



KONFERENZ „FUßBALL & ÖKONOMIE“: ZUR ZUKUNFT DES FUßBALLS

von Dr. Jörn Quitzau

Der Fußball sorgt immer wieder für Schlagzeilen – auf dem Platz und neben dem Platz. Das, was sich neben dem Platz abspielt, war Inhalt der von Berenberg unterstützten Konferenz „Fußball & Ökonomie“ am 14. November 2018 im Millerntor-Stadion. Schwerpunktthemen waren die „Ökonomie von Auf- und Abstieg“ sowie der „Erfolgsfaktor Personal“. Abschließend ging es um den Blick in die Zukunft und um die Frage, wie sich der Fußball unter dem zunehmenden Einfluss sportfremder Interessen verändern wird oder verändern soll.

Zu diesen Zukunftsfragen haben sich nicht nur die Referenten geäußert, auch das Fach-Publikum hat seine Einschätzungen und Meinungen im Rahmen einer Publikums-umfrage abgegeben. Vier Fragen zu ganz unterschiedlichen Bereichen haben die rund 100 Konferenz-Teilnehmer beantwortet. Die Ergebnisse sollen hier kurz skizziert werden.

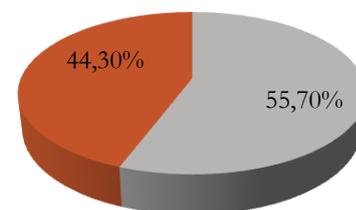
Neu-Verteilung der Vermarktungserlöse

Bei der ersten Frage ging es um die Verteilung der Medienerlöse. Da die Höhe der Mediengelder, die ein Verein von der DFL erhält, vom sportlichen Erfolg in der Liga abhängt, können sportliche Durststrecken oder gar Abstiege markante und nur schwer zu korrigierende Konsequenzen für die betroffenen Klubs haben. Eine Reform des Verteilungsschlüssels ist deshalb schon länger in der Diskussion. Vor einigen Wochen hat Union Berlin in einem umfassenden Reformpapier einen konkreten Vorschlag gemacht.

Frage 1: Union Berlin schlug kürzlich in einem Reformpapier eine ligaübergreifende und stufenlose Verteilung der Vermarktungserlöse vor. So soll vermieden werden, dass ein sportlicher Abstieg zu einer existenziellen Bedrohung der Klubs führt. Was halten Sie von dem Vorschlag?

Rund 56 % der Befragten stimmten dem Vorschlag zu und befürworteten somit die Rückkehr zu einer egalitären Verteilung der Mediengelder. Die Umfrageteilnehmer sehen Solidarität unter den Vereinen also als geeignetes Mittel, um die Planungssicherheit der Vereine und den Spannungsgrad in der Liga zu erhöhen.

Abb. 1: Sollen die Vermarktungserlöse ligaübergreifend stufenlos verteilt werden?



- Ich befürworte den Vorschlag
- Ich lehne den Vorschlag ab

Gleichwohl: Selbst wenn innerhalb der Liga eine große Mehrheit für eine solche Reform stimmen würde, bleibt ein gravierendes Problem. Die im internationalen Wettbewerb stehenden Klubs, insbesondere der FC Bayern München, würden durch eine solche Reform geschwächt, weil sie auf viel Geld verzichten müssten. Und da die Bayern in Sachen TV-Gelder im internationalen Vergleich schon jetzt kaum konkurrenzfähig sind, werden sie einem solchen Vorschlag nicht zustimmen.

Reformen für mehr Spannung in der Liga

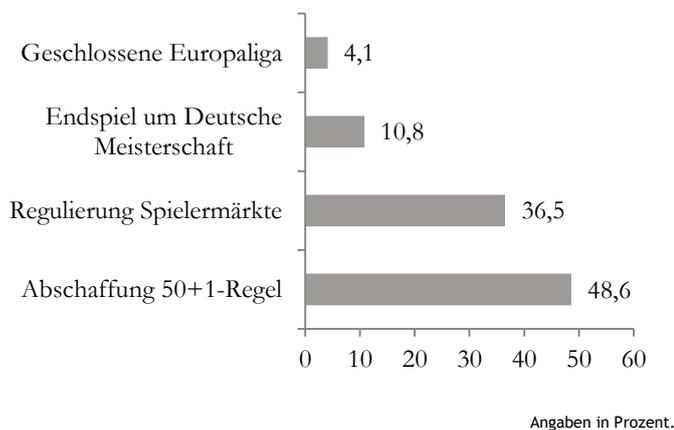
Nachdem der FC Bayern in den letzten Jahren die Meisterschaft jeweils viele Spieltage vor Ende der Saison für sich entscheiden konnte, galt die Bundesliga vor Beginn der laufenden Saison 2018/19 als Langeweile-Liga. Die aktuelle Schwächephase des Deutschen Rekordmeisters ändert nichts daran, dass einige Stellschrauben verändert werden müssten, um das Meisterschaftsrennen dauerhaft offener zu gestalten. An (durchaus umstrittenen) Vorschlägen mangelte es in der Vergangenheit nicht.

Frage 2: Wie sollte die Spannung im Klubfußball wieder hergestellt werden?

a) Öffnung der Liga für Investoren durch Abschaffung der 50+1-Regel; b) Durch eine Regulierung der Spielermärkte mittels Gehaltsobergrenzen, Drafting-Regeln etc., c) Endspiel der beiden Erstplatzierten um die Deutsche Meisterschaft, d) Spitzenklubs treten aus den nationalen Ligen aus und spielen in geschlossener Euroliga.

Die Befragten sprachen sich mit fast 50 % dafür aus, die 50+1-Regel abzuschaffen und die Liga für Investoren zu öffnen. Ein gutes Drittel der Umfrageteilnehmer stimmte für regulierende Eingriffe in den Spielermarkt – z.B. für die Einführung von Gehaltsobergrenzen. Wenig Zustimmung fanden die Vorschläge, die Meisterschaft durch ein Endspiel zwischen den beiden Erstplatzierten der Saison zu entscheiden (10,8 %) oder die Einführung einer geschlossenen Europaliga (4,1 %), bei der die Spitzenklubs wie Real Madrid, Manchester United oder Bayern München aus ihren jeweiligen nationalen Ligen aussteigen würden.

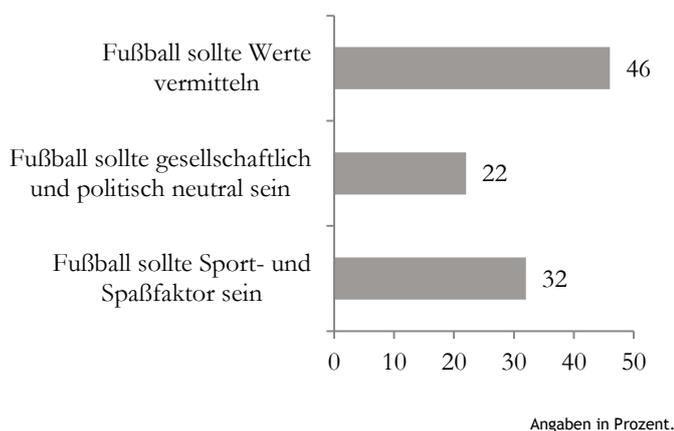
Abb. 2: Wie sollte die Spannung im Klubfußball wieder hergestellt werden?



Die gesellschaftliche Rolle des Fußballs

War der Fußball früher in erster Linie Sport- und Spaßfaktor, hat er heute auch erhebliche kommerzielle und gesellschaftliche Bedeutung. Knapp die Hälfte der Befragten sehen das tendenziell positiv und meint, der Fußball sollte seine Popularität nutzen, um auch Werte zu vermitteln.

Abb. 3: Was kann und sollte der Fußball leisten?

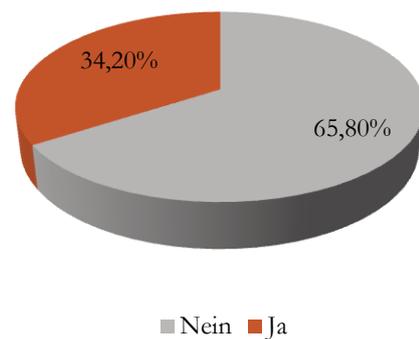


22 % meinen, der Fußball sollte gesellschaftlich und politisch neutral sein und für 32 % sollte der Fußball primär Sport- und Spaßfaktor bleiben und für 90 Minuten von den Problemen des Alltags ablenken.

Zuviel Fußball?

Schadet sich der Fußball mit seiner medialen Omnipräsenz und seiner Dominanz gegenüber anderen Sportarten am Ende selbst? So lautete die vierte und letzte Frage. Etwa ein Drittel der Befragten antwortete mit „Ja“. Zwei Drittel sehen nicht, dass sich der Fußball mit seiner Medienpräsenz selbst schadet. Dennoch gab es auch aus dieser Gruppe Stimmen, die eine Verantwortung beim Fußball sahen, die anderen Sportarten nicht vollständig an den Rand zu drängen.

Abb. 4: Schadet sich der Fußball mit seiner Medienpräsenz selbst?



Fazit

Obwohl die Ergebnisse der Umfrage nicht repräsentativ sind, weil die Teilnehmer sich nur aus Menschen zusammensetzten, die sich professionell mit dem Fußball beschäftigen, zeigen die Antworten recht ausgewogene Ergebnisse. Eine einseitige Fokussierung auf ein Maximum an Kommerz ist nicht zu erkennen. Im Gegenteil, der Blick über den Tellerrand der Tagesaktualität hinaus ist offensichtlich.

Die vielen drängenden sportpolitischen Fragen werden nicht so bald beantwortet sein. Vielmehr bedarf es weiterer Analysen und Diskussionen, um den Fußball der Zukunft im Sinne aller Interessengruppen nachhaltig zu gestalten.



IMPRESSUM

Makro-Team Hamburg

Dr. Holger Schmieding | Chefvolkswirt
+49 40 350 60-8021 | holger.schmieding@berenberg.de

Dr. Wolf-Fabian Hungerland
+49 40 350 60-8165 | wolf-fabian.hungerland@berenberg.de

Dr. Jörn Quitzau
+49 40 350 60-113 | joern.quitzau@berenberg.de

Berenberg Makro erscheint
zu folgenden Themen:

Aktuelles
Geldpolitik
Konjunktur
Schwellenländer
Währungen

► Trends

www.berenberg.de/publikationen