestellt werden. Den Abschluss bildet eine kurze Diskussion.

13.2 Forschungsstand

In den vergangenen Jahren wurden verschiedene Studien zu Unterschieden in der Selbstpräsentation zwischen Sportlerinnen und Sportlern publiziert. Analysen von Social-Media-Seiten bzw. -Profilen sind dabei seit ca. 5–10 Jahren Gegenstand wissenschaftlicher Untersuchungen.

In einer verhältnismäßig frühen Arbeit untersuchten Reichert Smith und Sanderson (2015) die Instagram-Postings von insgesamt 27 Sportlerinnen und Sportlern. Die Ergebnisse zeigten u. a. geschlechtsspezifische Unterschiede beim Kleidungsstil bzw. der auf den Fotos getragenen Kleidung.

Unterschiede zwischen den Geschlechtern wurden auch von Geurin-Eagleman und Burch (2016) identifiziert. Für olympische Athleten stellten sie fest, dass Athletinnen häufiger Bilder von sich selbst posteten und dass sexuell anzügliche Fotos signifikant mehr Likes und Kommentare erhielten.

Romney und Johnson (2020) erkannten für die Darstellung von US-Sportlerinnen und US-Sportlern durch die großen Networks, dass die Bildersprache bei Frauen weniger athletisch sei. Sie würden eher in einem nicht-athletischen Kontext gezeigt und ebenso in weiblicheren Sportarten.

Schibblock et al. (2022) untersuchten die Social-Media Aktivitäten der zehn besten alpinen Skifahrer während der Weltcup-Saison 2017/18 und der Olympischen Spiele 2018. Es zeigte sich, dass die Athleten über die unterschiedlichen Kanäle hinweg ähnliche Muster im Posten von Inhalten verfolgten. Die Selbstpräsentation konzentrierte sich auf Einblicke aus dem Profisport und aus dem Privatleben.

Bisher gibt es noch keine Studie, die sich mit Wintersportlerinnen und Wintersportlern verschiedener Disziplinen auseinandergesetzt hat und so einen systematischen Vergleich zwischen Geschlechtern einerseits und verschiedenen Sportarten andererseits ermöglicht. Diese Lücke soll durch die vorliegende Untersuchung geschlossen werden.

13.3 Methodik und Datenerhebung

Die Studie berücksichtigt 50 deutsche Ia-Kaderathletinnen und -athleten aus den Disziplinen Skispringen (n=14), Biathlon (n=15) und Ski Alpin (n=21). Analysiert

wurden insgesamt 2.381 Posts, die diese während des Kalenderjahres 2021 auf Instagram veröffentlicht haben. Für das Jahr 2021 liegt damit eine Vollerhebung vor. Nicht berücksichtigt wurden Instagram-Stories, da diese nach 24 Stunden im Account nicht mehr angezeigt werden.

Neben allgemeinen Daten wie der Anzahl der Follower wurde jeder Post analysiert und einer von insgesamt zehn Kategorien zugeordnet:

- Wettkampf
- Training
- Sponsoren
- Privat
- Urlaub
- Außersportlicher Beruf
- Öffentliche (Medien-)Auftritte
- Mode
- Erotik
- Sonstiges

Die Kategorienbildung erfolgte induktiv auf Basis einer qualitativen Vorstudie. Aus den o. g. Kategorien lassen sich zwei Oberkategorien ableiten: sportbezogene Posts (Wettkampf, Training) und außersportliche Posts (private Bilder, bspw. aus dem Urlaub, Posts für/mit Sponsoren etc.).

13.4 Ergebnisse

Die folgenden Unterkapitel geben die zentralen Resultate der Auswertung des Datensatzes wieder. Im ersten Schritt werden dabei einige deskriptive Ergebnisse dargelegt, bevor in den weiteren Unterkapiteln mögliche Unterschiede zwischen den Geschlechtern und zwischen den Sportarten aufgezeigt werden.

13.4.1 Deskriptive Daten über alle Athletinnen und Athleten

Instagram ist offensichtlich ein von den Athleten hoch geschätztes Instrument zur Selbstdarstellung. 98 Prozent der berücksichtigten Sportlerinnen und Sportler verfügen über einen eigenen Kanal und befüllen diesen mit Inhalten.

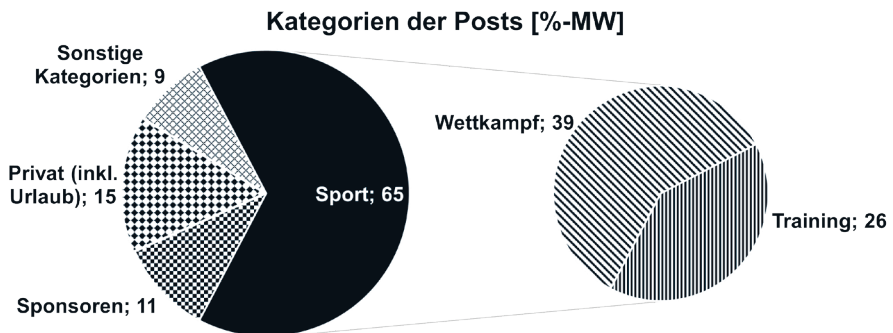
Seit dem Start des jeweiligen Kanals haben die Wintersportlerinnen und -sportler im Mittel 258 Posts veröffentlicht (Median: 217). Für das Jahr 2021 ergibt sich ein Durchschnittswert von 49 Posts, was ca. einem Post pro Woche entspricht. Der Median liegt auch hier mit 43 Posts etwas niedriger.

So wie die Bekanntheit der Sportlerinnen und Sportler sehr unterschiedlich ist, ist auch deren Aktivität auf Instagram stark gestreut: Sowohl die Gesamtaktivität seit Bestehen des jeweiligen Accounts (SD = 155, Variationskoeffizient 60 Prozent) als auch die Aktivität im letzten Jahr (SD = 30, Variationskoeffizient = 62 Prozent) weisen eine große Bandbreite auf.

Auch das Interesse an den einzelnen Athletinnen und Athleten gemessen an der Followerzahl ist sehr unterschiedlich und schwankt zwischen 1.049 und 148.000 Followern (MW = 31.343, Median = 14.800, SD = 31.151, Variationskoeffizient = 112 Prozent).

Inhaltlich dominieren erwartungsgemäß Beiträge mit Sportbezug aus Wettkampf und Training die Accounts (65 Prozent der Posts). Jedoch sind auch Privates und sponsorenbezogene Posts typische Themen von Athleten (siehe Abbildung 1).

Abbildung 1: Durchschnittliche prozentuale Verteilung der Post-Kategorien



Sonstige Kategorien u. a. außersportlicher Beruf, öffentliche (Medien-)Auftritte, Mode, Erotik Basis n=49 Instagram Accounts von Athleten mit insgesamt n = 2.381 Posts im Jahr 2021

13.4.2 Unterschiede zwischen Athletinnen und Athleten

Die zentrale Erkenntnis hinsichtlich möglicher Unterschiede zwischen Männern und Frauen ist, dass diese sich weder hinsichtlich der Anzahl der Posts noch hinsichtlich der geposteten Themen (Kategorien) signifikant unterscheiden (Mann-Whitney-U-Tests).

Zwar wirken Frauen (insgesamt MW=279, 2021: MW=55) bezogen auf das arithmetische Mittel aktiver als Männer (insgesamt MW=244, 2021: MW=44). Dies liegt jedoch an einzelnen, besonders aktiven Athletinnen und wird auch an der signifikant größeren Streuung bezogen auf die Standardabweichung bei den Damen (SD=185, Männer SD=132) sichtbar (Levene's Test $F=5,84$; $p=0,020$). Betrachtet man den Median, posteten insgesamt sogar die männlichen Athleten etwas häufiger als die Athletinnen. Der Unterschied der Post-Häufigkeit im Jahr 2021 zwischen männlichen (Median 41) und weiblichen (Median 46) Sportlern ist allerdings gering.

Betrachtet man die Anzahl der Follower fällt auf, dass die Herren im Durchschnitt ca. 5.000 Follower mehr aufweisen als die Damen (Herren: 33.584, Damen: 28.093). Allerdings ist dieser Unterschied vor dem Hintergrund der hohen Streuungen (vgl. SDs und Varianzkoeffizienten in Tabelle 1) nicht signifikant (Mann-Whitney-U=266, $p=0,625$).

Tabelle 1: Deskriptive Statistik der Instagram-Nutzung und der Themenverteilung nach Geschlecht

	Herren n=29				Damen n=20			
	MW	SD	Median	Var-koeff.	MW	SD	Median	Var-koeff.
Anzahl der Posts auf Instagram insgesamt	244	132	223	54%	279	185	208	66%
Anzahl der Posts auf Instagram im Jahr 2021	44	26	41	59%	55	35	46	63%
Follower	33.584	37.953	14.800	113%	28.093	31.305	15.400	111%
Wettkampf	41%	16%	42%	40%	37%	15%	38%	41%
Training	26%	11%	28%	42%	27%	11%	28%	42%
Sport (WK & Training)	67%	21%	71%	32%	63%	14%	64%	22%
Sponsoren	10%	8%	8%	85%	12%	9%	11%	72%
Privates & Urlaub	14%	12%	13%	88%	17%	10%	16%	57%
Sonstige Kategorien*	9%	7%	7	79%	7%	8%	5	102%

* außersportlicher Beruf, öffentliche (Medien-)Auftritte, Mode, Erotik, Sonstiges

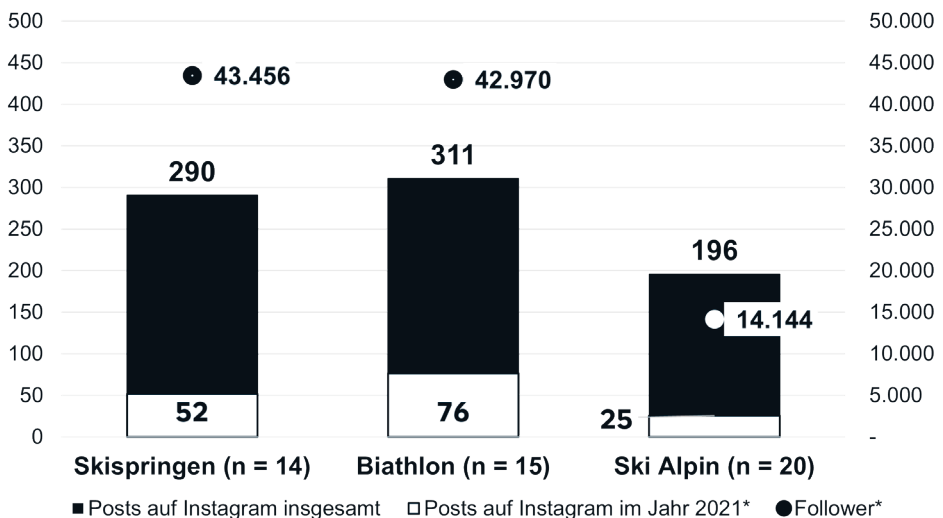
13.4.3 Unterschiede zwischen den untersuchten Sportarten

Den Skispringerinnen und Skispringern (mit ca. 43') sowie Biathletinnen und Biathleten (ca. 43') folgen signifikant mehr Fans als alpinen Skisportlerinnen und -sportlern (14') auf Instagram (Kruskal-Wallis $H=10,14$, $df=2$, $p=0,006$). Post-hoc-Tests (Bonferroni) zeigen mittelstarke Effekte (Cohen, 1992) zwischen Skispringern und alpinen Skifahrern ($z=2,50$, $p=0,037$, $r=0,36$) sowie zwischen Biathleten und Alpinskifahrern ($z=2,84$, $p=0,013$, $r=0,41$).

Sowohl insgesamt (Einrichtung des Instagram-Accounts bis Ende 2021) als auch im Jahr 2021 sind Skispringerinnen und -springer mit 290 Post im Schnitt, davon 52 im Jahr 2021, und Biathletinnen und Biathleten (durchschnittlich 311 Posts, davon 76 im Jahr 2021) aktiver als die Sportlerinnen und Sportler im alpinen Skisport mit 196 Posts (davon 25 im Jahr 2021). Die Unterschiede der Gesamtzahl der Posts (Kruskal-Wallis $H=5,94$, $df=2$, $p=0,051$) sind knapp nicht signifikant auf

dem Signifikanzniveau von $\alpha=0,05$. Die durchschnittliche Post-Anzahl im Jahr 2021 unterscheidet sich allerdings signifikant (Kruskal-Wallis $H=27,59$, $df=2$, $p=0,000$) zwischen den Sportarten. Der Unterschied von Biathletinnen und Biathleten sowie Alpenskifahrerinnen und -skifahrern ist mit $r=0,73$ groß ($z=5,13$, $p=0,000$). Der Effekt zwischen Skispringerinnen und -springern sowie alpinen Skifahrerinnen und Skifahrern ist mit $r=0,46$ mittelgroß ($z=3,20$, $p=0,004$). Der Unterschied zwischen Skispringerinnen und Skispringern sowie Biathletinnen und Biathleten ist allerdings nicht signifikant.

Abbildung 2: Mittlere Instagram-Aktivität nach Sportarten (*signifikante Unterschiede gem. Kruskal-Wallis-Test)



Wenig überraschend ist, dass die sportlichen Beiträge aus Wettkampf und Training in allen Sportarten die wichtigsten Themen sind. Eine genauere Betrachtung zeigt allerdings erneut Unterschiede zwischen den einzelnen Disziplinen:

Biathleten posten signifikant häufiger (Kruskal-Wallis $H=14,27$, $df=2$, $p=0,001$) aus dem Training als die anderen Sportler. Der Effekt des Unterschieds zu alpinen Skisportlern ist gemäß Post-hoc-Tests mit $r=0,53$ stark ($z=3,67$, $p=0,001$) bzw. zu Biathleten mit $r=0,37$ mittelgroß ($z=2,60$, $p=0,029$).

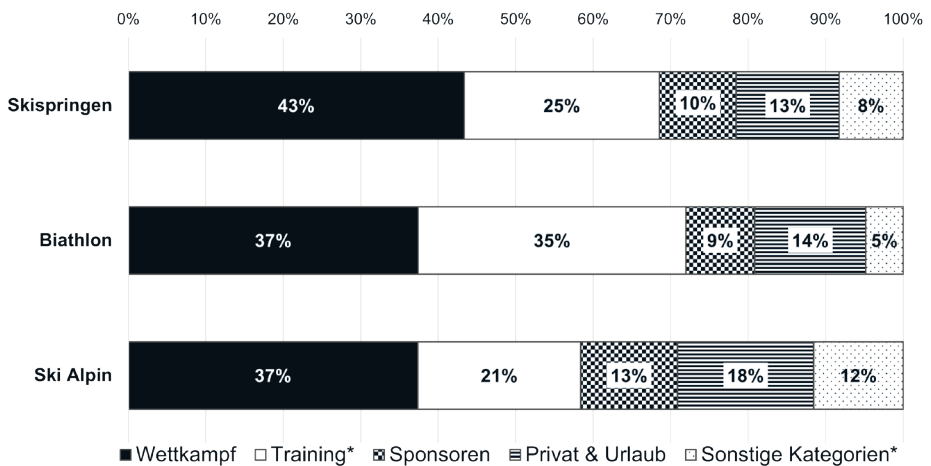
In allen Sportarten ist die Integration der Sponsoren wichtig. Etwa jeder zehnte Beitrag dient der Integration der Partner und hat damit werblichen Charakter. Dieser Anteil ist höher als er beispielsweise in Social-Media-Beträgen von Fußballclubs in der Bundesliga ist. Bei diesen konnte ein Anteil an Beiträgen mit

Werbung für fremde Angebote von 1 Prozent bei YouTube, 2 Prozent bei Twitter und 4 Prozent bei Facebook beobachtet werden (Römmelt, 2017).

Die alpinen Skisportler sind signifikant aktiver in sonstigen Kategorien (Kruskal-Wallis $H=8,55$, $df=2$, $p=0,014$) als die Biathleten. Der Post-hoc-Test ($z=2,8$, $p=0,012$) zeigt einen mittleren Effekt ($r=0,41$). Ein Grund für dieses Ergebnis mag in dem höheren Risiko im alpinen Skisport liegen. Skirennläuferinnen und Skirennläufer haben ein höheres Risiko, sich schwer zu verletzen und ggf. eine längere Wettkampf- und/oder Trainingspause einlegen zu müssen. Diese Pausen zeigen sich auch in den Instagram-Accounts, in der Regel durch weniger Beiträge, die dann teilweise die Verletzung zum Gegenstand haben.

Abbildung 3 fasst die zentralen Unterschiede zwischen Skispringern, Biathleten und alpinen Rennläufern zusammen.

Abbildung 3: Inhaltliche Kategorien nach Sportarten (MW der rel. Häufigkeit; *signifikante Unterschiede gem. Kruskal-Wallis-Test)



Sonstige Kategorien u. a. außersportlicher Beruf, öffentliche (Medien-)Auftritte, Mode, Erotik

Basis: Skispringen $n = 14$ Instagram Accounts mit $n = 727$ Posts im Jahr 2021, Biathlon $n = 15$ Accounts mit $n = 1.145$ Posts 2021, Ski Alpin $n = 20$ Accounts mit $n = 509$ Posts 2021

Insgesamt zeigt sich, dass die nordischen Sportler bezüglich ihres Post-Verhaltens auf Instagram aktiver sind als die alpinen Sportler. Auf der Ebene der einzelnen Post-Kategorien zeigen sich allerdings nur wenige Unterschiede; hier kann tendenziell von einem ähnlichen Verhalten gesprochen werden.

13.5 Diskussion und Fazit

Die Ergebnisse der Studie deuten an, dass geschlechterspezifische Unterschiede in der Stichprobe weniger ausgeprägt sind, als dies auf Basis der genannten Literatur zu erwarten war. Als möglicher Grund kommt die verhältnismäßig gleich große Popularität der Damen und Herren in Frage, die mindestens im Biathlon und im Ski Alpin angenommen werden kann. Auf der anderen Seite unterliegen die Ergebnisse verschiedenen Limitationen. So ist nicht klar, inwieweit die Corona-Beschränkungen des Jahres 2021 einen Einfluss auf das Post-Verhalten der untersuchten Sportlerinnen und Sportler hatten. Daneben ist die Followererschaft der meisten in der Stichprobe berücksichtigten Personen klein, wenn die Werte bspw. mit denen von Fußballern verglichen werden. Insgesamt kann nur in wenigen Fällen von einer Marke gesprochen werden. Vielmehr finden sich bei den Kaderangehörigen aller untersuchter Sportarten Personen mit teils deutlich weniger als 10.000 Followern. Die größte Anhängerschaft (148.000 Follower) weist mit Andreas Wellinger jemand auf, dessen sportliche Leistungen in den letzten Jahren hinter den früheren Erfolgen zurückblieben.

Ein Ansatzpunkt für weitere Analysen könnte sein, nicht die Follower zu berücksichtigen, sondern stattdessen die Anzahl der Interaktionen (Likes, Kommentare) zu untersuchen. Daneben wäre zu validieren, inwieweit die Ergebnisse für Instagram auch auf die anderen Netzwerke (vor allem Facebook und Twitter) übertragen werden können.

Literaturverzeichnis

- Cohen, J. (1992): A power primer. *Psychological Bulletin*, 112 (1), S. 155–159.
- FAZ (2020): Alles anders in der Corona-Weltcupssaison vom 16.11.2020, URL: <https://www.faz.net/aktuell/sport/wintersport/trotz-corona-problemen-500-stunden-wintersport-bei-ard-und-zdf-17054727.html> (Abruf am 28.02.2022).
- Geurin-Eagleman, A. N. / Burch, L. M. (2016): Communicating via photographs: A gendered analysis of Olympic athletes' visual self-presentation on Instagram, in: *Sport Management Review*, 19 (2), S. 133–145.
- Goffmann, E. (1959): *The Presentation of Self in Everyday Life*, New York: Penguin.
- IfD Allensbach (2021): Beliebteste Sportarten in Deutschland nach Interesse der Bevölkerung an dem Sport in den Jahren 2019 bis 2021. Auszug aus der Allensbacher Markt- und Werbeträger-Analyse - AWA 2021, URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/171072/umfrage/sportarten-fuer-die-besonderes-interesse-besteht/> (Abruf am 28.02.2022).
- Reichert Smith, L. / Sanderson, J. (2015): I'm Going to Instagram It! An Analysis of Athlete Self-Presentation on Instagram, in: *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 59 (2), S. 342–358.
- Römmelt, B. (2017). *Social Media und Facebook-Nutzung bei Bundesligaclubs: Studie auf Basis einer Beobachtung des Social Media Kommunikationsverhaltens bei Clubs der 1. Fußball Bundesliga*. Heidelberg: Eigenverlag, DOI: <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.17175.09123>.
- Romney, M. / Johnson, R. G. (2020): The Ball Game is for the Boys: The Visual Framing of Female Athletes on National Sports Network's Instagram Accounts, in: *Communication & Sport*, 8 (6), S. 738–756.
- Schibblock, V. / Hinds, J. / Kopp, M. / Schnitzer, M. (2022): Self-Presentation and Social Media Usage: A Case Study of Professional Alpine Skiing Athletes During the Winter Olympic Games and World Cup, in: *International Journal of Sport Communication*, 15 (3), S. 266–278.

***Die Furcht vor einer Ansteckung
mit dem Coronavirus SARS-CoV-2 –
Auswirkung auf den Besuch von Sportevents***

Stefan Chatrath

Autorenkontakt

Prof. Dr. Stefan Chatrath

Professor für Sportmarketing und Leiter Studiengang Sport & Event Management
am Campus Berlin der University of Europe for Applied Sciences

E-Mail: stefan.chatrath@ue-germany.com

Abstract

Ängste spielen in einem sportmarketingrelevanten Kontext eine wichtige Rolle, insbesondere seit dem Auftreten des Coronavirus SARS-CoV-2. Diese Arbeit identifiziert vier Formen der Angst, die von Bedeutung sind: Furcht, Angststörungen, Gewissensangst und soziale Angst.

Von den vier genannten Formen der Angst wird die Furcht genauer betrachtet: Wie wirkt sich ihr Auftreten auf den Sportevent-Besuch aus? Mittels der Appraisal-Theorien konnten die Determinanten der Furcht und ihre Effekte theoretisch gut erfasst werden. Demzufolge entsteht Furcht aufgrund eines gedanklichen Prozesses, dem sogenannten „Threat Appraisal“. Individuen schätzen einen Stimulus als gefährlich ein, wenn die erwartete Schädigung und die Eintrittswahrscheinlichkeit dieser Schädigung relativ groß sind. Im Anschluss, als Resultat der Furcht, findet ein zweiter gedanklicher Prozess statt, der sogenannte „Coping Appraisal“. Damit bewerten Individuen potenzielle Gegenmaßnahmen, die die Gefahr eliminieren sollen: Welche wirken ihrer Meinung nach? Sind die Kosten vertretbar? Wären sie selbst in der Lage, die notwendigen Schutzmaßnahmen zu ergreifen?

Die empirische Untersuchung zeigt einerseits, dass im Befragungszeitraum die Furcht vor einer Ansteckung mit COVID-19 nicht besonders stark ausgeprägt war. Andererseits denkt fast ein Drittel der Befragten, es sei sehr wahrscheinlich, sich in einer ausverkauften Sportstätte mit dem Coronavirus anzustecken. Corona-Schnelltests als Bedingung für einen Sportevent-Besuch scheinen hier eine effektive Maßnahme zu sein: Die Anzahl der Befragten, die sich als gefährdet sieht, sinkt um 42 Prozent, wenn diese Tests als obligatorisch für jeden Zuschauer eingeführt würden.

Inhalt

Abstract.....	308
Abbildungsverzeichnis.....	310
Tabellenverzeichnis.....	310
Abkürzungsverzeichnis.....	310
14.1 Einleitung.....	311
14.2 Angst: Definition und Formen.....	312
14.3 Determinanten und Wirkungen der Furcht – theoretische Basis.....	315
14.3.1 Appraisal-Theorien.....	315
14.3.2 Protection Motivation Theory.....	318
14.4 Empirische Untersuchung.....	320
14.4.1 Konzeption und Methode.....	320
14.4.2 Ergebnisse.....	322
14.5 Diskussion und Management-Implikationen.....	324
14.6 Fazit und Ausblick.....	326
Literaturverzeichnis.....	328

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Appraisal-Theorien.....	316
Abbildung 2:	Furcht und die „Protection Motivation Theory“	320
Abbildung 3:	Verwundbarkeit und der Effekt des Corona-Schnelltests	324

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Systematisierung der Angstformen.....	314
Tabelle 2:	Items der Fear of COVID-19 Scale nach Ahorsu et al. (2020).....	321
Tabelle 3:	Furcht vor COVID-19 bei den Studienteilnehmenden	323

Abkürzungsverzeichnis

COVID-19	Corona virus disease 2019
FCV-19S	Fear of COVID-19 Scale
PMT	Protection Motivation Theory
RKI	Robert Koch-Institut
SARS-CoV-2	Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus Type 2

14.1 Einleitung

Im Marketing ist die Analyse emotionaler Vorgänge von großer Bedeutung: Überraschung, Freude, aber auch Trauer und Angst beeinflussen Kaufwillige in ihren Entscheidungen erheblich.¹ Mit dem Auftreten des Coronavirus SARS-CoV-2 – im Zeitraum Februar 2020 bis Frühjahr 2022 – gewann der letztgenannte emotionale Zustand, die Angst, erheblich an Bedeutung.² Insbesondere bei Diensten, die in einer großen Gruppe wahrgenommen werden, wurde befürchtet, dass das Ansteckungsrisiko relativ hoch sei. Deshalb wurden diese Dienste, sogenannte personenbezogene Kollektivdienstleistungen, stark eingeschränkt bzw. reguliert.³ Kinos und Museen beispielsweise mussten teilweise schließen, sportliche Wettkämpfe wurden unter Ausschluss von Zuschauern ausgetragen und wenn eine Öffnung möglich war, dann in allen Fällen nur unter besonderen Bedingungen:⁴ Kapazitäten wurden auf ein Viertel oder noch weniger reduziert, und die Betreiber der meisten Sportstätten entwickelten Hygienekonzepte, mit denen sie sicherstellen wollten, dass die Gefahr einer Ansteckung mit SARS-CoV-2 auf ein Minimum reduziert wird.

Im zweiten Halbjahr 2022 normalisierten sich die Zuschauerzahlen wieder einigermaßen, auch wenn noch immer, wie es scheint, ein signifikanter Teil der Sportinteressierten skeptisch ist, Dienstleistungen wie Sportevents in einer größeren Gruppe in Anspruch zu nehmen, zumindest sofern diese in einer Halle stattfinden.⁵ Die „neue Normalität“ verschwindet offensichtlich nicht von heute auf morgen wieder, zumal es auch den Anschein hat, dass die Menschen generell ängstlicher geworden sind: Wir leben heute in einer, wie Soziologen es nennen, „Kultur der Angst“.⁶

In dieser Arbeit soll sich daher der Angst ganz generell genähert werden, unabhängig von SARS-CoV-2. Was ist Angst? Welche Formen gibt es? Und welche Rolle spielt sie, wenn ein Sportevent besucht wird? Im zweiten Abschnitt werden dazu die wichtigsten Begriffe geklärt, darunter die „Angst“. Es zeigt sich dabei

¹ Vgl. Kroeber-Riel & Gröppel-Klein (2013).

² SARS-CoV-2 (severe acute respiratory syndrome coronavirus type 2) ist ein Coronavirus, das die Erkrankung COVID-19 (coronavirus disease 2019) auslöst. In besonders schweren Fällen führt die Ansteckung zum Tod des Infizierten, laut Robert Koch-Institut etwa elf Tage nach Symptombeginn (vgl. RKI, 2021).

³ Vgl. Bundestag (2021).

⁴ Vgl. Betschka et al. (2021), Einsiedler (2021).

⁵ Vgl. Witte (2023).

⁶ Vgl. Furedi (2018).

u. a., dass eine Form der Angst, die „Furcht“, besonders wichtig ist für die Fragestellung dieser Arbeit. In den folgenden beiden Kapiteln steht sie daher im Fokus der Ausführungen.

Im dritten Kapitel wird die theoretische Grundlage dieser Arbeit vorgestellt: Die Basisemotion „Furcht“ wird mit Hilfe der „Appraisal-Theorien“ konzeptualisiert, die zu den kognitiv ausgerichteten Emotionstheorien gehören. In Kapitel 4 erfolgt dann die Darstellung der empirischen Untersuchung. Hierfür wurde ein sportlicher Wettkampf vor Zuschauern gewählt, eine typische personenbezogene Kollektivdienstleistung, mit z. T. Tausenden von Menschen, die zeitgleich vor Ort sind. Welche konkreten Maßnahmen sind zu treffen, um die Furcht der Zuschauer vor einer Ansteckung mit SARS-CoV-2 effektiv zu reduzieren?

In Kapitel 5 werden die bisherigen Ergebnisse – aus Theorie und empirischer Untersuchung – diskutiert. Welche Management-Implikationen lassen sich daraus ableiten? Die Arbeit schließt in Kapitel 6 mit einem Fazit.

14.2 Angst: Definition und Formen

Im Folgenden soll sich nun dem Begriff der „Angst“ genähert werden. Was ist darunter zu verstehen? Welche Formen gibt es? Und wie kann „Angst“ von anderen unangenehmen emotionalen Zuständen abgegrenzt werden?

Folgende Erscheinungsformen von Angst lassen sich unterscheiden:

- Realangst oder Furcht:⁷ Es besteht in diesem Fall eine reale Gefahr, die objektbezogen ist. Der Objektbezug ist doppelt, es gibt ein Angst- und ein Identifikationsobjekt, die gedanklich zueinander in Bezug gesetzt werden.⁸ Das Angstobjekt beschreibt, wovor sich eine Person fürchtet, also das sie (oder andere) Bedrohende, z. B. ein gewaltbereiter Fan der Gegnermannschaft. Das Bedrohte, in dem angeführten Beispiel die körperliche Unversehrtheit, ist das Identifikationsobjekt, das es zu schützen gilt. Es bezieht sich somit darauf, worum jemand Angst hat. Die Begriffe „Realangst“ und „Furcht“ werden im Folgenden als Synonyme verwendet. Izard (1994) gemäß ist Furcht eine allgemein menschliche Fundamentalemotion. Milde

⁷ Vgl. Freud (2021a). Sigmund Freud hielt in den Wintersemestern 1915/16 und 1916/17 in Wien seine Vorlesungen zur Einführung in die Psychoanalyse, darunter eine mit dem Titel „Die Angst“. Die hier erwähnte Literaturquelle, Freud (2021a), beinhaltet die schriftliche Wiedergabe dieser öffentlichen Vorträge.

⁸ Vgl. Dehne (2017).

Formen bezeichnet Plutchik (2003) als „Sorge“ und besonders starke als „Panik“.

- Angststörungen (Phobien und Erwartungsangst): Freud (2021a) nennt zwei Formen der Angststörung. *Phobien* sind ebenfalls mit gewissen Objekten verknüpft (z. B. Spinne, Flugangst, Menschenansammlungen am Stadioneinlass). Die damit verbundenen Ängste sind für viele nachvollziehbar, aber es ist die Intensität, die befremdet und als pathologisch gilt. Man weiß, dass der Absturz eines Flugzeugs den sicheren Tod bringt. Dennoch hält diese Erkenntnis die meisten Menschen nicht davon ab, in ein Flugzeug zu steigen. Die *Erwartungsangst* hingegen ist frei flottierend. Sie hängt sich an jeden passenden Vorstellungsinhalt, beeinflusst das Urteil und wählt die Erwartungen aus („immer die schrecklichste Möglichkeit“, „Unheilserwartung“, „drohende Zukunft“ usw.). Diese Klassifikation gilt bis heute. Sowohl das „International Statistical Classification of Diseases and Related Health Problems“ (ICD-10) der Weltgesundheitsorganisation WHO⁹ als auch das vor allem in den USA gebräuchliche „Diagnostic and Statistic Manual of Mental Disorders“ (DSM-5) verwendet diese als ihre Grundlage.¹⁰
- Gewissensangst:¹¹ Izard (1994) folgend wird in diesem Fall die Furcht verknüpft mit Scham- und Schuldgefühlen, zwei weiteren Fundamental-emotionen des Menschen. „Während Scham aus allem möglichem fehlerhaften Tun (Sein) resultieren kann, resultiert Schuldgefühl aus Unrecht tun (Unrechtsein)“.¹² Der Schuldige fühlt sich persönlich verantwortlich und hat daher ein schlechtes Gewissen, falsch gehandelt zu haben. Er schämt sich, weil er nun nicht mehr seinem idealen Bild von sich selbst (Selbstbild) entspricht.¹³ So gesehen ersetzt hier also das Gewissen die für die Furcht typische äußere Gefahr, es ist eine innere Autorität, das sogenannte Über-Ich,¹⁴ das hier maßgeblich ist.¹⁵
- Soziale Angst:¹⁶ In diesem Fall bezieht sich die Angst auf die Strafe durch eine äußere Autorität, z. B. ein Stadionverbot ausgesprochen durch den

⁹ Vgl. Notzon (2018).

¹⁰ Vgl. Rice et al. (2019).

¹¹ Vgl. Freud (2021b), von Sigmund Freud 1930 unter dem Titel „Das Unbehagen in der Kultur“ veröffentlicht.

¹² Izard (1994), S. 114f.

¹³ Vgl. Giddens (1991).

¹⁴ Vgl. Freud (2021c).

¹⁵ „Das Ich und das Es“, im Text als Freud (2021c) bezeichnet, veröffentlichte Sigmund Freud 1923.

¹⁶ Vgl. Freud (2021b).

Klub, der die Heimspiele austrägt. Eine Person fühlt sich hier nicht zwangsläufig schuldig oder beschämt durch das, was sie tut. Die Sorge gilt einzig und allein der Entdeckung und den damit verbundenen negativen Konsequenzen. Man möchte Leid, hier in Form einer Sanktion, vermeiden.¹⁷ Gewissens- und soziale Angst führen somit ggf. zum gleichen Ergebnis im Handeln einer Person, aber die zugrundeliegende Motivation ist jeweils eine andere.

Die vier vorgestellten Formen der Angst lassen sich durch zwei Kriterien voneinander unterscheiden (vgl. Tabelle 1). Das erste Kriterium bezieht sich auf die Frage, ob ein Objektbezug der Angst vorliegt. Dies ist der Fall bei der Furcht, den Phobien, der sozialen Angst und der Gewissensangst. Auf der anderen Seite steht die Erwartungsangst, die, frei flottierend, keinen konkreten Bezugspunkt hat. Die Gewissensangst hingegen unterscheidet sich von den anderen Formen der Angst dadurch, dass der Angstauslöser eher im Inneren liegt. Es ist keine äußere Gefahr, die droht. Das führt uns zum zweiten Unterscheidungskriterium – der Frage, ob eine Gefährdung von außen vorliegt oder nicht.

Tabelle 1: Systematisierung der Angstformen

Dimensionen	mit Objektbezug	ohne Objektbezug
Gefahr von außen	Furcht im weiteren Sinne (Furcht, Phobien, Soziale Angst)	Erwartungsangst
keine Gefahr von außen	Gewissensangst	

Bei Betrachtung der Tabelle fällt auf, dass Furcht, Phobien und soziale Angst in dieselbe Kategorie fallen. Das ist kein Zufall, und sie sollen daher im Folgenden unter dem Begriff „Furcht im weiteren Sinne (i.w.S.)“ zusammengefasst werden. Im Grunde genommen sind Phobien und soziale Angst zwei Sonderformen der

¹⁷ Vgl. Nietzsche (1999).

Furcht. Im ersten Fall ist die Furcht pathologisch, im zweiten Fall bezieht sie sich auf ein bestimmtes Objekt, die strafende Instanz (Polizei, Freunde, Eltern usw.).

Somit ist festzuhalten: Angst kann nicht allgemein definiert werden. Es kommt auf die Ausprägungen der beiden Dimensionen „Objektbezug“ und „Gefahrenquelle“ an. Freud (2021a) selbst definierte Angst als „die Reaktion auf die Wahrnehmung einer äußeren Gefahr, d. h. einer erwarteten, vorhergesehenen Schädigung“. Diese Definition entspricht somit dem, was hier unter Furcht i.w.S. sowie unter Erwartungsangst verstanden wird.

Vor dem Hintergrund der bisherigen Ausführungen, soll im Folgenden eine Einschränkung vorgenommen werden. Es wird sich auf die Furcht als Form der Angst konzentriert, weil sie durch einen Sportevent-Organisator grundsätzlich managebar erscheint: Sie ist nicht-pathologisch, es besteht ein klarer Objektbezug und die Bedrohung kommt von außen.

Im nächsten Abschnitt wird die theoretische Grundlage dieser Arbeit vorgestellt. Was determiniert die Furcht? Und welche Maßnahmen kann ein Unternehmen im Sportevent-Sektor konkret ergreifen, um die negativen Auswirkungen der Furcht zu mildern?

14.3 Determinanten und Wirkungen der Furcht – theoretische Basis

14.3.1 Appraisal-Theorien

Wie kann Furcht in einem sportmarketingrelevanten Zusammenhang theoretisch erfasst werden? Hierzu soll Kroeber-Riel und Gröppel-Klein (2013) folgend auf die sogenannten Appraisal-Theorien zurückgegriffen werden, zu denen beispielsweise auch schon der erwähnte Beitrag von Freud (2021a) gehört.¹⁸

Die Appraisal-Theorien sind den kognitiv ausgerichteten Emotionstheorien zuzuordnen.¹⁹ Sie gehen davon aus, dass gedankliche Prozesse das Gefühlserleben letztlich auslösen. Es wird vor diesem Hintergrund auch von einem „Threat Appraisal“ gesprochen, der stattfindet (vgl. Abbildung 1): Individuen müssen, erstens, einen Stimulus wahrnehmen und ihn, zweitens, als bedrohlich einschätzen. Was als Bedrohung gilt, hängt zum großen Teil vom Wissensstand des potenziell

¹⁸ Weitere Vertreter sind beispielsweise Han et al. (2007), Lerner / Keltner (2000), Lazarus (1991), Roseman (1991) und Rogers (1975).

¹⁹ Freud (2021a) legte mit seinen Ausführungen die Grundlage für die kognitiven Emotionstheorien (vgl. Izard (1994), S. 420).

Gefährdeten ab.²⁰ Furcht wird, wie schon im Abschnitt zuvor erläutert, vor allem mit dem Empfinden von Ungewissheit und Unkontrollierbarkeit verbunden. Die genaue Natur des Gefahrstimulus ist ungewiss, und somit ist dem Individuum nicht klar, wie es sich diesbezüglich verhalten soll bzw. ob es möglich ist, ihn unter Kontrolle zu bekommen. Klar ist nur, dass das Ereignis zielinkonsistent ist. Es bedroht einen wünschenswerten Zustand. Ziele werden hier verstanden als „interne Repräsentation von erwünschten Zuständen“.²¹

Abbildung 1: Appraisal-Theorien

Appraisal-Theorien

Stimulus → Appraisal (Bewertung) → Emotion (Gefühl)

Gefahr → Threat-Appraisal (Bewertung) → Furcht

Quelle: in Anlehnung an Kroeber-Riel & Gröppel-Klein (2013), S. 108

Was passiert, wenn das Gefühl der „Furcht“ auftritt? Welche Reaktionen löst es aus und warum? Ein furchterregender Gegenstand oder eine furchterregende Situation erfordern wiederum einen gedanklichen Prozess, eine weitere Einschätzung. Dieses Mal geht es aber um die Frage, welche Handlung die richtige Reaktion wäre. Es wird in diesem Zusammenhang auch von einem „Coping Appraisal“ gesprochen, der vorgenommen wird. Freud (2021a) beispielsweise unterscheidet drei mögliche Reaktionen, die funktional, d. h. zielführend, sein können:²²

- Verteidigung (Vermeidung): Eine Person wehrt sich gegen den Angreifer und versucht so, den drohenden Schaden zu minimieren. Das kann auch heißen, dass diese Person einen Schutzraum um sich aufbaut, in den der Angreifer nicht eindringen kann. Eine weitere Möglichkeit wäre, dass die Person bestimmte gefährliche Situationen von vornherein meidet.
- Angriff: Eine Person geht zum Angriff über. Sie attackiert das Angstobjekt, um es unschädlich zu machen.

²⁰ Vgl. Freud (2021a).

²¹ Kroeber-Riel / Gröppel-Klein (2013), S. 110.

²² Eine weitere mögliche Reaktion wäre die Lähmung, die allerdings nicht funktional ist. Eine Person ist dann wie erstarrt und kommt nicht ins Handeln. Die Furcht ist hier so stark, dass kein Handlungsprozess ausgelöst wird und kein „Coping Appraisal“ stattfindet. Das erklärt somit auch die Position von Freud (2021a), der schrieb, dass Furcht zu haben, an sich niemals funktional ist. Es käme auf die angemessene Reaktion an.

- Flucht (Verdrängung): Eine Person flüchtet, im wahrsten Sinne des Wortes oder im übertragenen Sinne. Den zweiten Fall würden wir als Verdrängung bezeichnen.

Furcht löst somit den Handlungsprozess aus, während die darauffolgende gedankliche Einschätzung, der „Coping Appraisal“, bestimmt, was die angemessene Handlung wäre, um die Gefahr zu mindern. Wird die innere Erregung, die Furcht, mit einer kognitiven Zielorientierung gekoppelt, so wie hier beschrieben, dann spricht man auch von der „Motivation“, etwas Bestimmtes zu tun²³ – in diesem Fall beispielsweise sich zu verteidigen, anzugreifen oder zu flüchten. Durch das Zusammenwirken der Furcht mit gedanklichen Prozessen („Wie schütze ich mich vor der Gefahr?“) entsteht somit ggf. die Motivation, das Spiel lieber am TV-Bildschirm zu verfolgen, weil ein Stadionbesuch – aufgrund der großen Zahl infizierter Zuschauer – als zu gefährlich eingeschätzt wird.

Motivation bezieht sich auf den Prozess der Aktualisierung eines Motivs, das latent vorhanden ist. Welche Motive erklären nun die Motivation, etwas Bestimmtes zu tun? Maslow (1987) identifiziert fünf Motive bzw. Bedürfnisse, die allgemein menschlich seien und daher begründen können, weshalb Menschen sich auf eine bestimmte Art verhalten. Sie können wie folgt beschrieben werden:

- Die physiologischen Bedürfnisse sind elementar. Sie beziehen sich auf das Verlangen nach Essen, Trinken usw.
- Das Sicherheitsbedürfnis umfasst den Wunsch nach einer materiellen Absicherung und einem Schutz vor Gefahren wie z. B. Unfall, Krankheit oder Tod.
- Die sozialen Bedürfnisse spiegeln den Wunsch des Menschen nach Gemeinschaft, Dazugehörigkeit und gelingenden sozialen Beziehungen wider.
- Menschen wollen nützlich sein. Der Wunsch nach Anerkennung drückt sich im Wertschätzungsbedürfnis aus.
- Das Selbstverwirklichungsmotiv bezieht sich auf das Streben, die eigene Persönlichkeit möglichst frei und unabhängig entfalten zu können. Menschen sind dann zufrieden, wenn sie selbstbestimmt leben können.

Das Sicherheitsbedürfnis ist gewiss das Motiv unter den genannten, das im Kontext dieses Artikels am Wichtigsten ist. Es erklärt, weshalb Menschen sich schüt-

²³ Vgl. Kroeber-Riel / Gröppel-Klein (2013).

zen bzw. gegenüber (potenziellen) Gefahren absichern. Berry et al. (2020) identifizieren vier relevante Sicherheitsbereiche, die es dementsprechend als Unternehmen zu managen gilt:

- **Physische Sicherheit:** Hier geht es darum, die Kunden vor körperlicher Schädigung zu schützen. Dazu gehört auch die Vermeidung der Ansteckung mit einer Krankheit.
- **Emotionale Sicherheit:** Hiermit ist gemeint, die psychische Gesundheit zu schützen. Es bestehen bestimmte Ängste, die es ernst zu nehmen gilt, beispielsweise die Furcht vor der Behandlung beim Zahnarzt. Hierunter fallen ggf. auch die weiter oben erwähnten Angststörungen wie Panikattacken in großen Menschenansammlungen.
- **Finanzielle Sicherheit:** Drohen mir unvorhergesehene Ausgaben? Verliere ich mein Geld möglicherweise, weil es mir, z. B. bei Absage eines Sportevents, nicht zurückerstattet wird? Diese Fragen fallen unter das potenzielle Risiko, einen finanziellen Verlust zu erleiden.
- **Informationelle Sicherheit:** Kunden müssen sich sicher sein, dass die ihnen zur Verfügung gestellten Informationen – bezüglich der drei zuvor genannten Sicherheitsbereiche – korrekt sind. Das setzt u. a. voraus, dass die Kunden den Quellen der Informationen vertrauen, denn sie selbst werden in der Regel nicht in der Lage sein, die relevanten Informationen vollständig zu überprüfen, sei es aus Mangel an Zeit oder Wissen.

Unternehmen sind also gut beraten, sich diesen vier Sicherheitsbereichen zu widmen. Das gilt somit auch für Sportevent-Organisatoren.

Abschließend soll die „Protection Motivation Theory“ vorgestellt werden. Sie führt die bisher genannten theoretischen Aspekte in einem Modell zusammen, das auch schon vielfach empirisch getestet wurde.

14.3.2 Protection Motivation Theory

Die „Protection Motivation Theory“ (PMT) geht auf Rogers (1975) zurück. Weiterentwickelt wurde sie insbesondere durch Maddux und Rogers (1983) sowie Rogers und Prentice-Dunn (1997). Die PMT wurde schon in zahlreichen Kontexten angewandt, so z. B. bei Themen wie Cybersecurity,²⁴ Schutz vor Gefahren wie Krankheiten²⁵ oder Hochwasser.²⁶ Floyd et al. (2000) und jüngst Boss et al.

²⁴ Vgl. Johnston et al. (2015).

²⁵ Vgl. Tanner et al. (1991).

²⁶ Vgl. Babicky / Seebauer (2019).

(2015) geben einen guten Überblick darüber, wie die PMT bisher eingesetzt wurde.

Die PMT modelliert beide „Appraisals“, den „Threat Appraisal“ und den „Coping Appraisal“ (vgl. Abbildung 2). Diese beiden gedanklichen Prozesse erklären die sogenannte Schutzmotivation („protection motivation“), d. h. die Bereitschaft, mit Hilfe einer bestimmten Handlung sich selbst und andere zu schützen (z. B. durch das Tragen eines Mund-Nasen-Schutzes während des Besuchs eines sportlichen Wettkampfs als Zuschauer). Die Schutzmotivation ist umso höher, desto größer die Furcht ist.

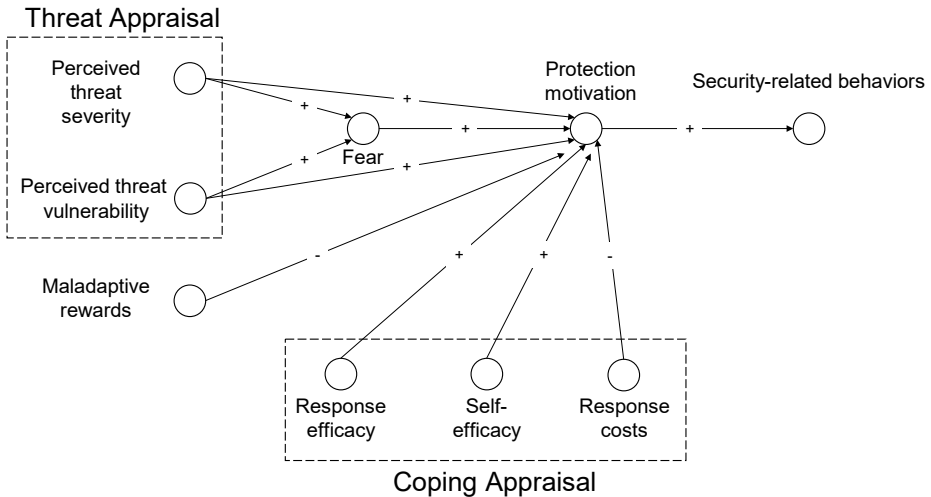
Was determiniert nun die Furcht? Es sind vor allem zwei Faktoren, die maßgeblich sind: der „Schweregrad“ („severity“) und die „Verwundbarkeit“ („vulnerability“). Wie schwerwiegend sind die zu erwartenden Folgen der Schädigung? Und wie relevant ist die Gefahr für mich? Bin ich betroffen? Für wie wahrscheinlich halte ich es, dass ich geschädigt werde? Je höher Schweregrad und Verwundbarkeit sind, desto höher dürfte die Furcht ausgeprägt sein.

Die Bedrohung, welche die Furcht auslöst, wird zudem in ein Verhältnis gesetzt: Welchen Vorteil hätte es, sich ggf. nicht zu schützen? Erst wenn der Schaden, der droht, höher ist als die Belohnung aus der Nichtanpassung („maladaptive rewards“), kommt es in einem zweiten Schritt zu dem „Coping Appraisal“.

Der „Coping Appraisal“ wirkt sich vor allem dann positiv auf die Schutzmotivation aus, wenn die angebotenen Gegenmaßnahmen als wirksam wahrgenommen werden („Response Efficacy“). Nur wenn jemand überzeugt ist, dass die Gegenmaßnahme sinnvoll ist, wird er bereit sein, diese mitzutragen. Wiederum findet ein Kosten-Nutzen-Kalkül statt: Was kosten diese Gegenmaßnahme? Je niedriger die Kosten sind („Response Costs“), desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass die Schutzmotivation steigt. Es ist zudem noch zu berücksichtigen, ob eine Person von sich selbst überzeugt ist („Self-efficacy“ bzw. Selbstwirksamkeit). Glaubt sie, dass sie in der Lage wäre, eine bestimmte Handlung durchzuführen, die den Schutz erhöht?

Die Schutzmotivation ist kein Selbstzweck, sie hat (hoffentlich) Konsequenzen. Laut der PMT determiniert sie das sogenannte sicherheitsrelevante Verhalten des Individuums („Security-related Behaviors“). Damit kann der Kauf eines bestimmten Produkts gemeint sein, das den Schutz des Käufers erhöht, z. B. der Erwerb eines Kopfschutzes für das Boxtraining. Das Sicherheitsbedürfnis wäre jetzt bedient, mit Hilfe einer Verteidigungsstrategie. Die Sequenz Gefahrstimulus-Kognition-Furcht-Kognition-Aktion hätte in diesem Beispiel mit dem Produkterwerb ihren logischen Endpunkt gefunden.

Abbildung 2: Furcht und die „Protection Motivation Theory“



Quelle: in Anlehnung an Boss et al. (2015), S. 840

14.4 Empirische Untersuchung²⁷

14.4.1 Konzeption und Methode

Unsere Befragung lief im Zeitraum von Juni bis September 2021. Teilnehmer waren Besucher von Sportevents (ATP-Tennisturnier „Mallorca Championships“ und Fußballspiele in Berlin) sowie Studenten verschiedener Universitäten in Deutschland.

Die Befragten mussten den Fragebogen selbständig ausfüllen (Methode: „Self-administered Questionnaire“).²⁸ Vor Ort wurden sie von einem Betreuer der Umfrage kurz in das Thema eingeführt. Danach beantworteten auch sie den ausgedruckt vorliegenden Fragebogen eigenständig. Der Online-Fragebogen wurde den Befragten per Link und QR-Code zugänglich gemacht. Um sicherzustellen, dass alle Fragen auch ohne die Anwesenheit eines Interviewers verständlich sind, wurde im Mai 2021 ein Pretest durchgeführt. Auf dieser Grundlage wurde der Fragebogen entsprechend angepasst.

²⁷ Ich möchte Prof. Dr. Gabriele Mielke für ihre Unterstützung danken, insbesondere bei der Planung und Durchführung der empirischen Studie sowie der Auswertung der Daten, die sie vorgenommen hat.

²⁸ Vgl. Kuß et al. (2014).

Für die Teilnahme an der Umfrage wurden keine besonderen Bedingungen gestellt. Es musste jedoch sichergestellt werden, dass die Stichprobe hauptsächlich aus Teilnehmern besteht, die ein Mindestinteresse an der Teilnahme an einer Sportveranstaltung haben. Dies wurde mit der ersten Frage des Fragebogens über alle Sportarten hinweg deutlich gemacht. Dieses sogenannte „Judgemental Sampling“, das wir vornahmen, ist immer dann sinnvoll, wenn nur eine bestimmte Personengruppe die gewünschten Informationen liefern kann.²⁹

Eines der Hauptziele der Befragung war es, die Furcht vor einer Ansteckung mit SARS-CoV-2 zu messen. Zu diesem Zweck wurde die von Ahorsu et al. (2020) eingeführte „Fear of COVID-19 Scale“ (FCV-19S) verwendet (vgl. Tabelle 2). Die FCV-19S besteht aus insgesamt sieben Items; die Antworten für jedes Item wurden anhand einer 5-Punkte-Likert-Skala gemessen (von 1 = „stimme überhaupt nicht zu“ bis 5 = stimme voll und ganz zu“). Die ermittelten Punktzahlen je Item werden addiert. Je höher die Punktzahl, desto größer die Furcht laut FCV-19S.

Tabelle 2: Items der Fear of COVID-19 Scale nach Ahorsu et al. (2020)

Fear of COVID-19 Scale (FCV-19S)	
Item 1	Ich habe große Angst vor dem Coronavirus.
Item 2	Es ist mir unangenehm, an den Coronavirus zu denken.
Item 3	Meine Hände werden klamm, wenn ich an den Coronavirus denke.
Item 4	Ich habe Angst, mein Leben wegen des Coronavirus zu verlieren.
Item 5	Wenn ich Nachrichten und Berichte über den Coronavirus sehe, werde ich nervös oder ängstlich.
Item 6	Ich kann nicht schlafen, weil ich mir Sorgen mache, den Coronavirus zu bekommen.
Item 7	Mein Herz rast oder klopft, wenn ich daran denke, den Coronavirus zu bekommen.

Quelle: Ahorsu et al. (2020)

Die Determinanten der Furcht (bzw. die beiden Variablen des „Threat Appraisal“) wurden mit der Hilfe von zwei Fragen ermittelt. Zur Messung des wahrgenommenen Schweregrades der Bedrohung mussten die Befragten ihre Zustimmung zu folgender Aussage angeben: „Wenn ich mich mit Corona anstecken sollte, dann wären die Folgen für meine Gesundheit schwerwiegend.“ Zum anderen sollten sie angeben, für wie wahrscheinlich sie eine Ansteckung vor Ort halten würden,

²⁹ Vgl. Aaker et al. (2013).

wenn die Sportstätte ausverkauft wäre (Messung der wahrgenommenen Verwundbarkeit).

Um die Ansteckungsgefahr zu verringern, stehen einem Sportevent-Organisator einige Möglichkeiten zur Verfügung. Für die Befragung wurde beschlossen, Corona-Schnelltests als Schutzmaßnahme anzubieten, um die physische Sicherheit der anwesenden Zuschauer zu gewährleisten. Die Befragten wurden gebeten, dies wie folgt zu bewerten: „Wenn Sie davon ausgehen, dass in der nahen Zukunft tatsächlich nur Zuschauer mit einem aktuellen und negativen Corona-Schnelltest zu Sportevents gelassen würden, für wie wahrscheinlich halten Sie es, dass Sie sich in einem solchen Fall mit Corona anstecken würden, wenn die Sport-/Veranstaltungsstätte vollausgelastet wäre?“ Wenn die Befragten die obligatorischen Tests als wirksame Reaktion auf die Bedrohung wahrnehmen, sollte ihre wahrgenommene Verwundbarkeit deutlich geringer sein – im Vergleich zu dem im vorherigen Absatz erwähnten Fall, in dem sie gebeten wurden, die Wahrscheinlichkeit einer Infektion einzuschätzen, wenn keine Gegenmaßnahmen ergriffen würden.

Der „Coping Appraisal“ obligatorischer Corona-Schnelltests umfasste zusätzlich Fragen zur Wahrnehmung der Selbstwirksamkeit und der erwarteten Kosten: Wäre man in der Lage, den Test rechtzeitig und selbständig durchzuführen? Sind die Kosten vertretbar (z. B. Preis für den Test; Zeitaufwand für den Besuch einer Teststation)?

Der Fragebogen enthielt zudem auch Fragen zur Soziodemografie (Alter, Geschlecht, Bildungsstand, Beruf, Einkommen, Wohnort), zum Sportkonsum der Befragten (z. B. die Häufigkeit des Besuchs von Sportevents vor dem Corona-Ausbruch) sowie zu Einstellungen und persönlichen Erfahrungen mit dem Coronavirus. Hier wurde zum Beispiel gefragt, ob der oder die Befragte geimpft war und bestimmte kritische Erfahrungen gemacht hat, wie zum Beispiel den Verlust eines Familienmitglieds durch COVID-19.

14.4.2 Ergebnisse

Insgesamt 225 Personen haben an der Studie teilgenommen. 51 Prozent waren Männer, 48 Prozent Frauen, eine Person gab an, divers zu sein. Die Befragten haben ein relativ hohes Durchschnittseinkommen (> 3.500 Euro) und ein recht hohes Bildungsniveau: Die meisten Teilnehmer der Befragung verfügen mindestens über einen Bachelor-Abschluss. 54,2 Prozent waren angestellt oder selbständig, weitere 33,8 Prozent waren Studenten. Das Durchschnittsalter betrug 31,3 Jahre.

Wie im vorherigen Abschnitt erwähnt, ist das Interesse am Besuch von Sportveranstaltungen recht hoch: 91 Prozent sind zumindest grundsätzlich interessiert, 68 Prozent der Befragten sogar außerordentlich. Es zeigte sich auch, dass sie recht selten Dauerkartenbesitzer sind (14 Prozent). Vielmehr suchen sie Abwechslung bei den Sportevents, die sie besuchen (im Jahr vor dem Corona-Ausbruch waren es durchschnittlich 14). Fast 50 Prozent stimmten zu, dass sie in den nächsten sechs Monaten auf jeden Fall ein Sportevent besuchen werden, und weitere fast 20 Prozent halten es für wahrscheinlich; der Rest ist noch unsicher (13 Prozent) oder schließt es kategorisch aus (19 Prozent).

83 Prozent der Befragten sind gegen Corona geimpft; 8 Prozent gaben an, sich mit dem Virus infiziert zu haben. Gleichzeitig gaben fast drei Viertel an, dass ein Freund oder eine Bekannte infiziert war. 5 Prozent bekundeten, dass ein Familienmitglied mit oder an Corona gestorben ist.

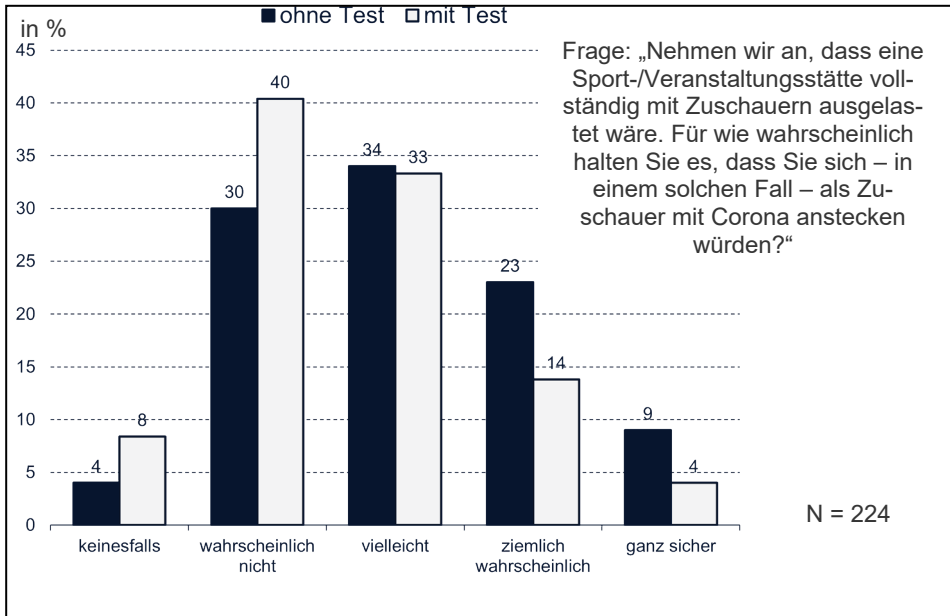
Die Furcht vor COVID-19 ist relativ gering. Die durchschnittliche Punktwert von der FCV-19S liegt bei 12,8. Ahorsu et al. (2020) folgend sind Werte, die zwischen 7 und 21 liegen als niedrig einzuschätzen. Das trifft hier für 94,3 Prozent der Befragten zu (vgl. Tabelle 3).

Tabelle 3: Furcht vor COVID-19 bei den Studienteilnehmern

Ausmaß der Furcht vor COVID-19 (insgesamt)	N = 193 (100 %)
Mittelwert (Punktwert)	12,8
Spannweite (Punktwerte)	7 – 35
Ausmaß der Furcht vor COVID-19 (kategorisiert)	N = 193 (100 %)
gering (Punktwert 7 – 21)	182 (94,3 %)
hoch (Punktwert 22 – 35)	11 (5,7 %)

Immerhin 26 Prozent glauben aber, dass eine Ansteckung mit dem Corona-Virus schwerwiegende Folgen für ihre Gesundheit haben würde (= wahrgenommener Schweregrad). 32 Prozent denken, dass sie gefährdet wären, wenn sie eine ausverkaufte Sportarena besuchen würden (= wahrgenommene Verwundbarkeit): 23 Prozent halten es für ziemlich wahrscheinlich, 9 Prozent für ganz sicher, dass sie sich mit dem Coronavirus anstecken würden (vgl. Abbildung 3). Corona-Schnelltests werden als wirksame Maßnahme angesehen: Die Zahl der Personen, die sich für gefährdet halten, sinkt um 14 Prozentpunkte bzw. um 44 Prozent, wenn ein negatives Testergebnis Voraussetzung für den Sportevent-Besuch wäre (von 32 Prozent auf 18 Prozent).

Abbildung 3: Verwundbarkeit und der Effekt des Corona-Schnelltests



Die wahrgenommene Selbstwirksamkeit (Self-efficacy) ist relativ hoch: 89 Prozent stimmten zu, dass sie in der Lage sind, einen Test in einem Testzentrum rechtzeitig und im Voraus selbst durchzuführen. An Wochenenden ist die große Mehrheit der Zuschauer (61 Prozent) bereit, zusätzliche Wartezeiten am Eingang in Kauf zu nehmen, wenn ein Schnelltest in der Nähe der Veranstaltungsstätte angeboten wird. Das größte Hindernis sind die erwarteten Kosten. 46 Prozent sind nicht bereit, dafür zu zahlen. 14 Prozent sind sich noch unsicher.

14.5 Diskussion und Management-Implikationen

Was können Manager aus den bisherigen Ausführungen lernen? Unsere Forschungsfrage lautete, wie es Sportevent-Organisatoren möglich ist, die Furcht vor einer Bedrohung mit geeigneten Mitteln abzumildern. Mit Hilfe des theoretischen Rahmens konnten Faktoren identifizieren, die hier allgemeingültig sind:

- Effektivität („Response Efficacy“): Die angebotene Maßnahme zur Reduzierung der Furcht muss von den zu Schützenden als wirksam eingeschätzt werden. Trägt sie beispielsweise dazu bei, das Risiko, sich mit dem Virus zu infizieren, signifikant zu verringern?

- Selbstwirksamkeit („Self-efficacy“): Personen, die sich fürchten, müssen in der Lage sein, die notwendige Schutzmaßnahme selbst durchzuführen. Es muss ihnen also möglich sein, ein gewisses Maß an Kontrolle auszuüben. In dem von uns betrachteten Fall bedeutete dies, ob es ihnen möglich war, ein Testzentrum in dem erforderlichen Zeitrahmen aufzusuchen.
- Kosten („Response Costs“): Die anfallenden Kosten können unerschwinglich hoch sein und daher ein Grund dafür sein, dass Menschen sich weigern, die notwendigen Schutzmaßnahmen zu ergreifen. Die Kosten sind monetärer, aber auch zeitlicher Natur (Wartezeit, Suchkosten).

Sportevent-Organisatoren sollten diese Faktoren daher immer im Blick behalten, wenn sie mit der konkreten Planung von furchtreduzierenden Maßnahmen beginnen. Es ist möglich, dass eine an sich wirksame Schutzmaßnahme in der Umsetzung an der negativen Ausprägung der beiden anderen Faktoren scheitert. Die empirische Studie hat z. B. gezeigt, dass vor allem die Kosten als problematisch angesehen werden. Wünschenswert wäre es daher, die Corona-Schnelltests kostenlos anzubieten, wie es während des Erhebungszeitraums der Fall war, und die Abläufe in den Testzentren weiter zu rationalisieren, um so die Hürden, sich testen zu lassen, für die potenziellen Zuschauer weiter zu senken. Die Organisatoren von Sportevents sollten zudem überlegen, ob sie die Testkosten selbst übernehmen oder erstatten würden, wenn die Corona-Schnelltests nicht mehr generell kostenfrei angeboten werden.

Die Selbstwirksamkeit schien im Sommer und Herbst 2021 kein Hindernis zu sein, wie unsere Auswertung der Daten zeigt. Allerdings war zu dieser Zeit die Testinfrastruktur sehr gut ausgebaut, so dass es sehr einfach war, einen Testtermin in der Nähe des Wohnortes oder des Arbeitsplatzes zu buchen. Die Organisatoren von Sportveranstaltungen sollten daher die Möglichkeit in Betracht ziehen, bei einer Verschlechterung des Angebots selbst ein Testzentrum in der Nähe des Veranstaltungsortes einzurichten, z. B. in Zusammenarbeit mit einem Unternehmen, das nachweislich in der Lage ist, Tests schnell und effizient durchzuführen.

Wie kann die Furcht durch Sportevent-Organisatoren signifikant reduziert werden? Die Determinanten der Furcht sind, wie wir festgestellt haben, der Schweregrad der Bedrohung und die Wahrscheinlichkeit, mit der jemand sich selbst als verwundbar einschätzt. Das Management sollte sich hier vor allem auf die zweite Determinante, die wahrgenommene Verwundbarkeit („Threat Vulnerability“), konzentrieren: Die Einführung obligatorischer Corona-Tests sollte genau diese senken. Das hat in unserer Befragung gut funktioniert, was Sportevent-Organisatoren ermutigen sollte, diesen Weg ebenfalls zu gehen. Es zeigt sich aber auch,

dass nicht bei allen Zuschauern die verpflichtenden Corona-Tests den gewünschten Effekt haben. Die Gründe dafür müssten in einem nächsten Schritt eruiert werden. Eine Kampagne zur Aufklärung über die Vorteile des Tests könnte helfen. Die Organisatoren von Sportveranstaltungen könnten zu diesem Zweck geeignete Testimonials engagieren. Einschränkend ist zudem festzuhalten, dass der Großteil der Befragten sich vor einer Ansteckung mit Sars-CoV-2 nicht besonders stark fürchtete, vermutlich, weil viele von ihnen schon geimpft waren (83 Prozent). Das würde auch dafür sprechen, laufende Impfkampagnen politischer Institutionen bzw. der Krankenkassen positiv zu unterstützen: Geimpfte Personen fürchten sich wahrscheinlich weniger vor einer Ansteckung.

14.6 Fazit und Ausblick

Ängste spielen eine wichtige Rolle, wenn Käufer ihre Entscheidungen treffen. Umso wichtiger ist es, die unterschiedlichen Formen der Angst zu kennen. In dieser Arbeit konnten vier Formen der Angst identifiziert werden, die sich hinsichtlich des Objektbezugs und des Angstauslösers unterscheiden.

Jede Angstform hat sicherlich eine Relevanz für das Sportmarketing; es wurde hier entschieden, sich der „Furcht“ zu widmen, da sie wohl als am besten managebar erscheint: Sie ist nicht pathologisch und damit eher einer rationalen Argumentation zugänglich. Der Objektbezug ist gegeben, d. h. die Gefahrenquelle ist eindeutig, und die Bedrohung kommt von außen – so wie bei SARS-CoV-2.

„Furcht“ konnte mit Hilfe der Appraisal-Theorien gut erfasst werden. Es sind gedankliche Prozesse, die das Gefühlserleben auslösen, in diesem Fall der sogenannte „Threat Appraisal“. Darauf folgt der „Coping Appraisal“, mit dem der Gefährdete abschätzt, was eine sinnvolle Reaktion auf die Bedrohung ist. Wie sollte er handeln? Sportevent-Organisatoren können daraus lernen, da die drei Determinanten des „Coping Appraisals“ (Response Efficacy, Self-efficacy und Response Costs) allgemeingültig sind: So sollte es ihnen möglich sein, für ihr Umfeld spezifische Lösungen zu entwickeln, die von den meisten Zuschauern angenommen werden – nicht nur speziell für Infektionskrankheiten wie SARS-CoV-2, sondern auch für andere Bedrohungen wie z. B. Terrorismus oder Fan-gewalt.

In der empirischen Untersuchung wurden die bisherigen theoretischen Ausführungen praktisch angewandt: Wie wirkt sich die Furcht vor SARS-CoV-2 auf diejenigen aus, die als Zuschauer einem sportlichen Wettkampf beiwohnen möchten? Was kann ein Unternehmen tun, um die Furcht weitestgehend zu mildern,

sodass die Zuschauerzahl sich signifikant erhöht? Die Datenanalyse erfolgte in diesem Artikel deskriptiv, in einem weiteren Schritt der Auswertung sollte nun auch eine inferenzstatistische Analyse folgen. Empirischen Untersuchungen wie dieser müssten selbstverständlich noch viele weitere folgen, um dem Phänomen der Angst in einem sportmarketingrelevanten Kontext gerecht zu werden: So könnte z. B. auch die Frage genauer untersucht werden, welche Rolle die anderen Formen der Angst spielen, beispielsweise die Phobien oder die Erwartungsangst.

Festzuhalten bleibt: Ängste sind menschliche Basisemotionen, die das Käuferverhalten unter gewissen Umständen stark bestimmen. Sportmarketer sollten daher unbedingt verstehen, welche Möglichkeiten sie haben, den Kaufprozess in einem solchen Kontext positiv zu beeinflussen.

Literaturverzeichnis

- Aaker, D. A. / Kumar, V. / Leon, R. P. / Day, G. S. (2013): *Marketing research*, Hoboken: Wiley.
- Ahorsu, D. K. / Lin, C. Y. / Imani, V. / Saffari, M. / Griffiths, M. D. / Pakpour, A. H. (2020): The Fear of COVID-19 Scale: Development and Initial Validation. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 18, DOI: <https://doi.org/10.1007/s11469-020-00270-8>.
- Babcicky, P. / Seebauer, S. (2019): Unpacking Protection Motivation Theory: evidence for a separate protective and non-protective route in private flood mitigation behavior. *Journal of Risk Research*, 22 (12), S. 1503–1521, DOI: <https://doi.org/10.1080/13669877.2018.1485175>.
- Berry, L. L. / Danaher, T. S. / Aksoy, L. / Keiningham, T. L. (2020): Service Safety in the Pandemic Age. *Journal of Service Research*, 23 (4), S. 391–395, DOI: <https://doi.org/10.1177/1094670520944608>.
- Betschka, J. / Perdoni, S. / Salmen, I. (2021): Berliner Corona-Regeln im Detail – das gilt aktuell vom 20. Mai 2021, in: *Der Tagesspiegel*., URL: <https://www.tagesspiegel.de/berlin/kontakte-testpflicht-sport-berliner-corona-regeln-im-detail-das-gilt-aktuell/26844030.html> (Abruf am 6. Juni 2021).
- Boss, S. R. / Galletta, D. F. / Lowry, P. B. / Moody, G. D. / Polak, P. (2015): What Do Systems Users Have to Fear? Using Fear Appeals to Engender Threats and Fear that Motivate Protective Security Behaviors. *MIS Quarterly*, 39 (4), S. 837–864, DOI: <https://doi.org/10.25300/MISQ/2015/39.4.5>.
- Bundestag (2021): Viertes Gesetz zum Schutz der Bevölkerung bei einer epidemischen Lage von nationaler Tragweite, URL: https://www.bundesgesundheitsministerium.de/fileadmin/Dateien/3_Downloads/Gesetze_und_Verordnungen/GuV/B/4_BevSchG_BGBL.pdf (Abruf am 6. Juni 2021).
- Dehne, M. (2017): *Soziologie der Angst Konzeptuelle Grundlagen, soziale Bedingungen und empirische Analysen*, Wiesbaden: Springer VS.
- Einsiedler, M. (2021): Sie wollen doch nur laufen: Der Berlin-Marathon soll in diesem Jahr stattfinden. Das Hygienekonzept des Veranstalters sieht strikte Maßnahmen vor vom 8. Juni 2021, in: *Der Tagesspiegel*, S. 21.

- Floyd, D. L. / Prentice-Dunn, S. / Rogers, R. W. (2000): A Meta-Analysis of Research on Protection Motivation Theory. *Journal of Applied Social Psychology*, 30 (2), S. 407–429, DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2000.tb02323.x>.
- Freud, S. (2021a): Vorlesungen zur Einführung in die Psychoanalyse: Die Angst, URL: <https://www.projekt-gutenberg.org/freud/vorles1/chap025.html> (Abruf am 6. Juni 2021).
- Freud, S. (2021b): Das Unbehagen in der Kultur, URL: <https://www.projekt-gutenberg.org/freud/unbehag/unbehag.html> (Abruf am 6. Juni 2021).
- Freud, S. (2021c): Das Ich und das Es: Das Ich und das Über-Ich (Ichideal), URL: <https://www.projekt-gutenberg.org/freud/ichundes/chap003.html> (Abruf am 6. Juni 2021).
- Furedi, F. (2018): *How Fear Works: Culture of Fear in the Twenty-First Century*, London: Bloomsbury Continuum.
- Giddens, A. (1991): *Modernity and Self-Identity*, Stanford: Polity.
- Han, S. / Lerner, J. S. / Keltner, D. (2007): Feelings and Consumer Decision Making: The Appraisal-Tendency Framework. *Journal of Consumer Psychology*, 17 (3), S. 158–168, DOI: [https://doi.org/10.1016/S1057-7408\(07\)70023-2](https://doi.org/10.1016/S1057-7408(07)70023-2).
- Izard, C. (1994): *Die Emotionen des Menschen*, 3. Aufl., Weinheim: Beltz PVU.
- Johnston, C. A. / Warkentin, M. / Siponen, M. (2015): An Enhanced Fear Appeal Rhetorical Framework. *MIS Quarterly*, 39 (1), S. 113–134, URL: <https://www.jstor.org/stable/10.2307/26628343> (Abruf am 6. Juni 2021).
- Kroeber-Riel, W. / Gröppel-Klein, A. (2013): *Konsumentenverhalten*, 10. Aufl., München: Vahlen.
- Kuß, A. / Wildner, R. / Kreis, H. (2014): Querschnittsuntersuchungen, in: Kuß, A. / Wildner, R. / Kreis, H. (Hrsg.): *Marktforschung*, Wiesbaden: Springer Gabler, S. 63–158.
- Lazarus, R. S. (1991): *Emotion and adaptations*, New York: Oxford University Press.
- Lerner, J. S. / Keltner, D. (2001): Fear, anger, and risk. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81 (1), S. 146–159, DOI: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.81.1.146>.

- Maddux, J. E. / Rogers, R. W. (1983): Protection Motivation and Self-Efficacy: A Revised Theory of Fear Appeals and Attitude Change. *Journal of Experimental Social Psychology*, 19 (5), S. 469–479, DOI: [https://doi.org/10.1016/0022-1031\(83\)90023-9](https://doi.org/10.1016/0022-1031(83)90023-9).
- Maslow, A. (1987): *Motivation and Personality*, Illinois: Pearson Longman.
- Nietzsche, F. (1999): *Menschliches, Allzumenschliches*, 7. Aufl., München: dtv.
- Notzon, S. (2018): Angst und Angsterkrankungen – Klinische Erscheinungsformen, in: Zwanzger, P. (Hrsg.): *Angst: Medizin. Psychologie. Gesellschaft*, Berlin: Medizinisch Wissenschaftliche Verlagsgesellschaft, S. 100–115.
- Plutchik, R. E. (2003): *Emotions and Life. Perspectives from Psychology, Biology, and Evolution*, Washington: American Psychological Association.
- Rice, S. M. / Gwyther, K. / Santesteban-Echarri, O. / Baron, D. / Gorczynski, P. / Gouttebauge, V. / Reardon, C. L. / Hitchcock, M. E. / Hainline, B. / Purcell, R. (2019): Determinants of anxiety in elite athletes: a systematic review and meta-analysis. *British Journal of Sports Medicine*, 53, S. 722–730, DOI: <https://doi.org/10.1136/bjsports-2019-100620>.
- RKI (Robert Koch-Institut) (2021): Epidemiologischer Steckbrief zu SARS-CoV-2 und COVID-19 vom 19. April 2021, URL: https://www.rki.de/DE/Content/InfAZ/N/Neuartiges_Coronavirus/Steckbrief.html (Abruf am 6. Juni 2021).
- Rogers, R. W. (1975): A Protection Motivation Theory of Fear Appeals and Attitude Change. *Journal of Psychology*, 91 (1), S. 93–114, DOI: <https://doi.org/10.1080/00223980.1975.9915803>.
- Rogers, R. W. / Prentice-Dunn, S. (1997): Protection motivation theory, in: Gochman, D. S. (Hrsg.): *Handbook of health behavior research I: Personal and social*, New York: Plenum Press., S. 113–132.
- Roseman, I. J. (1991): Appraisal determinants of discrete emotions. *Cognition and Emotion*, 5 (3), S. 161–200, DOI: <https://doi.org/10.1080/02699939108411034>.
- Tanner, Jr., J. F. / Hunt, J. B. / Eppright, D. R. (1991): The Protection Motivation Model: A Normative Model of Fear Appeals. *Journal of Marketing*, 55 (3), URL: <https://www.jstor.org/stable/1252146>, S: 36–45 (Abruf am 6. Juni 2021).

Witte, L. (2023): Wie sich die Zuschauerzahlen im Hallensport seit der Pandemie entwickeln vom 11. Februar 2023, in: RBB24, URL: <https://www.rbb24.de/sport/beitrag/2023/02/berlin-hallensport-zuschauer-entwicklung-pandemie-basketball-handball-volleyball-eishockey.html> (Abruf am 16. August 2023).

***Der Heimvorteil in der Fußball-Bundesliga –
Empirische Analyse zur Entwicklung des
Heimvorteils nach den pandemiebedingten
Geisterspielen***

Gerd Nufer / Aisha Stickel

Autorenkontakt

Prof. Dr. Gerd Nufer

Professor für Betriebswirtschaftslehre mit den Schwerpunkten Marketing,
Handel und Sportmanagement an der ESB Business School der Hochschule
Reutlingen

E-Mail: gerd.nufer@reutlingen-university.de

Abstract

In diesem Beitrag wird der Einfluss von Zuschauern nach den pandemiebedingten Geisterspielen auf den Heimvorteil in der ersten Fußball-Bundesliga analysiert. Für die empirische Untersuchung werden die fünf Spielzeiten 2017/18 bis 2021/22 betrachtet. Während in der Geisterspielphase in der Saison 2019/20 der Heimvorteil vollständig verschwand, stieg der Heimvorteil in der zweiten Geisterspielphase in der Saison 2020/21 mit der Zeit wieder auf vorpandemisches Niveau an. In der Saison 2021/22 ist nach einer kurzen Phase mit eingeschränkten Zuschauerkapazitäten ein signifikant größerer Heimvorteil als in der Zeit vor der Pandemie zu beobachten. Der überdurchschnittlich positive Effekt der Zuschauer in dieser letzten Phase verschwindet mit der Zeit trotz steigender Zuschauerzahlen. Der Einfluss von Fans auf den Heimvorteil ist insgesamt insbesondere auf psychologische Effekte auf die Spieler der Heimmannschaften zurückzuführen.

Inhalt

Abstract.....	334
Abbildungsverzeichnis.....	336
Tabellenverzeichnis.....	336
15.1 Einleitung	337
15.2 Theoretische Grundlagen	338
15.2.1 Gründe für den Heimvorteil im professionellen Sport.....	338
15.2.2 Forschungshypothesen	339
15.3 Empirische Analyse	340
15.3.1 Daten und Variablen	340
15.3.2 Deskriptive Statistik	343
15.3.3 Methodik	344
15.4 Ergebnisse	345
15.4.1 Regressionsanalyse	345
15.4.2 Robustheitschecks.....	347
15.5 Diskussion.....	351
15.6 Fazit	352
Literaturverzeichnis	354

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Die Auslastung der Stadien in den Bundesliga-Spielzeiten 2017/18 bis 2021/22	341
Abbildung 2:	Die Spielergebnisse der Fußball-Bundesliga während unterschiedlicher Kapazitätsbeschränkungen	343
Abbildung 3:	Die Punktedifferenzen zwischen Heim- und Auswärtsmannschaften während unterschiedlicher Kapazitätsbeschränkungen	344

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Der Einfluss von Zuschauern auf den Heimvorteil	346
Tabelle 2:	Der Einfluss von Zuschauern auf den Heimvorteil unter Berücksichtigung der Zeit	347
Tabelle 3:	Robustheitscheck – Der Einfluss von Zuschauern auf den Heimvorteil unter Berücksichtigung der Zeit.....	348
Tabelle 4:	Robustheitscheck – Der Einfluss von Zuschauern auf Schiedsrichterentscheidungen.....	349
Tabelle 5:	Robustheitscheck – Der Einfluss von Zuschauern auf die Teamperformance.....	350

15.1 Einleitung

Im Sport spricht man von einem Heimvorteil, wenn die Wahrscheinlichkeit, einen Wettkampf zu gewinnen, in heimischer Umgebung größer ist als auswärts. Im Teamsport liegt bei gleichmäßiger Verteilung von Heim- und Auswärtsspielen ein Heimvorteil vor, wenn Heimmannschaften mehr als die Hälfte der Spiele gewinnen (ohne unentschiedene Spiele).¹ Der relative Vorteil von Heim- gegenüber Auswärtsteams im Sport ist in zahlreichen Studien belegt. Obwohl in seltenen Fällen auch in Individualsportarten ein Heimvorteil zu beobachten ist, ist ein solcher besonders im professionellen Mannschaftssport ausgeprägt.² Ein großer Teil der Studien zum Heimvorteil widmet sich hierbei dem professionellen Fußball.³

Einer der Faktoren, der einem Heimvorteil theoretisch als Grund zugeschrieben wird, ist die Unterstützung der Heimmannschaft durch die Zuschauer.⁴ Durch die Spiele, die im Zuge der Covid-19-Pandemie ohne Publikum oder in teilbesetzten Stadien ausgetragen wurden, lässt sich erstmals durch ein natürliches Experiment der Einfluss von Zuschauern auf die Wahrscheinlichkeit eines Heimgewinns isoliert betrachten. Während sich bereits zahlreiche Studien mit den sogenannten „Geisterspielen“ im Profifußball beschäftigt haben, gibt es nach Kenntnisstand der Autoren bisher keine Studien, die auch die Zeit nach den pandemiebedingten Geisterspielen und somit den Einfluss von teilbesetzten Stadien und steigenden Zuschauerzahlen umfassend betrachten.⁵

Dieser Beitrag fokussiert daher auf die Entwicklung des Heimvorteils nach den pandemiebedingten Geisterspielen in der Fußball-Bundesliga. Betrachtet werden hierfür die fünf Spielzeiten 2017/18 bis 2021/22. Zur Klärung der Forschungsfrage, welchen Einfluss die sich verändernden Zuschauerzahlen während und nach der Covid-19-Pandemie auf den Heimvorteil in der Fußball-Bundesliga haben, wird in der empirischen Analyse sowohl der Heimvorteil während der

¹ Vgl. Courneya / Carron (1992), S. 13.

² Vgl. Carron et al. (2005), S. 395 ff.; Courneya / Carron (1992), S. 23; Jamieson (2010), S. 1828 ff.; Jones (2013), S. 397; Nevill / Holder (1999), S. 233 ff.; Pollard et al. (2017), S. 594 f.

³ Vgl. Pollard (2008), S. 12 ff.; Pollard / Gómez (2014), S. 218 ff.; Pollard / Pollard (2005), S. 28 ff.

⁴ Vgl. Courneya / Carron (1992), S. 15.

⁵ Ein Überblick über die Studien, die den Heimvorteil in verschiedenen Fußballligen während der pandemiebedingten Geisterspiele untersuchen, findet sich z. B. in Follert et al. (2020), S. 28 ff. oder Leitner et al. (2022), S. 1 ff.

Geisterspiele als auch während der Spiele danach vergleichend zu den Spielen vor der Pandemie untersucht.

15.2 Theoretische Grundlagen

Im Folgenden sollen zunächst die dem Heimvorteil im Profisport theoretisch zugrunde liegenden Faktoren erläutert werden. Im Anschluss werden die Forschungshypothesen zur Entwicklung des Heimvorteils während und nach den pandemiebedingten Geisterspielen formuliert.

15.2.1 Gründe für den Heimvorteil im professionellen Sport

Es gibt verschiedene Faktoren, die für den Heimvorteil im professionellen Sport verantwortlich gemacht werden. Zunächst können verschiedene psychologische oder hormonelle Unterschiede zwischen den Heim- und Auswärtsmannschaften festgestellt werden. Mannschaften haben ein gesteigertes Selbstvertrauen, mehr Energie und eine geringere Anspannung, wenn ein Spiel im heimischen Stadion ausgetragen wird.⁶ Dies wiederum kann zu einer höheren Leistungsfähigkeit führen.⁷ Des Weiteren lassen sich aufgrund von Territorialverhalten höhere Testosteronwerte bei Spielern der Heimmannschaften messen.⁸

Ein weiterer Faktor, der den Heimvorteil begründen kann, ist die Vertrautheit der Heimmannschaft mit der Umgebung, so z. B. dem Stadion oder dem Spielfeld. Auch verschiedene Reisefaktoren können die Gewinnwahrscheinlichkeit beeinflussen. Die Reiseentfernung, die Dauer der Reise, die gewählten Verkehrsmittel und die mit der Reise einhergehende Erschöpfung können zu geringerer Leistung bei Auswärtsspielen führen.⁹

Speziell für die empirische Untersuchung in dieser Arbeit relevant ist der Faktor Zuschauer. Diesen kann theoretisch durch ihre motivierende Wirkung auf die Spieler der Heimmannschaft ein Einfluss auf die Gewinnwahrscheinlichkeit zugeschrieben werden.¹⁰ Neben den Auswirkungen auf die Leistung der Spieler können Zuschauer zudem eine beeinflussende Wirkung auf Schiedsrichter und

⁶ Vgl. Terry et al. (1998), S. 34.

⁷ Vgl. Woodman / Hardy (2003), S. 443 ff.

⁸ Vgl. Neave / Wolfson (2003), S. 273 f.

⁹ Vgl. Courneya / Carron (1992), S. 15; Pollard (2008), S. 12.

¹⁰ Vgl. Courneya / Carron (1992), S. 15; Nevill / Holder (1999), S. 227 ff.; Waters / Lovell (2002), S. 46.

deren Entscheidungen ausüben.¹¹ Durch die in den Saisons 2019/20 und 2020/21 in der Fußball-Bundesliga aufgrund der Covid-19-Pandemie ausgetragenen Geisterspiele und durch die Restriktionen hinsichtlich zugelassener Zuschauerzahlen in der Saison 2021/22 lässt sich der Effekt von Zuschauern auf den Heimvorteil erstmals isoliert und umfassend betrachten.

15.2.2 Forschungshypothesen

In der empirischen Analyse wird zunächst die Auswirkung der ersten Geisterspielphase (Saison 2019/20) auf den Heimvorteil in der Fußball-Bundesliga untersucht. Erwartet wird hier gemäß den Ergebnissen bisheriger Studien, dass der Heimvorteil vollständig verschwindet.¹² Als theoretische Erklärung kann hier angeführt werden, dass der plötzliche Wegfall vieler Zuschauer mit einem hohen psychologischen Effekt auf die Spieler verbunden ist. Der Effekt der ersten Geisterspielphase hängt somit insbesondere mit den vorpandemischen Zuschauerzahlen zusammen.¹³ Diese Relevanz von Referenzpunkten findet sich auch in der Verhaltensökonomik wieder.¹⁴

Hypothese 1: Der Heimvorteil in der Fußball-Bundesliga verschwindet während der ersten Geisterspielphase.

In der zweiten Spielphase ohne Zuschauer (Saison 2020/21) dagegen wird, wie bereits durch Fischer und Haucap gezeigt wurde, erwartet, dass der negative Effekt mit der Zeit abnimmt.¹⁵ Weil zu Beginn der Saison kurzzeitig geringe Zuschauerermengen erlaubt waren, ist bei einem erneuten Zuschauerverbot mit einer negativen Auswirkung auf den Heimvorteil zu rechnen. Aufgrund des Gewöhnungseffektes in Kombination mit dem langen Zeitraum der Geisterspielphase ist jedoch davon auszugehen, dass die Spieler sich an die leeren Zuschauerränge gewöhnen und somit der negative Effekt mit der Zeit verschwindet.¹⁶

Hypothese 2: In der zweiten Geisterspielphase steigt der Heimvorteil mit der Zeit auf vorpandemisches Niveau.

Der eigentliche Fokus der Arbeit soll auf die Entwicklung des Heimvorteils bei steigenden Zuschauerzahlen nach den pandemiebedingten Geisterspielen

¹¹ Vgl. Dohmen (2008), S. 411; Garicano et al. (2005), S. 208; Nevill et al. (2002), S. 261.

¹² Vgl. Dilger / Vischer (2020), S. 17 ff.; Fischer / Haucap (2021), S. 992; Hill / van Yperen (2021), S. 6; Santana et al. (2021), S. 2 f.; Tilp / Thaller (2020), S. 6.

¹³ Vgl. Fischer / Haucap (2021), S. 1000.

¹⁴ Vgl. Kahneman / Tversky (1979), S. 263 ff.

¹⁵ Vgl. Fischer / Haucap (2022), S. 294.

¹⁶ Vgl. z. B. Odermatt / Stutzer (2019), S. 245 ff.

gerichtet werden. Dadurch, dass die Spieler sich mit der Zeit an die Geisterspiele gewöhnen, sollte der positive Effekt selbst geringerer Zuschauermengen direkt im Anschluss an die Geisterspiele signifikant größer sein als vor der Pandemie. Relevant für diese Überlegungen sind die jeweiligen Referenzpunkte: Die Zuschauerzahlen vor der Pandemie waren auf einem konstant hohen Niveau, wodurch die Spieler die Unterstützung durch die Fans gewohnt waren. Unmittelbar nach den Geisterspielen jedoch sollte ein Anstieg der Zuschauerzahlen durch den Vergleich zu zuschauerlosen Spielen einen höheren psychologischen Effekt haben.

Hypothese 3: Unmittelbar nach den pandemiebedingten Geisterspielen existiert selbst in teilbesetzten, zuschauerkapazitätsbeschränkten Stadien ein größerer Heimvorteil als in der Zeit vor der Pandemie.

Es ist jedoch davon auszugehen, dass der überdurchschnittlich hohe Effekt von nur kurzzeitiger Dauer ist. Es wird also auch hier angenommen, dass ein Gewöhnungseffekt eintritt und sich der Heimvorteil mit der Zeit wieder dem vorpandemischen Niveau annähert.¹⁷

Hypothese 4: Mit zunehmender Kapazitätsauslastung der Stadien, d. h. trotz steigender Zuschauerzahlen, verschwindet der größere Heimvorteil im Zeitablauf wieder und es existiert ein vergleichbarer Heimvorteil wie in der Zeit vor der Pandemie.

15.3 Empirische Analyse

Der Einfluss von Zuschauern auf den Heimvorteil soll nun empirisch untersucht und die im vorigen Abschnitt genannten Forschungshypothesen geprüft werden. Nach einem kurzen Überblick über die verwendeten Daten und Variablen wird die Entwicklung des Heimvorteils in der Fußball-Bundesliga zunächst deskriptiv dargestellt und die Methoden der empirischen Analyse beschrieben.

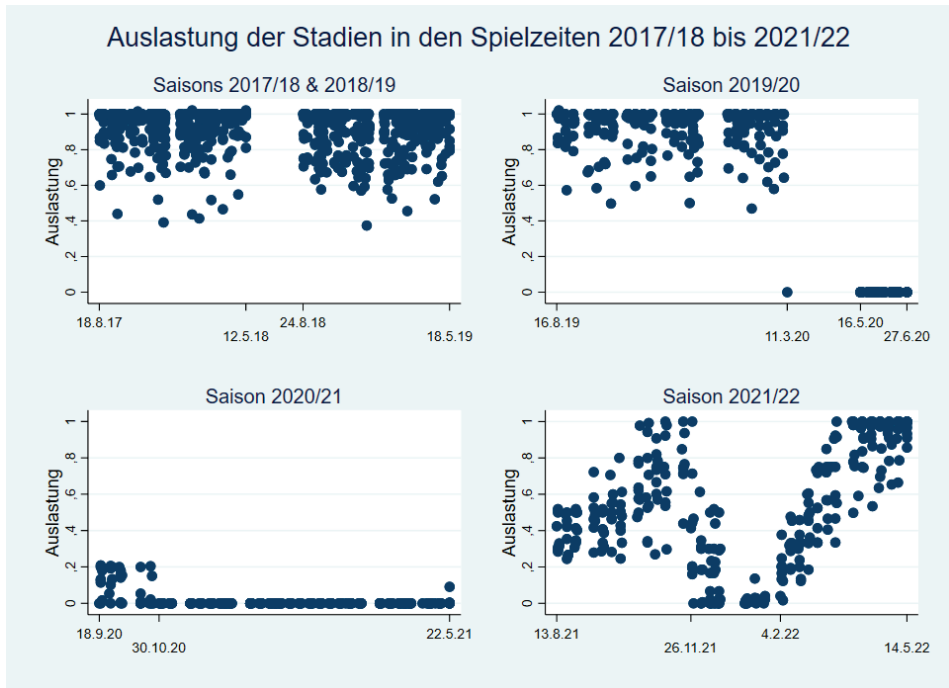
15.3.1 Daten und Variablen

Der der empirischen Untersuchung zugrunde liegende Datensatz umfasst alle Spiele der Fußball-Bundesliga in den fünf Spielzeiten 2017/18 bis 2021/22 ($N =$

¹⁷ Vgl. z. B. Odermatt / Stutzer (2019), S. 245 ff.

1.530).¹⁸ Entsprechend der in Abbildung 1 abgebildeten Auslastungen der Stadien wurden die Spiele in sieben verschiedene Phasen eingeteilt.

Abbildung 1: Die Auslastung der Stadien in den Bundesliga-Spielzeiten 2017/18 bis 2021/22



Die erste Phase („Vor der Pandemie“) umfasst die Spiele mit konstanter ZuschauerAuslastung in der Zeit vor der Pandemie (Saisons 2017/18 und 2018/19 bis einschließlich den 25. Spieltag der Saison 2019/20). In der Saison 2019/20 fand am 11. März 2020 das erste pandemiebedingte Geisterspiel statt. Nach einer ca. zweimonatigen Pause wurden die restlichen Spiele der Saison ohne Zuschauer ausgetragen. Insgesamt gab es in dieser ersten Geisterspielphase („Geisterspiele 1“) 83 Geisterspiele. Zu Beginn der Saison 2020/21 gab es eine kurze Phase, in der geringe Zuschauermengen zugelassen wurden („Zuschauer 1“), ab dem 6. Spieltag jedoch wurde der Rest der Saison – mit Ausnahme des letzten Spieltags – vor leeren Zuschauerrängen gespielt („Geisterspiele 2“).

¹⁸ Der generierte Datensatz enthält Informationen aus mehreren Quellen sowie eigene Berechnungen. Die Spieldaten sind unter football-data.co.uk verfügbar, durchschnittliche Marktwerte, Stadionkapazitäten und Trainerwechsel unter transfermarkt.de. Der Spieltag und spieltagesaktuelle Zuschauerzahlen je Stadion sind unter kicker.de zu finden. Anstoßzeiten und spieltagesaktuelle Tabellenplätze sind unter fussball.de abrufbar.

Diese zweite Geisterspielphase umfasst 261 Spiele. Die Saison 2021/22 lässt sich in drei weitere Phasen unterteilen: In der ersten Phase stiegen die Zuschauerzahlen konstant an („Zuschauer 2“), über den Winter folgte erneut eine kurze Phase mit stärkeren Kapazitätsbeschränkungen und vereinzelt Geisterspielen („Beschränkung“), bis ab dem 21. Spieltag die Zuschauerzahlen erneut anstiegen („Zuschauer 3“). Die Stadionauslastung der letzten Spieltage der Saison 2021/22 ist vergleichbar mit der Auslastung in den vorpandemischen Spielzeiten.

Für die Messung des Heimvorteils wurden drei alternative Variablen gebildet. Zwei Dummy-Variablen dienen als Indikatoren für einen Heim- bzw. Auswärtsgewinn, die dritte Variable gibt die Punktedifferenz (Punkte der Heimmannschaft – Punkte der Auswärtsmannschaft) wieder und berücksichtigt auch unentschiedene Spiele. Diese Variable kann drei Werte annehmen – den Wert -3 für einen Auswärtssieg, den Wert 0 für ein unentschiedenes Spiel und den Wert 3 für einen Heimsieg.¹⁹ Eine kategoriale Variable unterteilt die Spiele in die oben beschriebenen sieben Phasen, daraus abgeleitete Dummy-Variablen dienen als Indikatoren für Spiele in den jeweiligen Phasen und werden für die empirische Analyse benötigt.

Die verwendeten Kontrollvariablen können vier Kategorien zugeordnet werden: der Teamqualität, geographischen, spielspezifischen und stadionspezifischen Faktoren.²⁰ Die Teamqualität wird durch die Differenz zwischen den durchschnittlichen Marktwerten (in Mio. Euro) und die Differenz zwischen den spieltagesaktuellen Tabellenplätzen approximiert. Zu den geographischen Faktoren zählen die Entfernung zwischen den Stadien der Heim- und Auswärtsmannschaft (Luftlinie in km) sowie der absolute Höhenunterschied zwischen den Stadien (Höhe der Stadien in m über dem Meeresspiegel). Die Entfernung zwischen den Stadien wird hierbei als Indikator für die Dauer der Reise verwendet. Die spielspezifischen Informationen enthalten Dummy-Variablen für neue Trainer der Heim- und Auswärtsteams, wobei hier die ersten drei Bundesliga-Spiele unter einem neuen Trainer bei einem Trainerwechsel in der laufenden Saison berücksichtigt wurden. Als Derbies zählen alle Spiele, bei denen die Entfernung zwischen den Stadien kleiner als 50 km ist und Spiele gelten als unter der Woche ausgetragen, wenn sie zwischen Dienstag und Donnerstag stattfinden. Ein Spiel wird zudem als Spiel mit spätem Anpfiff eingeordnet, wenn der Anpfiff nach 18 Uhr erfolgte. In die Kategorie der stadionspezifischen Informationen schließlich fallen eine Dummy-Variable, die die Existenz einer Laufbahn erfasst, der Anteil der Stehplätze und die Stadionkapazität. Die Differenzen wurden dabei jeweils durch Subtraktion der

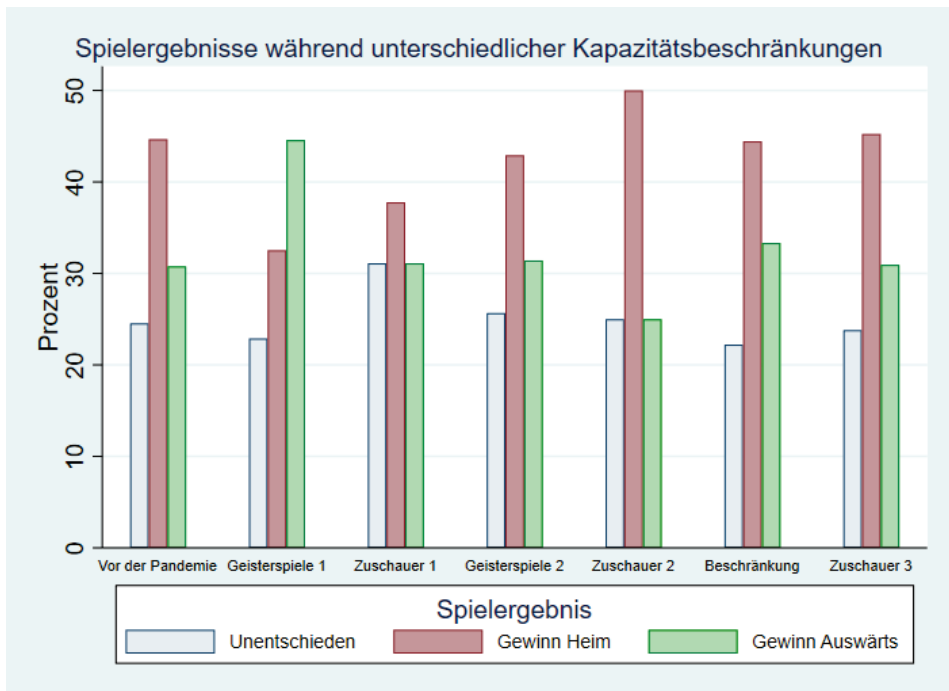
¹⁹ Vgl. Fischer / Haucap (2021), S. 986.

²⁰ Vgl. ebd., S. 988 f.

Daten der Auswärts- von jenen der Heimmannschaft gebildet. Des Weiteren wurden Variablen, die verschiedene Spieldaten wiedergeben, für spätere Robustheitschecks gebildet.²¹

15.3.2 Deskriptive Statistik

Abbildung 2: Die Spielergebnisse der Fußball-Bundesliga während unterschiedlicher Kapazitätsbeschränkungen



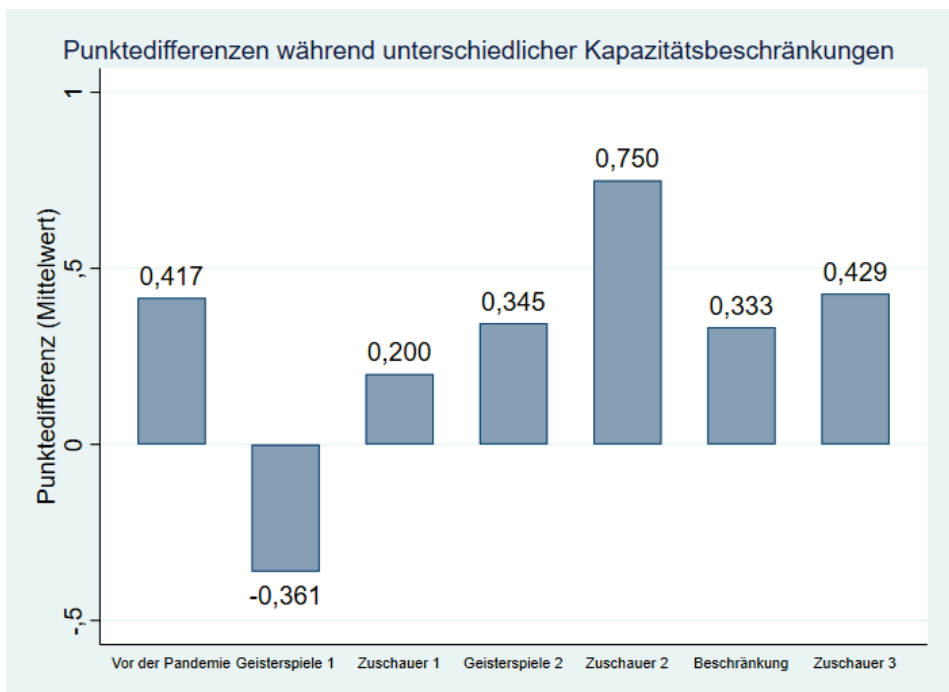
Die Entwicklung des Heimvorteils über die verschiedenen Phasen wird im Folgenden zunächst deskriptiv veranschaulicht. In Abbildung 2 sind die Spielergebnisse während der sieben unterschiedlichen Phasen abgebildet. Es ist hier zu erkennen, dass zumindest deskriptiv die Hypothesen bestätigt werden können. In der Zeit vor der Pandemie ist ein Heimvorteil mit mehr Heim- als Auswärtssiegen zu erkennen. Während es in der ersten Geisterspielphase sogar mehr Auswärts- als Heimsiege zu verzeichnen gibt, scheint sich in der zweiten Geisterspielphase ein Gewöhnungseffekt abzuzeichnen. In der Zeit nach der zweiten

²¹ Vgl. ebd., S. 996 ff.

Phase ohne Zuschauer ist zunächst ein Anstieg des Heimvorteils zu beobachten, mit der Zeit jedoch nähert sich das Niveau dem vorpandemischen Niveau an. Unentschiedene Spiele sind über die Zeit relativ konstant.

Bei der Betrachtung der Mittelwerte der Punktedifferenzen in Abbildung 3 ist der bereits beschriebene Trend noch deutlicher zu erkennen. Ist der Mittelwert der Punktedifferenz größer als Null, liegt ein Heimvorteil vor. Auch hier lässt sich deskriptiv beobachten, dass in der ersten Geisterspielphase der Heimvorteil vollständig verschwindet, wohingegen er in der zweiten Geisterspielphase wieder existiert. Es ist zudem klar zu erkennen, dass in der Zeit unmittelbar nach der zweiten Phase mit leeren Zuschauerrängen der Heimvorteil stark ansteigt und sich im Anschluss an vorpandemisches Niveau annähert.

Abbildung 3: Die Punktedifferenzen zwischen Heim- und Auswärtsmannschaften während unterschiedlicher Kapazitätsbeschränkungen



15.3.3 Methodik

Zur empirischen Untersuchung der Entwicklung des Heimvorteils nach den pandemiebedingten Geisterspielen wurden verschiedene Regressionsanalysen nach folgender Gleichung durchgeführt:

$$Y_{it} = \beta_0 + \text{Phasen}'_t\beta_1 + X'_{it}\beta_2 + \varepsilon_{it}$$

wobei die die verschiedenen Zuschauerphasen enthaltende kategoriale Variable Phasen_t unter Verwendung der Dummy-Kodierung in die Regression mit einbezogen wurde. Die Phase „Vor der Pandemie“ dient jeweils als Referenzphase. X_{it} ist eine Matrix, die zur Vermeidung eines Omitted Variable Bias alle oben genannten Kontrollvariablen enthält. Für die Untersuchungen mit der Punktedifferenz der Mannschaft i zum Zeitpunkt t als abhängige Variable wurden OLS-Regressionen, für die Untersuchungen mit den Dummy-Variablen für Heim- bzw. Auswärtssiege wurden Probit-Regressionen durchgeführt.

15.4 Ergebnisse

Der Effekt von Zuschauern auf den Heimvorteil in der Fußball-Bundesliga wird im Folgenden anhand verschiedener Regressionen analysiert. Zur Überprüfung der Ergebnisse wurden zudem mehrere Robustheitschecks durchgeführt.

15.4.1 Regressionsanalyse

Bevor innerhalb der einzelnen Phasen die Entwicklung des Heimvorteils unter Berücksichtigung der Zeit untersucht wird, wird zunächst der Heimvorteil in den verschiedenen Spielphasen im Vergleich zum Heimvorteil in der Zeit vor der Pandemie betrachtet. Die Ergebnisse der Regressionen unter Einbeziehung der Kontrollvariablen sind in Tabelle 1 dargestellt. In dieser ersten Regression ist zunächst nur ein signifikanter Effekt in der ersten Geisterspielphase zu sehen – die fehlenden Zuschauer senken die Wahrscheinlichkeit eines Heimgewinns um 14,8 Prozentpunkte und steigern die Wahrscheinlichkeit eines Auswärtsgewinns um 16,7 Prozentpunkte. Dagegen ist in der zweiten Geisterspielphase und insbesondere in den Phasen nach den Geisterspielen, entgegen der Erwartungen aus der deskriptiven Analyse, kein signifikanter Unterschied zum vorpandemischen Heimvorteil festzustellen.

Um die Analyse weiter auszuweiten und somit auch die Entwicklung des Heimvorteils innerhalb der Spielphasen zu untersuchen, wurden in Tabelle 2 die Interaktionen der Phasen-Dummies mit der jeweiligen Anzahl an Spieltagen innerhalb der Phase einbezogen. Unter Berücksichtigung der Zeit sind in beiden Geisterspielphasen signifikante negative Effekte auf die Heimgewinnwahrscheinlichkeit zu beobachten. In beiden Phasen jedoch steigt der Heimvorteil mit der Zeit wieder an – der negative Effekt nimmt mit der Zeit ab. Beurteilt man die

Regressionen in Verbindung mit den vorherigen, lässt sich sagen, dass der negative Effekt in der ersten Geisterspielphase kleiner wird, während er in der zweiten Geisterspielphase vollständig verschwindet. Der Heimvorteil steigt somit in der zweiten Phase ohne Zuschauer mit der Zeit auf vorpandemisches Niveau an.

Tabelle 1: Der Einfluss von Zuschauern auf den Heimvorteil

	(1) Gewinn Heim	(2) Gewinn Auswärts	(3) Punktedifferenz
Geisterspiele 1	-0,148** (0,069)	0,167*** (0,059)	-0,749*** (0,261)
Zuschauer 1	-0,114 (0,081)	-0,009 (0,065)	-0,304 (0,297)
Geisterspiele 2	-0,015 (0,031)	0,010 (0,034)	-0,052 (0,141)
Zuschauer 2	0,018 (0,064)	-0,022 (0,051)	0,085 (0,238)
Beschränkung	0,019 (0,052)	0,026 (0,067)	-0,039 (0,270)
Zuschauer 3	0,018 (0,049)	0,002 (0,042)	0,031 (0,207)
Kontrollvariablen	Ja	Ja	Ja
<i>N</i>	1.530	1.530	1.530
<i>(Pseudo) R</i> ²	0,179	0,217	0,287

(1) und (2): Durchschnittliche marginale Effekte der Probit-Regressionen. (3): Koeffizienten der OLS-Regression. Cluster-robuste Standardfehler in Klammern, geclustert nach Heimmannschaften.

* $p < 0,1$, ** $p < 0,05$, *** $p < 0,01$.

Ogleich nach der deskriptiven Analyse insbesondere zu Beginn der Saison 2021/22 mit einem signifikant gestiegenen Heimvorteil zu rechnen war, lässt sich im Vergleich zum vorpandemischen Niveau eine signifikant erhöhte Heimgewinnwahrscheinlichkeit lediglich in der letzten Phase mit Zuschauern feststellen. Ebenso wie in der zweiten Geisterspielphase beschränkt sich der positive Effekt der Zuschauer auf den Anfang der Phase, auch hier verschwindet der Effekt mit der Zeit und der Heimvorteil nähert sich dem vorpandemischen Heimvorteil.

Tabelle 2: Der Einfluss von Zuschauern auf den Heimvorteil unter Berücksichtigung der Zeit

	(1) Gewinn Heim	(2) Gewinn Auswärts	(3) Punktedifferenz
Geisterspiele 1	-1,227*** (0,399)	0,638* (0,327)	-1,605*** (0,485)
Zuschauer 1	-0,298 (0,361)	0,405 (0,473)	-0,663 (0,429)
Geisterspiele 2	-0,470** (0,212)	0,207 (0,211)	-0,618* (0,325)
Zuschauer 2	-0,193 (0,252)	-0,120 (0,280)	-0,114 (0,295)
Beschränkung	0,464 (0,354)	-0,174 (0,492)	0,531 (0,772)
Zuschauer 3	0,440** (0,188)	-0,190 (0,269)	0,532 (0,367)
(Geisterspiele 1)×(#Spieltag)	0,160** (0,067)	-0,037 (0,060)	0,175* (0,099)
(Zuschauer 1)×(#Spieltag)	-0,002 (0,114)	-0,148 (0,145)	0,120 (0,131)
(Geisterspiele 2)×(#Spieltag)	0,028** (0,011)	-0,012 (0,013)	0,038* (0,019)
(Zuschauer 2)×(#Spieltag)	0,036 (0,045)	0,007 (0,045)	0,031 (0,065)
(Beschränkung)×(#Spieltag)	-0,094 (0,071)	0,057 (0,093)	-0,127 (0,145)
(Zuschauer 3)×(#Spieltag)	-0,052** (0,024)	0,026 (0,035)	-0,067 (0,045)
Kontrollvariablen	Ja	Ja	Ja
<i>N</i>	1.530	1.530	1.530
(<i>Pseudo</i>) <i>R</i> ²	0,188	0,219	0,293

(1) und (2): Koeffizienten der Probit-Regressionen. (3): Koeffizienten der OLS-Regression. Cluster-robuste Standardfehler in Klammern, geclustert nach Heimmannschaften.

* $p < 0,1$, ** $p < 0,05$, *** $p < 0,01$.

15.4.2 Robustheitschecks

Um die Robustheit der bisherigen Ergebnisse und potenzielle Erklärungen für die gefundenen Effekte zu überprüfen, wurden mehrere Robustheitschecks durchgeführt.

Tabelle 3: Robustheitscheck – Der Einfluss von Zuschauern auf den Heimvorteil unter Berücksichtigung der Zeit

	(1)	(2)	(3)	(4)
	Gewinn	Gewinn	Punkte	Punkte
Heim	0,350*** (0,051)	0,350*** (0,051)	0,351*** (0,042)	0,352*** (0,042)
(Heim)×(Corona)	-0,115 (0,070)	-0,502*** (0,136)	-0,106 (0,073)	-0,445*** (0,108)
(Heim)×(Nach der Pandemie)	0,063 (0,089)	0,192 (0,135)	0,044 (0,082)	0,182 (0,124)
(Heim)×(Corona)×(#Spieltag)		0,017*** (0,004)		0,016*** (0,003)
(Heim)×(Nach d. Pand.)×(#Spieltag)		-0,007 (0,005)		-0,008* (0,005)
Kontrollvariablen	Ja	Ja	Ja	Ja
<i>N</i>	3.060	3.060	3.060	3.060
<i>Pseudo R</i> ²	0,015	0,018	0,011	0,012

(1) und (2): Koeffizienten der Probit-Regressionen. (3) und (4): Koeffizienten der Ordered-Probit-Regressionen. Cluster-robuste Standardfehler in Klammern, geclustert nach Mannschaften.

* $p < 0,1$, ** $p < 0,05$, *** $p < 0,01$.

In Tabelle 3 sind die Ergebnisse einer alternativen Regressionsanalyse aufgeführt, bei welcher jedes Spiel in zwei Beobachtungen unterteilt und eine Dummy-Variable für Heimspiele integriert wurde.²² Die abhängigen Variablen sind einerseits eine Dummy-Variable für einen Sieg sowie andererseits die Anzahl der im Spiel gesammelten Punkte. Die Unterteilung der Beobachtungen erfolgte nicht wie zuvor in sieben, sondern lediglich in drei Phasen – die Saison 2017/18 bis einschließlich den 25. Spieltag der Saison 2019/20 bezeichnet die vorpandemische Zeit („Vor der Pandemie“), die Saison 2019/20 ab dem 26. Spieltag und die Saison 2020/21 umfassen beide Geisterspielphasen und werden definiert als die Zeit während der Pandemie („Corona“), und als die Zeit nach der Pandemie gilt die gesamte Saison 2021/22 („Nach der Pandemie“). Die Regressionsanalyse zeigt, dass der negative Effekt auf den Heimvorteil während der Pandemie mit der Zeit verschwindet. Des Weiteren ist in der Saison 2021/22 kein signifikanter Effekt auf den Heimvorteil auszumachen. Die alternative Regression bestätigt somit einerseits die Ergebnisse der vorherigen Untersuchung und rechtfertigt

²² Vgl. z. B. Fischer / Haucap (2021), S. 992 f.; Fischer / Haucap (2022), S. 297; Scoppa (2021), S. 9.

andererseits die Unterteilung der Saison 2021/22 in drei Phasen. Auch die Betrachtung des Bestimmtheitsmaßes R^2 vergleichend zu den vorherigen Regressionen zeigt, dass das obere Modell die Daten besser beschreibt.

Tabelle 4: Robustheitscheck – Der Einfluss von Zuschauern auf Schiedsrichterentscheidungen

	(1) Gelbe Karten Heim	(2) Gelbe Karten Auswärts	(3) Rote Karten Heim	(4) Rote Karten Auswärts	(5) Fouls Heim	(6) Fouls Auswärts
Geisterspiele 1	0,503*** (0,159)	-0,019 (0,123)	0,034 (0,037)	-0,009 (0,032)	1,014** (0,453)	-0,065 (0,470)
Zuschauer 1	0,351* (0,194)	0,163 (0,188)	-0,015 (0,027)	-0,027 (0,035)	-0,196 (0,582)	0,567 (0,557)
Geisterspiele 2	0,103 (0,086)	-0,132 (0,084)	-0,019 (0,022)	-0,027 (0,019)	0,488 (0,365)	0,095 (0,317)
Zuschauer 2	0,124 (0,169)	0,066 (0,128)	-0,028* (0,016)	0,001 (0,031)	-0,044 (0,397)	0,390 (0,529)
Beschränkung	-0,028 (0,138)	- 0,279*** (0,093)	- 0,047*** (0,016)	-0,052 (0,033)	-0,779 (0,530)	-1,214 (0,737)
Zuschauer 3	-0,049 (0,152)	-0,162 (0,116)	-0,034* (0,017)	- 0,059*** (0,018)	-0,338 (0,350)	0,026 (0,465)
Kontrollvariablen	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
N	1.530	1.530	1.530	1.530	1.530	1.530
R^2	0,045	0,022	0,012	0,010	0,060	0,050

Koeffizienten der OLS-Regressionen. Cluster-robuste Standardfehler in Klammern, geclustert nach Heimmannschaften.

* $p < 0,1$, ** $p < 0,05$, *** $p < 0,01$.

Wie bereits in den theoretischen Grundlagen beschrieben, führt die Literatur vorwiegend zwei Gründe für den Einfluss von Zuschauern auf den Heimvorteil an: ihre motivierende Wirkung auf Spieler der Heimmannschaft sowie ihre beeinflussende Wirkung auf Schiedsrichterentscheidungen. Beide Möglichkeiten sollen im Folgenden kurz beleuchtet werden.²³

Tabelle 4 zeigt den Einfluss von Zuschauern auf das Schiedsrichterverhalten. In der ersten Geisterspielphase gibt es 0,5 gelbe Karten und 1 Foul mehr verglichen

²³ Vgl. Fischer / Haucap (2021), S. 996 ff.; Fischer / Haucap (2022), S. 310 f.

mit den Spielen in vollbesetzten Stadien vor der Pandemie. In der letzten Zuschauerphase gibt es zwar weniger rote Karten für die Heimmannschaft, aber ebenso gibt es weniger rote Karten für die Auswärtsmannschaft. Zusammengekommen sind hier zwar signifikante Effekte zu beobachten, ein sich veränderndes Schiedsrichterverhalten ist jedoch aufgrund der Größe der Effekte als alleiniger Grund für den veränderten Heimvorteil unwahrscheinlich.

Tabelle 5: Robustheitscheck – Der Einfluss von Zuschauern auf die Teamperformance

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	Schüsse Heim	Schüsse Auswärts	Schüsse aufs Tor Heim	Schüsse aufs Tor Auswärts	Eckbälle Heim	Eckbälle Auswärts
Geisterspiele 1	-1,071** (0,459)	0,047 (0,566)	-0,200 (0,260)	0,214 (0,349)	-0,058 (0,317)	0,061 (0,388)
Zuschauer 1	-0,491 (0,822)	-0,660 (0,549)	-0,010 (0,288)	-0,072 (0,445)	-0,082 (0,396)	-0,052 (0,452)
Geisterspiele 2	- 1,653*** (0,383)	-0,097 (0,456)	-0,247 (0,192)	0,147 (0,164)	- 0,706*** (0,194)	-0,056 (0,160)
Zuschauer 2	-0,157 (0,511)	-0,343 (0,590)	0,144 (0,231)	-0,194 (0,314)	-0,182 (0,263)	-0,213 (0,217)
Beschränkung	-0,273 (0,440)	0,402 (0,609)	0,296 (0,224)	0,510* (0,294)	0,257 (0,347)	0,198 (0,393)
Zuschauer 3	-0,527 (0,593)	-0,478 (0,387)	-0,051 (0,275)	-0,031 (0,223)	-0,350 (0,381)	0,022 (0,248)
Kontrollvariablen	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
<i>N</i>	1.530	1.530	1.530	1.530	1.530	1.530
<i>R</i> ²	0,221	0,203	0,182	0,176	0,103	0,120

Koeffizienten der OLS-Regressionen. Cluster-robuste Standardfehler in Klammern, geclustert nach Heimmannschaften.

* $p < 0,1$, ** $p < 0,05$, *** $p < 0,01$.

In Tabelle 5 ist der Einfluss von Zuschauern auf die Teamperformance aufgeführt. Hier ist zu sehen, dass die Anzahl der Schüsse der Heimmannschaft in beiden Geisterspielphasen abnimmt (um 1,1 bzw. 1,7). In der zweiten Geisterspielphase gibt es zudem 0,7 weniger Eckbälle für das heimische Team. Doch auch hier sind die Effekte zu gering, um den Effekt von Zuschauern auf den Heimvorteil erklären zu können.

Auch wenn man die Entwicklung über die Zeit durch Interaktionen zwischen den Phasen-Dummies und der jeweiligen Anzahl der Spieltage betrachtet (Ergebnisse sind hier nicht aufgeführt), erklären weder das Schiedsrichterverhalten noch Änderungen in der Teamperformance die Veränderungen des Heimvorteils über die Zeit. Insbesondere für den positiven Effekt in der letzten Zuschauerphase muss es mangels signifikanter Koeffizienten folglich andere Gründe geben. Im Folgenden wird argumentiert, warum diese Gründe vorwiegend psychologischer Natur sein müssen.

15.5 Diskussion

Durch die empirische Analyse haben sich bisherige Forschungsergebnisse und somit die Hypothesen 1 und 2 bestätigen lassen. Der Heimvorteil verschwindet in der ersten Geisterspielphase und in der zweiten Geisterspielphase ist zu Beginn ein negativer Effekt auf den Heimvorteil zu erkennen, welcher mit der Zeit jedoch verschwindet. Der Heimvorteil steigt in der Saison 2020/21 wieder auf vorpandemisches Niveau an.

Die Hypothesen 3 und 4 lassen sich teilweise bestätigen. Es lässt sich lediglich in der letzten Zuschauerphase Ende der Saison 2021/22 ein positiver Effekt auf den Heimvorteil beobachten, welcher mit der Zeit trotz steigender Zuschauerzahlen wieder abnimmt. Nur teilweise können die Hypothesen bestätigt werden, weil die letzte Zuschauerphase nicht unmittelbar nach den Geisterspielen ist, sondern nach der Phase mit eingeschränkten Zuschauerkapazitäten im Winter der Saison 2021/22. Entgegen der Erwartungen aus der deskriptiven Analyse ist kein signifikanter Effekt in der Zuschauerphase unmittelbar nach der zweiten Geisterspielphase vorhanden.

Eine mögliche Erklärung für den vorhandenen Effekt der Zuschauer auf den Heimvorteil in der letzten Zuschauerphase ist, dass diese Phase unmittelbar auf die Phase mit eingeschränkten Zuschauerzahlen folgt, wohingegen zwischen der zweiten Geisterspielphase und der darauffolgenden Zuschauerphase eine Saisonpause stattfand. Psychologisch könnte hier argumentiert werden, dass unmittelbare Veränderungen schwerer wiegen als durch eine Pause entzerrte Veränderungen.

Durch die Studie konnte auch gezeigt werden, dass der Effekt von Geisterspielen auf den Heimvorteil besonders in der ersten Phase ohne Zuschauer ausgeprägter war als der Effekt der wieder zugelassenen Zuschauermenge. Auch dieses Ergebnis kann plausibel mit dem psychologischen Phänomen der

Negativitätsverzerrung erklärt werden, wonach negative Umstände einen größeren Einfluss auf den psychischen Zustand haben als positive, selbst wenn die Intensität gleich groß ist.²⁴ Dieses Phänomen findet sich auch in der Verhaltensökonomik bei der Verlustaversion wieder.²⁵ Weiterhin kann argumentiert werden, dass trotz der Geisterspiele die Erinnerung an volle Stadien vorhanden ist und die vollen Stadien entsprechend als weiterer Referenzpunkt dienen. Es kann folglich davon ausgegangen werden, dass Spieler sich schneller an die steigenden Zuschauerzahlen als an die leeren Stadien gewöhnen.

Die Ergebnisse haben zudem gezeigt, dass in beiden Geisterspielphasen der Heimvorteil mit der Zeit wieder zugenommen hat und die Spieler sich offensichtlich an die leeren Stadien gewöhnt haben. Der negative Effekt der fehlenden Zuschauer muss im Zeitverlauf demnach durch andere Faktoren kompensiert werden. Dies ist ein Indiz dafür, dass mehrere Faktoren interagieren und den Heimvorteil beeinflussen.²⁶

15.6 Fazit

Das Ziel dieser Studie war die Untersuchung der Entwicklung des Heimvorteils nach den pandemiebedingten Geisterspielen in der ersten Fußball-Bundesliga. Für die empirische Untersuchung wurden die fünf Spielzeiten 2017/18 bis 2021/22 betrachtet. Ergebnisse früherer Studien zum Heimvorteil während der Geisterspiele konnten in der Analyse bestätigt werden – während in der Geisterspielphase in der Saison 2019/20 der Heimvorteil vollständig verschwindet, steigt der Heimvorteil in der zweiten Geisterspielphase in der Saison 2020/21 mit der Zeit wieder auf vorpandemisches Niveau an. Wenn auch nicht unmittelbar nach den Geisterspielen, ist in der Saison 2021/22 dennoch nach einer kurzen Phase mit eingeschränkten Zuschauerkapazitäten ein signifikant größerer Heimvorteil als in der Zeit vor der Pandemie zu beobachten. Der überdurchschnittlich positive Effekt der Zuschauer in dieser letzten Phase verschwindet mit der Zeit trotz steigender Zuschauerzahlen. Insgesamt konnte durch die empirische Analyse die sportliche Relevanz von Zuschauern weiter untermauert werden, wobei insbesondere positive psychologische Effekte auf die Spieler der Heimmannschaft als

²⁴ Vgl. Baumeister et al. (2001), S. 323 ff.

²⁵ Vgl. Kahneman / Tversky (1979), S. 263 ff.

²⁶ Vgl. Courneya / Carron (1992), S. 14 f.; Fischer / Haucap (2021), S. 1000; Pollard (2008), S. 13.

wahrscheinlichster Grund für den Einfluss von Fans auf den Heimvorteil angeführt werden können.

Literaturverzeichnis

- Baumeister, R. F. / Bratslavsky, E. / Finkenauer, C. / Vohs, K. D. (2001): Bad is stronger than good. *Review of General Psychology*, 5(4), S. 323–370.
- Carron, A. V. / Loughhead, T. M. / Bray, S. R. (2005): The home advantage in sport competitions: Courneya and Carron's (1992) conceptual framework a decade later. *Journal of Sports Sciences*, 23(4), S. 395–407.
- Courneya, K. S. / Carron, A. V. (1992): The home advantage in sport competitions: A literature review. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 14(1), S. 13–27.
- Dilger, A. / Vischer, L. (2020): No home bias in ghost games. Discussion Paper of the Institute for Organisational Economics, 7/2020.
- Dohmen, T. J. (2008): The influence of social forces: Evidence from the behavior of football referees. *Economic Inquiry*, 46(3), S. 411–424.
- Fischer, K. / Haucap, J. (2021): Does crowd support drive the home advantage in professional football? Evidence from German ghost games during the COVID-19 pandemic. *Journal of Sports Economics*, 22(8), S. 982–1008.
- Fischer, K. / Haucap, J. (2022): Home advantage in professional soccer and betting market efficiency: The role of spectator crowds. *Kyklos*, 75(2), S. 294–316.
- Follert, F. / Daumann, F. / Passon, L. (2020): Zur Bedeutung der Fans im professionellen Fußball im Lichte der COVID-19-Pandemie. *Sciamus – Sport und Management*, 11(2), S. 28–49.
- Garicano, L. / Palacios-Huerta, I. / Prendergast, C. (2005): Favoritism under social pressure. *Review of Economics and Statistics*, 87(2), S. 208–216.
- Hill, Y. / van Yperen, N. W. (2021): Losing the home field advantage when playing behind closed doors during COVID-19: Change or chance? *Frontiers in Psychology*, 12, 658452.
- Jamieson, J. P. (2010): The home field advantage in athletics: A meta-analysis. *Journal of Applied Social Psychology*, 40(7), S. 1819–1848.
- Jones, M. B. (2013): The home advantage in individual sports: An augmented review. *Psychology of Sport and Exercise*, 14(3), S. 397–404.
- Kahneman, D. / Tversky, A. (1979): Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(2), S. 263–292.

- Leitner, M. C. / Daumann, F. / Follert, F. / Richlan, F. (2022): The cauldron has cooled down: A systematic literature review on home advantage in football during the COVID-19 pandemic from a socio-economic and psychological perspective. *Management Review Quarterly*, S. 1–29.
- Neave, N. / Wolfson, S. (2003): Testosterone, territoriality, and the 'home advantage'. *Physiology and Behavior*, 78(2), S. 269–275.
- Nevill, A. M. / Balmer, N. J. / Mark Williams, A. (2002): The influence of crowd noise and experience upon refereeing decisions in football. *Psychology of Sport and Exercise*, 3(4), S. 261–272.
- Nevill, A. M. / Holder, R. L. (1999): Home advantage in sport: An overview of studies on the advantage of playing at home. *Sports Medicine*, 28(4), S. 221–236.
- Odermatt, R. / Stutzer, A. (2019): (Mis-)predicted subjective well-being following life events. *Journal of the European Economic Association*, 17(1), S. 245–283.
- Pollard, R. (2008): Home advantage in football: A current review of an unsolved puzzle. *Open Sports Sciences Journal*, 1(1), S. 12–14.
- Pollard, R. / Gómez, M. A. (2014): Components of home advantage in 157 national soccer leagues worldwide. *International Journal of Sport and Exercise Psychology*, 12(3), S. 218–233.
- Pollard, R. / Pollard, G. (2005): Home advantage in soccer: A review of its existence and causes. *International Journal of Soccer and Science*, 3(1), S. 28–38.
- Pollard, R. / Prieto, J. / Gómez, M.-Á. (2017): Global differences in home advantage by country, sport and sex. *International Journal of Performance Analysis in Sport*, 17(4), S. 586–599.
- Santana, H. A. P. / Bettega, O. B. / Dellagrana, R. (2021): An analysis of Bundesliga matches before and after social distancing by COVID-19. *Science and Medicine in Football*, 5(sup1), S. 17–21.
- Scoppa, V. (2021): Social pressure in the stadiums: Do agents change behavior without crowd support? *Journal of Economic Psychology*, 82, 102344.
- Terry, P. C. / Walrond, N. / Carron, A. V. (1998): The influence of game location on athletes' psychological states. *Journal of Science and Medicine in Sport*, 1(1), S. 29–37.

- Tilp, M. / Thaller, S. (2020): Covid-19 has turned home advantage into home disadvantage in the German soccer Bundesliga. *Frontiers in Sports and Active Living*, 2, 593499.
- Waters, A. / Lovell, G. (2002): An examination of the homefield advantage in a professional English soccer team from a psychological standpoint. *Football Studies*, 5(1), S. 46–59.
- Woodman, T. / Hardy, L. (2003): The relative impact of cognitive anxiety and self-confidence upon sport performance: A meta-analysis. *Journal of Sports Sciences*, 21(6), S. 443–457.

Folgende Bände sind bisher in dieser Reihe erschienen:

Band 1 (2020)

P. an de Meulen / T. Christiaans / M. Drewes / S. Frohwerk / M. Göke / P. Hennecke / T. Holtfort / K. Obermann / L. Rebeggiani / A. Spermann / C. Thielscher / A.-K. Voit / C. B. Wilke / M. Wohlmann

Was kostet uns Corona? Volkswirtschaftliche Auswirkungen einer globalen Pandemie

ISBN (Print) 978-3-89275-168-7 ISSN (Print) 2701-9403

ISBN (eBook) 978-3-89275-169-4 ISSN (eBook) 2701-9411

Band 2 (2021)

A. M. Prasuhn / C. B. Wilke

Reformoption Bürgerversicherung? Eine Nutzwertanalyse vor dem Hintergrund aktueller und künftiger Herausforderungen des deutschen Krankenversicherungssystems

ISBN (Print) 978-3-89275-172-4 ISSN (Print) 2701-9403

ISBN (eBook) 978-3-89275-173-1 ISSN (eBook) 2701-9411

Band 3 (2021)

C. Fritsche

On Migration and Immigration Policy in Europe

ISBN (Print) 978-3-89275-220-2 ISSN (Print) 2701-9403

ISBN (eBook) 978-3-89275-221-9 ISSN (eBook) 2701-9411

Band 4 (2022)

L. Rebeggiani / C. Roppel / F. Schrickel

Gibt es in Deutschland zu viele Krankenkassen?

Eine Analyse der Wettbewerbsintensität in der gesetzlichen Krankenversicherung Deutschlands

ISBN (Print) 978-3-89275-254-7 ISSN (Print) 2701-9403

ISBN (eBook) 978-3-89275-255-4 ISSN (eBook) 2701-9411

Band 5 (2022)

L. Rebeggiani / M. Drewes

Wettbewerb und Wettbewerbspolitik im Sport.

Booklet zur 25. Jahrestagung des Arbeitskreises Sportökonomie

ISBN (Print) 978-3-89275-272-1 ISSN (Print) 2701-9403

ISBN (eBook) 978-3-89275-273-8 ISSN (eBook) 2701-9411

Band 6 (2022)

Eva Großpietsch

Challenges for Nursing Schools due to Digitalisation

ISBN (Print) 978-3-89275-296-7 ISSN (Print) 2701-9403

ISBN (eBook) 978-3-89275-297-4 ISSN (eBook) 2701-9411

Forschungsstark und praxisnah

FOM. Die Hochschule besonderen Formats

FOM Hochschulzentrum
Düsseldorf

Mehr als 50.000 Studierende, 25 Forschungseinrichtungen und 500 Veröffentlichungen im Jahr – damit zählt die FOM zu den größten und forschungsstärksten Hochschulen Europas. Initiiert durch die gemeinnützige Stiftung BildungsCentrum der Wirtschaft folgt sie einem klaren Bildungsauftrag: Die FOM ermöglicht Berufstätigen, Auszubildenden, Abiturienten und international Studierenden ein qualitativ hochwertiges und finanziell tragbares Hochschulstudium. Als gemeinnützige Hochschule ist die FOM nicht gewinnorientiert, sondern reinvestiert sämtliche Gewinne – unter anderem in die Lehre und Forschung.

Die FOM ist staatlich anerkannt und bietet mehr als 50 akkreditierte Bachelor- und Master-Studiengänge an – im Campus-Studium an 35 Hochschulzentren oder im einzigartigen Digitalen Live-Studium gesendet aus den Hightech-Studios der FOM.

Lehrende und Studierende forschen an der FOM in einem großen Forschungsbereich aus hochschuleigenen Instituten und KompetenzCentren. Dort werden anwendungsorientierte Lösungen für betriebliche und gesellschaftliche Problemstellungen generiert. Aktuelle Forschungsergebnisse fließen unmittelbar in die Lehre ein und kommen so den Unternehmen und der Wirtschaft insgesamt zugute.

Zudem fördert die FOM grenzüberschreitende Projekte und Partnerschaften im europäischen und internationalen Forschungsraum. Durch Publikationen, über Fachtagungen, wissenschaftliche Konferenzen und Vortragsaktivitäten wird der Transfer der Forschungs- und Entwicklungsergebnisse in Wissenschaft und Wirtschaft sichergestellt.

Alle Institute und KompetenzCentren unter
[fom.de/forschung](https://www.fom.de/forschung)



ISBN (Print) 978-3-89275-364-3
ISBN (eBook) 978-3-89275-365-0

ISSN (Print) 2701-9403
ISSN (eBook) 2701-9411



KCV KompetenzCentrum
für angewandte Volkswirtschaftslehre
der FOM Hochschule für Oekonomie & Management

FOM Hochschule

FOM. Die Hochschule besonderen Formats

Mit über 50.000 Studierenden ist die FOM eine der größten Hochschulen Europas und führt seit 1993 Studiengänge für Berufstätige durch, die einen staatlich und international anerkannten Hochschulabschluss (Bachelor/Master) erlangen wollen.

Die FOM ist der anwendungsorientierten Forschung verpflichtet und verfolgt das Ziel, adaptionsfähige Lösungen für betriebliche bzw. wirtschaftsnahe oder gesellschaftliche Problemstellungen zu generieren. Dabei spielt die Verzahnung von Forschung und Lehre eine große Rolle: Kongruent zu den Masterprogrammen sind Institute und KompetenzCentren gegründet worden. Sie geben der Hochschule ein fachliches Profil und eröffnen sowohl Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern als auch engagierten Studierenden die Gelegenheit, sich aktiv in den Forschungsdiskurs einzubringen.

Weitere Informationen finden Sie unter [fom.de](https://www.fom.de)

KCV

Das KCV KompetenzCentrum für angewandte Volkswirtschaftslehre deckt ein breites Spektrum von der mikro- zur makroökonomischen sowie von der theoretischen zur empirischen Forschung ab. Besondere inhaltliche Schwerpunkte liegen in den großen Herausforderungen unserer Zeit: dem demografischen Wandel, der Globalisierung, dem Klimawandel sowie der Digitalisierung.

Neben dieser inhaltlichen Ausrichtung übernimmt das KCV eine Querschnittsfunktion im Bereich der Methodik und Data Literacy an der FOM Hochschule, indem fächerübergreifend vernetztes, analytisches Denken gefördert und sowohl für die Forschung als auch für die Lehre nutzbar gemacht wird.

Weitere Informationen finden Sie unter [fom-kcv.de](https://www.fom-kcv.de)



Der Wissenschaftsblog der FOM Hochschule bietet Einblicke in die vielfältigen Themen, zu denen an der FOM geforscht wird: [fom-blog.de](https://www.fom-blog.de)