



**Institut für Rundfunkökonomie
an der Universität zu Köln**

Horst M. Schellhaaß
Gregor Enderle

Sportlicher versus ökonomischer Wettbewerb.
Zum Verbot der zentralen Vermarktung
von Europapokal-Spielen im Fußball

**Arbeitspapiere
des Instituts für Rundfunkökonomie
an der Universität zu Köln**

Heft 95

Köln, im Juni 1998



Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie

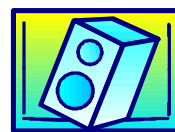
ISSN der Arbeitspapiere: 0945-8999

ISBN des vorliegenden Arbeitspapiers 95/98: 3-930788-84-5

Schutzgebühr 6,-- DM

Die Arbeitspapiere können im Internet eingesehen
und abgerufen werden unter der Adresse
<http://www.rrz.uni-koeln.de/wiso-fak/rundfunk/index.html>

Mitteilungen und Bestellungen richten Sie bitte per Email an:
100704.3076@compuserve.com
oder an die u. g. Postanschrift



**Institut für Rundfunkökonomie
an der Universität zu Köln**

Direktoren: Prof. Dr. K.-H. Hansmeyer
Prof. Dr. H. M. Schellhaaß
Prof. Dr. G. Sieben

Hohenstaufenring 57a
D-50674 Köln

Telefon: (0221) 23 35 36
Telefax: (0221) 24 11 34

Horst M. Schellhaaß, Gregor Enderle

Sportlicher versus ökonomischer Wettbewerb.

Zum Verbot der zentralen Vermarktung
von Europapokal-Spielen im Fußball

1. Problemstellung	1
2. Der sportliche Wettbewerb unter dem Primat des wirtschaftlichen Wettbewerbs	2
3. Der wirtschaftliche Wettbewerb unter dem Primat des sportlichen Wettbewerbs	6
4. Wettbewerbspolitische Modifikationen der Zentralverwaltung.....	11
5. Schlußbemerkungen.....	14
Zusammenfassung.....	16
Literaturverzeichnis	17

Sportlicher versus ökonomischer Wettbewerb.

Zum Verbot der zentralen Vermarktung von Europapokal-Spielen im Fußball

Horst M. Schellhaaß, Gregor Enderle

1. Problemstellung

Die zentrale Vermarktung von Senderechten an Fußballspielen wird in jüngster Zeit zwischen Wettbewerbsbehörden, Sportverbänden, Gerichten und der interessierten Öffentlichkeit kontrovers diskutiert. Auslöser des Meinungsstreits ist ein Beschluß des Bundeskartellamtes aus dem Jahre 1994, durch den dem Deutschen Fußball-Bund (DFB) die zentrale Vermarktung der Fernsehrechte der Heimspiele deutscher Mannschaften im UEFA-Pokal und im Pokal der Pokalsieger untersagt worden ist. Die zentrale Vermarktung konstituiere ein Angebotsmonopol für die Fernsehsenderechte mit den unerwünschten Mengen- und Preiseffekten eines Kartells: Der Preis für das Rechtepakete sei zu hoch, die Zahl der übertragenen Spiele zu gering. Der Bundesgerichtshof hat am 11. Dezember 1997 die Untersagung höchstrichterlich bestätigt. Im Gegenzug hat der Deutsche Bundestag am 7. 5. 1998 mit der Aufnahme des neuen § 31a in das novellierte Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) die Möglichkeit geschaffen, die zentrale Vermarktung von Profi-Sportveranstaltungen vom Kartellverbot freizustellen.

Gegner und Befürworter der zentralen Vermarktung von Fernsehrechten bestreiten nicht, daß ein Finanzausgleich, der die sportliche Ausgeglichenheit innerhalb einer Liga sichern soll, zulässig ist. Die Diskussion entfacht sich aber an dem "Wie". Während das Bundeskartellamt einen vertraglich zu vereinbarenden Solidarfonds vorschlägt, möchte der DFB den Finanzausgleich über die zentrale Vermarktung der Fernsehrechte vornehmen. Auf den ersten Blick scheint der § 31a des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) den alten Status quo wieder hergestellt zu haben. Dies ist jedoch ein Irrtum. Dem Bundeskartellamt ist es gelungen, das Eigentum an den Fernsehverwertungsrechten vom DFB auf die für die europäischen Wettbewerbe qualifizierten Vereine zu übertragen. Mit der Umverteilung der Verfügungsrechte werden nicht mehr die Interessen des Liga-Organisators (DFB), sondern die partikulären Interessen der Nettozahler, das sind die für den UEFA-Cup und den Pokal der Pokalsieger qualifizierten Vereine - ausschlaggebend für Art und Umfang der zukünftigen Umverteilung. Vor diesem Hintergrund wollen wir untersuchen, ob eine "freiwillige" Übereinkunft zwischen den Vereinen (sogenannte Fondslösung) und eine zentrale Vermarktung der Fernsehrechte als gleichwertige Substitute zur Gewährleistung eines funktionsfähigen sportlichen Wettbewerbs angesehen werden können.



2. Der sportliche Wettbewerb unter dem Primat des wirtschaftlichen Wettbewerbs

Aus juristischer Sicht ist das tragende Argument für das Verbot der Zentralvermarktung der Fernsehrechte die Feststellung des Bundeskartellamtes, daß die einzelnen Vereine das wirtschaftliche Risiko trügen und deshalb als Veranstalter anzusehen seien. Danach war es nur noch ein kleiner Schritt, den DFB als Kartell anzusehen. Nach der wettbewerbspolitischen Konzeption des Koordinationsansatzes, die dem § 1 GWB zugrunde liegt (vgl. CLAPHAM 1981 und COX 1981), sind Kartelle generell zu untersagen, da sie die Freiheit der Anbieter (hier: Vereine), eigenständig mit den Nachfragern (hier: Rundfunkveranstalter) über die Verwertung von Senderechten zu verhandeln, einschränken.

Das Bundeskartellamt und der BGH haben sich jedoch nicht mit juristischen Subsumtionen begnügt, sondern sich in ökonomisches Terrain vorgewagt. Ohne konkrete Feststellung des Sachverhaltes wird behauptet, daß durch die Zentralvermarktung der Umfang der Übertragungen eingeschränkt und die Erlöse für den DFB gesteigert würden (vgl. BGH KVR 7/96, S.22). Dieser Meinung schließen sich in späteren Stellungnahmen v. WEIZSÄCKER (1998) und KRUSE (1998) an. Im Lehrbuch steigert ein Kartell seine Einnahmen dadurch, daß es seine Menge gegenüber dem Wettbewerbsniveau einschränkt und durch die Mengenrestriktion in die Lage versetzt wird, die Preise über das Wettbewerbsniveau hinaus zu erhöhen. Nur sind in diesem Fall die Annahmen, die im Lehrbuch gemacht werden, auf dem Markt für Fernsehübertragungen des UEFA-Cup und des Wettbewerbs der Pokalsieger nicht gegeben. Denn auch unter dem Regime der Zentralvermarktung hat der DFB bereits die Verwertungsrechte für sämtliche Heimspiele der deutschen Mannschaften im UEFA-Cup und im Wettbewerb der Pokalsieger verkauft, so daß die Kartellmenge genau der Wettbewerbsmenge entspricht. Bei einer gegebenen Nachfragekurve der Fernsehveranstalter nach Fußballübertragungen kann sich dann der insgesamt erzielbare Erlös nicht ändern. Damit ist die das Urteil tragende ökonomische Begründung für das Verbot der zentralen Vermarktung der Heimspiele im UEFA-Cup und im Wettbewerb der Pokalsieger widerlegt.¹

Aber die Widerlegung der ökonomischen Feststellungen ändert nichts an der Rechtskraft des BGH-Urteils. Zwar kann unter Umständen die kartellrechtliche Folge des Urteils, nämlich die Untersagung der zentralen Vermarktung, durch die Freistellungsmöglichkeit vom Kartellverbot des neuen § 31a GWB rück-

¹ Diese Aussage gilt nur für die dem Urteil zugrundeliegenden Heimspiele deutscher Mannschaften im UEFA-Cup und im Wettbewerb der Pokalsieger. Für die zentrale Vermarktung der Bundesligaspiele ist eine andere Argumentation erforderlich, da hier nicht alle Spiele übertragen werden. Diese Problematik wird aber in diesem Beitrag nicht untersucht.

gängig gemacht werden,² aber die juristische Klarstellung, daß die einzelnen Vereine und nicht der DFB die originären Verfügungsrechte über die Fernsehverwertungsrechte besitzen, bleibt bestehen. Als Folge werden in Zukunft nicht mehr die Vorstellungen des DFB, der die Bundesliga in ihrer Gesamtheit vertritt, sondern die individuellen Interessen der für einen der europäischen Wettbewerbe qualifizierten Vereine die Verhandlungen über einen Solidarausgleich dominieren. Insofern ist es notwendig, zu untersuchen, ob der Vorschlag des Präsidenten des Bundeskartellamtes, einen gleichwertigen Solidarfonds auf freiwilliger Basis einzurichten, eine Alternative zur zentralen Vermarktung darstellt. Nach dem Pareto-Kriterium kommt es nur dann zu vertraglichen Übereinkünften, wenn sich keiner der Partner dabei schlechter stellt. Diese entscheidende Frage nach den Realisationschancen ist von den Befürwortern der Fondslösung stets ausgeblendet worden: Gibt es Gewinnanreize für einen gleichwertigen Solidarfonds?

Der finanzielle Ertrag einer Teilnahme an einem europäischen Wettbewerb ("Superwettbewerb") wird unter der Einzelvermarktung für die qualifizierten Teams wesentlich größer werden, da ihnen der Erlös aus der Vermarktung der Fernsehrechte zunächst ungeteilt zufällt. Mit den - zukünftig höheren - Erlösen können sie ihr spielerisches Potential gegenüber ihren Mitkonkurrenten in der nationalen Liga erhöhen. Der Zusammenhang zwischen finanzieller Leistungsfähigkeit und sportlichem Erfolg ist von LEHMANN/WEIGAND (1997, S.393) für die Fußball-Bundesliga empirisch nachgewiesen worden. Ergeben sich durch die Einnahmen aus den Superwettbewerben über mehrere Spielzeiten große Unterschiede in der Finanzkraft der Vereine, kann der Ligabetrieb wegen der Vorhersehbarkeit der meisten Spielresultate und des dadurch sinkenden Unterhaltungswertes der Veranstaltung "Bundesliga" langweilig werden.

Dieses Ergebnis wird mit dem Argument bestritten, ein gleichsam "sicherer" Ausgang der nationalen Meisterschaft würde die Einnahmen im Inland sinken lassen, da die Fans, die eine spannende und ausgeglichene Liga wünschen, ausblieben (vgl. zur grundlegenden Argumentation QUIRK/FORT 1992, S. 271-276). Daraus leiten die Befürworter einer Fondslösung ab, der "Einnahmeausfall durch Langeweile" in der Bundesliga würde früher oder später die finanzstarken Clubs aus eigenem Interesse dazu zwingen, ihre Einnahmen mit den finanzschwachen Konkurrenten solidarisch zu teilen. Diesem Argument liegt

² Der § 31a GWB spricht von "satzungsgemäß durchgeführten sportlichen Wettbewerben", so daß er unmittelbar nur auf die vom DFB organisierten Wettbewerbe angewendet werden kann; insofern kann die zentrale Vermarktung der Bundesliga und des Deutschen Pokals mit Hilfe des § 31a GWB vom Kartellverbot freigestellt werden. Dagegen sind die Wettbewerbe um den UEFA-Cup und um den Pokal der Pokalsieger von der UEFA organisiert worden, d.h. sie gehören nicht zu den vom DFB satzungsgemäß durchgeführten sportlichen Wettbewerben. Um dennoch den § 31a GWB auf die Verwertung der Fernsehrechte an diesen Spielen anwenden zu können, müßte zunächst die UEFA ihre diesbezüglichen Veranstalterrechte auf den DFB übertragen und dieser sodann seine Satzung ändern.



das Konzept des Vereins als Gewinnmaximierer zugrunde. Danach sollen finanzielle Überlegungen die sportlichen Bemühungen nach dem Motto steuern: Wenn es sich auszahlt zu verlieren, verliert man eben.

Das Argument hält einer genauen Prüfung nicht stand. Wenn in Zukunft die Fernseheinnahmen ausschließlich oder überwiegend den jeweiligen Teilnehmern zufallen, werden diese Erlöse aus den Superwettbewerben die eventuellen Einnahmeausfälle der Spitzenvereine in der Bundesliga, die durch die (noch zulässige) Zentralvermarktung der Bundesligabegegnungen überdies sozialisiert werden, mit Sicherheit überkompensieren. Mit hoher Wahrscheinlichkeit geht diese Rechnung auch für diejenigen Vereine auf, die zwar nicht jedes Jahr, aber doch hinreichend oft die Qualifikation für einen europäischen Wettbewerb schaffen (vgl. SCHELLHAAß/ENDERLE 1998). Die Spitzenmannschaften werden dann kein wirtschaftliches Interesse daran haben, ihre Einnahmen zu teilen, weil sie mit ihnen sicherstellen können, sich nahezu jedes Jahr für einen der europäischen Wettbewerbe zu qualifizieren. Für diese Vereine wird die Bundesliga zweitrangig: Sie dient nur noch als - nicht zu umgehender - Qualifikationswettbewerb, aber die finanziellen und sportlichen Erfolge, die wirklich zählen, werden in den europäischen Superwettbewerben erzielt.

Berücksichtigt man darüber hinaus, daß sich Vereine nicht uneingeschränkt als Gewinnmaximierer verhalten, sondern auch sportliche Erfolge in die Nutzenfunktion eingehen (vgl. zur Empirie ATKINSON/STANLEY/TSCHIRHART 1988, S. 41-42), verschärft sich das Problem noch. Selbst wenn die Einnahmeausfälle in der nationalen Liga höher als die zusätzlichen Erlöse aus dem Superwettbewerb sind, können sich weitere Investitionen in Spielstärke für die dominierende Mannschaft lohnen, solange der zusätzliche Nutzen aus dem sportlichen Erfolg in einem europäischen Superwettbewerb für die Reduktion des Gewinns in der nationalen Liga entschädigt.³ Entscheidend für die eigenen Investitionen ist dann die Spielstärke des internationalen Gegners - die heimischen Ligapartien werden von den verpflichteten Spielern als Kuppelprodukt miterstellt. Unter diesen wirtschaftlichen und sportpolitischen Rahmenbedingungen können wir nicht erkennen, wo die ökonomischen Anreize für eine freiwillige Fondslösung mit einer substantiellen Umverteilung liegen sollen.

Gemäß dem BGH-Urteil werden die Bundesligavereine ihre Heimspiele im UEFA-Cup und im Pokal der Pokalsieger zukünftig dezentral vermarkten - dieser Teil des Ergebnisses entspricht voll unseren theoretischen Erwartungen. Trotz der fehlenden Gewinnanreize haben sich die qualifizierten Vereine bereit erklärt, 30% ihrer Einnahmen aus dem Rechteverkauf in einen Solidarfonds einzuzahlen - dieser Teil des Ergebnisses scheint unseren theoretischen Erwartungen zu widersprechen. Eine genauere Prüfung zeigt, daß dem nicht so

³ Das deutsche Vereinsrecht verbietet die Ausschüttung von Gewinnen an die Vereinsmitglieder. Auch dieser Aspekt der Unternehmensform unterstützt den Trend zur Aufrüstung der Spielstärke.

ist. Unsere Vorhersagen würden voll zutreffen, wenn es zuvor überhaupt keine Umverteilung gegeben hätte, d.h. wenn gegenwärtig zum ersten Mal über einen Verteilungsvertrag verhandelt werden müßte. Durch die bisherige zentrale Vermarktung sind jedoch bei den nicht-qualifizierten Vereinen Besitzstände entstanden, die von diesen verteidigt werden. Gerade in diesen beiden europäischen Wettbewerben hat bislang eine sehr starke Umverteilung stattgefunden, so daß das Gewinninteresse der qualifizierten Mannschaften, sich die Einzelvermarktung zu sichern, sehr hoch war.⁴ Für die Sicherung dieses Rechts auf Einzelvermarktung waren die qualifizierten Vereine bereit, einen "Preis" in Form der 30%igen Abgabe in den Solidarfonds zu leisten. Das mangelnde Gewinninteresse der qualifizierten Vereine an einem Verteilungsvertrag läßt jedoch erwarten, daß in einigen Jahren der Abgabesatz für den Solidarfonds reduziert wird.

Die Einzelvermarktung der Europapokal-Spiele wird nicht das Ende jedes sportlichen Wettbewerbs bedeuten. Aber es wird ein anderer sportlicher Wettbewerb sein als wir ihn bislang kennen- und schätzengelernet haben, d.h. das Produkt "Profifußball" wird sich ändern. Wenn der Primat des wirtschaftlichen Wettbewerbs durchgesetzt wird, ist es der mediale Hebel (vgl. FRANCK/ MÜLLER 1997), der den Profisport unaufhaltsam in Richtung Europaliga führt und damit die nationalen Bundesligen de facto in zweitklassige Ligen transformiert. Bislang ist es den nationalen Sportverbänden - nicht zuletzt dank der Einnahmenteilung - gelungen, die europäischen Wettbewerbe als annähernd gleichberechtigte Wettbewerbe *neben* den nationalen Ligen zu installieren - eine Leistung, die beispielsweise durch die Aufwertung der Champions League immer mehr in Frage gestellt wird.

Die neue Organisation in der Champions League zeigt, wohin die Reise bei einem Primat des wirtschaftlichen Wettbewerbs geht. Früher wurde der Pokal der Landesmeister genauso wie die anderen europäischen Wettbewerbe durchgängig im k.o.-System ausgespielt. Dies ist die typische Organisationsform für einen Wettbewerb, der zwar auf europäischer Ebene ausgetragen wird, bei dem aber die nationalen Ligen nach wie vor im Mittelpunkt des Geschehens stehen. Vor wenigen Jahren wurde daraus die Champions League entwickelt, die zu Saisonbeginn Gruppenspiele vorsieht. Erwartungsgemäß ist dieser Wettbewerb finanziell außerordentlich lukrativ, denn die Angleichung des Spielmodus mit Vor- und Rückspielen an diejenigen der nationalen Ligen suggeriert, daß nun auf europäischer Ebene das gleiche wie bisher auf nationaler Ebene geboten wird - nur eben auf einer höheren Qualitätsstufe. Die weitere Änderung in der Champions League, nämlich von den großen - genauer: den finanzstarken - Mitgliedsverbänden nicht nur die nationalen Meister, sondern - nach einer Qualifikation - auch die jeweiligen Zweiten zur Champions

⁴ Aufgrund der starken Umverteilung haben in manchen Spielzeiten die qualifizierten Mannschaften, die bereits in der ersten Runde ausgeschieden sind, weniger Geld aus der zentralen Vermarktung erhalten als die nicht-qualifizierten Vereine.



League zuzulassen und dafür die Meister der kleinen, finanziell unattraktiven Mitgliedsverbände durch eine Qualifikation zu schicken, ist der erfolgversprechende Weg, hier ein von den nationalen Ligen nicht erreichbares Qualitätsniveau zu realisieren.

Durch das Bosman-Urteil und das Verbot der zentralen Vermarktung der Fernsehrechte haben die Gerichte die Barrieren beseitigt, die die Sportverbände gegen den wirtschaftlich außerordentlich starken Trend zu einer europäischen Superliga errichtet haben. Der nächste vorhersehbare Schritt wird sein, die Größe der nationalen Ligen zu reduzieren, um den qualifizierten Mannschaften zusätzliche Spieltermine für die europäischen Wettbewerbe zu verschaffen. Ebenfalls konsequenterweise wird geplant, den Modus mit Vor- und Rückspielen in der Champions League zu erweitern, um das finanzielle Potential noch stärker auszuschöpfen. Wenn auf diese Weise die teilnehmenden Mannschaften, die aufgrund der Einzelvermarktung in Zukunft noch häufiger als bisher Jahr für Jahr die gleichen Mannschaften sein werden, in ganz Europa als Qualitätsprodukte bekannt sind, wird als krönender Abschluß die europäische Superliga eingeführt.

Mit diesem Umbau der europäischen Ligastruktur wird das Problem der Superwettbewerbe gelöst. Über den obersten nationalen Ligen wird eine neue "Europaliga" errichtet, in der die zwei oder drei stärksten Mannschaften eines Landes antreten. Um die finanziellen Konsequenzen der Superwettbewerbe auf den sportlichen Wettbewerb in den nationalen Ligen zu vermeiden, ist es entscheidend, daß diese Mannschaften nicht mehr in der höchsten nationalen Liga spielen dürfen. Diese durchgängig hierarchische Organisation von der Kreisliga bis zur europäischen Superliga ist vorstellbar, vielleicht sogar effizient im Sinne der Gewinnmaximierung. Die hierarchische Organisation steht im institutionellen Wettbewerb mit der bisherigen Ordnung eines Nebeneinanders von Bundesliga und europäischen Wettbewerben. Für eine freiheitliche Wirtschaftsordnung ist es mehr als überraschend, daß nun das Bundeskartellamt anstelle des satzungsgemäß dazu berufenen DFB den Wechsel zu der hierarchischen Organisation des sportlichen Wettbewerbs angestoßen hat.

3. Der wirtschaftliche Wettbewerb unter dem Primat des sportlichen Wettbewerbs

Unter dem Gesichtspunkt des sportlichen Wettbewerbs kommt es darauf an, Startgerechtigkeit herzustellen. Da ein Verband die Talente zwecks Verwirklichung ausgeglichener Spielstärken nicht unmittelbar den einzelnen Vereinen zuweisen kann, wird die Einnahmenteilung als ein *Hilfsmittel* eingesetzt. Nach ATKINSON/STANLEY/TSCHIRHART (1988) kann die optimale Funktionsfähigkeit des sportlichen Wettbewerbs über eine vollständige Einnahmenteilung zwischen den beteiligten Vereinen hergestellt werden. Diesem Ideal kommt die NFL mit einer Verteilung von 90% der gesamten Ligaerlöse sehr nahe (vgl. VROOMAN 1995). Durch die Umverteilung sollen auch Vereine mit einer schwä-



cheren wirtschaftlichen Basis (geringerer Einzugsbereich bei den Zuschauern), wie z.B. der 1. FC Kaiserslautern in der Saison 1997/98, eine reelle Chance haben, Deutscher Meister zu werden.⁵

Diese Chance soll nach KRUSE (1998) auch ohne finanziellen Ausgleich gegeben sein. Er führt den Erfolg einer Mannschaft auf vier Elemente zurück: Spielerpotential, mannschaftliche Geschlossenheit, Tagesform und Glück. Das Zufallselement Glück spielt immer wieder eine Rolle, erfahrungsgemäß verteilt sich seine Gunst im Zeitablauf gleichmäßig über alle Mannschaften. Die mannschaftliche Geschlossenheit hängt in der Regel entscheidend von der Leistung des Trainers ab, mithin einem Input, der den gleichen finanziellen Anreizen wie die Spieler folgt. Der Motivation sowie der mannschaftlichen Geschlossenheit sollen zu viele Stars, d.h. hochwertige Inputs, zuweilen sogar abträglich sein. Die Behauptung, daß die Motivation von Spielern mit dem Abschluß eines hochdotierten Vertrages in einem Spitzenverein sinkt und folglich zu Niederlagen gegen schlechter platzierte Mannschaften führt, ist schon oft bestätigt worden. Dazu wird häufig auf den DFB-Pokalwettbewerb verwiesen.

Es gibt immer wieder "Pokalwunder", in denen die von der Papierform hoch überlegene Mannschaft verliert, das sollte aber nicht davon ablenken, daß die weit überwiegende Zahl der Pokalspiele zugunsten der favorisierten Mannschaft ausgeht. Zwar sind die Favoritenstürze im Pokal ein Attraktivitätsfaktor, technisch anspruchsvolle und taktisch interessante Spiele liegen ihnen allerdings selten zugrunde. Ein interessantes und gutes Spiel beinhaltet eben nicht nur die Ergebnisoffenheit als solche, sondern beruht auf der Ergebnisoffenheit durch ein Ringen annähernd gleichwertiger Mannschaften. Ein Spiel wie Eintracht Trier gegen Borussia Dortmund würde bei einem regelmäßigen Aufeinandertreffen im Rahmen der Ligaspiele wohl viel von seinem Reiz verlieren.

Aus der Beobachtung des Pokalwettbewerbs läßt sich ableiten, daß sich finanzielle Leistungsfähigkeit häufig in sportliche Erfolge umsetzen läßt. Da jedoch auch die Motivation der Spieler, das Zusammenwirken als Team und schließlich auch das Glück eine Rolle spielen, setzt die sportlich gewünschte Startgerechtigkeit keine völlige Gleichverteilung der finanziellen Ressourcen voraus. Es reicht eine *substantielle* Umverteilung, weil der andere Teil des Ausgleichs durch motivationale Faktoren erfolgen kann. Insofern kann ein spannungsrei-

⁵ Interessant ist, daß die bisherige relative Ausgeglichenheit der Spielstärke in der Bundesliga als Beleg dafür herangezogen wird, daß der sportliche Wettbewerb über alle Finanzkraftunterschiede hinweg funktionsfähig bleibt, der Finanzausgleich mithin eine zu vernachlässigende Größe sei. Unserer Ansicht nach ist das Gegenteil richtig: Daß Kaiserslautern als Aufsteiger Deutscher Meister geworden ist, ist der Beleg dafür, daß die Ausgleichsmechanismen wirken und weiterhin nötig sind. Ohne den weitreichenden Finanzausgleich des DFB, der es Kaiserslautern in finanzieller Hinsicht ermöglicht hat, seinen Bundesligakader auch in der Zweiten Liga zusammenzuhalten, wäre das "Wunder" Kaiserslautern nicht denkbar gewesen.



cher sportlicher Wettbewerb durchaus mit *begrenzten* Unterschieden in der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit verbunden sein kann. Die vollen Stadien in der Saison 1997/98 zeigen, daß es für den Spannungserhalt in der Bundesliga reicht, wenn Außenseiter eine reelle Chance haben.

So positiv sich die Zentralvermarktung der Europapokal-Spiele auf den sportlichen Wettbewerb innerhalb der Bundesliga auswirkt, so negativ ist die Wirkung für die Mannschaften, die sich in internationalen Wettbewerben behaupten müssen. Die führenden Clubs aus Italien, Spanien und England haben durch das Mäzenatentum ihrer Besitzer und Präsidenten, durch Umwandlung der Rechtsform oder durch weitgehende Vermarktungsfreiheiten eine weitaus höhere Finanzkraft als die deutschen Spitzenvereine.⁶ Die ausländischen Konkurrenten sind dadurch in der Lage, bei den nach dem Bosman-Urteil explodierenden Spielergehältern mitzuhalten. Das vorerst deutlichste Beispiel dafür ist das Werben von Inter Mailand und dem FC Barcelona um den Spieler Ronaldo. Den deutschen Clubs ist das Mitbieten oft nicht möglich, nicht nur, aber auch wegen der Zentralvermarktung der Fernsehrechte.

Bis zu einem gewissen Grad können die deutschen Spitzenclubs ihr im Vergleich zu anderen europäischen Spitzenmannschaften geringeres spielerisches Potential dadurch wettmachen, daß sie in der Bundesliga auf eine große Zahl annähernd gleichstarker Gegner treffen, während in anderen Ligen die Spitzenteams zum Teil unterfordert sind. Dadurch erwerben die deutschen Mannschaften Erfahrung und Ruhe in wichtigen Spielen, was ihnen gegenüber den anderen europäischen Mannschaften einen Vorteil verschafft. Trotz dieses korrigierenden Elements zeigt sich auch hier: Geld führt zum Erfolg. Unter den 15 erfolgreichsten europäischen Mannschaften findet sich nur ein deutscher Club - Borussia Dortmund auf Platz 3 (zur Berechnung vgl. LEHMANN/WEIGAND 1997, S. 404, Fußnote 27).

Man steht in Europa vor der verzwickten Lage, daß die Rahmenbedingungen des sportlichen Wettbewerbs auf zwei miteinander verbundenen Ebenen - Superwettbewerb und nationale Liga - gleichzeitig hergestellt werden sollen. Die Kuppelproduktion von nationalen und internationalen Begegnungen impliziert, daß eine Gleichverteilung der Spielstärken weder im einen noch im anderen Wettbewerb angestrebt werden sollte. Aus dieser Sicht spricht vieles für folgendes Arrangement: Die deutschen Spitzenvereine dürfen soviel von ihren Einnahmen behalten, daß sie in den europäischen Wettbewerben eine reelle Chance haben. Umgekehrt werden die finanzschwächeren Vereine so gestellt, daß sie hin und wieder auch in der Spitzengruppe der Bundesliga mithalten können. Diese bisher gegebene Ausgeglichenheit der Spielstärke hat in der Saison 1997/98 dazu geführt, daß der 1. FC Kaiserslautern als Aufsteiger Deutscher Meister geworden ist, während gleichzeitig Borussia Dortmund

⁶ Am Beispiel Englands läßt sich das Ergebnis dieser Freiheiten in Form einer Zweiteilung der Liga beobachten (vgl. SCHUBERT 1997, S. 11).



(amtierender Sieger der Champions League und Welpokalsieger) sich nicht für einen der europäischen Wettbewerbe qualifizieren konnte. Nichtsdestoweniger, aufgrund der überlegenen wirtschaftlichen Stärke wird sich Dortmund mittelfristig vermutlich häufiger als Kaiserslautern für einen der europäischen Wettbewerbe qualifizieren.

Umgekehrt bedeutet dies, daß die deutschen Teilnehmer an den europäischen Wettbewerben ebenfalls nur die reellen Außenseiterchancen haben, die auf nationaler Ebene die finanzschwächeren Vereine in der Bundesliga haben. Die italienischen, spanischen und englischen Spitzenvereine setzen hauptsächlich auf ihren überdurchschnittlichen Spielerkader und ihre langjährigen Erfahrungen auf der europäischen Ebene, während die deutschen Teilnehmer ihre fehlende Finanzausstattung durch eine besonders glückliche Kombination der Produktionsfaktoren Teamgeist, Motivation und strategische Schachzüge des Trainers wettmachen können. Das ungebrochene Zuschauerinteresse an den europäischen Wettbewerben zeigt, daß hiermit eine hinreichende sportliche Spannung erzeugt wird. Allerdings könnte die Funktionsfähigkeit des sportlichen Wettbewerbs auf europäischer Ebene noch gesteigert werden, wenn alle Mannschaften - wie bislang in Deutschland - in ihren jeweiligen nationalen Ligen einem Zwang zur Einnahmenteilung unterliegen würden.

Es bleibt nun zu zeigen, daß gewisse Einschränkungen bei der Vermarktung der Fernsehrechte zugunsten der Gewährleistung des sportlichen Wettbewerbs ökonomisch tolerierbar sind. Dazu übertragen wir die Problemlösung v. WEIZSÄCKERS (1981) auf das Spannungsverhältnis zwischen dem wirtschaftlichen und dem sportlichen Wettbewerb. Er zeigt, daß der Wettbewerb auf der Produktionsebene nicht nach den Idealvorstellungen dieser Ebene organisiert werden kann, wenn wir gleichzeitig die Produktionsmöglichkeiten der Volkswirtschaft durch Innovationen erhöhen wollen. Wenn wir über den Patentschutz Eigentumsrechte an neuen Ideen verleihen, geben wir zwar einerseits wirtschaftliche Anreize für den Innovationswettbewerb, schränken aber gleichzeitig den Wettbewerb auf der Produktionsebene ein, indem nicht alle Produzenten gleichberechtigten Zugang zu den neuen Technologien haben. Das wichtigste Ergebnis der Übertragung auf das Spannungsverhältnis im Profisport lautet, daß eine optimale Ordnungspolitik weder den wirtschaftlichen noch den sportlichen Wettbewerb in Idealform realisieren soll.

Das erste Zurückstecken des sportlichen Wettbewerbs gegenüber den Erfordernissen des wirtschaftlichen Wettbewerbs besteht darin, daß keine vollständige Umverteilung angestrebt werden soll. Damit bleibt den einzelnen Vereinen Raum, durch besondere Tüchtigkeit in ihren Vermarktungsstrategien individualisierbare Erfolge zu erzielen. Weiterhin geht es um die Frage, ob die gesamten Einnahmen der Vereine mit einem verhältnismäßig geringen Steuersatz oder ob spezielle Einnahmearten mit einem hohen Steuersatz herangezogen werden: Bei der zentralen Vermarktung der Übertragungsrechte wäre dieser Steuersatz 100% auf die Fernseheinnahmen aus diesen Spielen.



Das erste Argument greift den negativen Einfluß der Besteuerung auf das Aktivitätsniveau der Besteueren auf. Wenn beispielsweise die Einnahmen aus dem Fan-Artikel-Verkauf substantiell besteuert würden, würden die Vereine ihre diesbezüglichen Aktivitäten beträchtlich vermindern, weil der ihnen verbleibende Anteil an den Erlösen in einem ungünstigen Verhältnis zu den Kosten stehen würde. Anders sieht es dagegen bei den Einnahmen aus den Fernsehübertragungsrechten aus, da die Vereine an einer Fernsehübertragung auch indirekt partizipieren: der Wert der Banden- und Trikotwerbung steigt - Einnahmen, die den jeweiligen Vereinen ungeteilt zufließen. Mittelfristig steigt bei häufiger Medienpräsenz auch die Reputation der Vereine, so daß künftige sportliche Flautezeiten finanziell erträglich überstanden werden können. Deshalb wird selbst eine substantielle Besteuerung der Erlöse aus den Übertragungsrechten nicht dazu führen, daß die Vereine weniger Interesse an Fernsehübertragungen haben, d.h. das Aktivitätsniveau bleibt hier gleich. Insofern ist die geringe Angebotselastizität in bezug auf Erlösänderungen ausschlaggebend für die Konzentration auf die Fernsehrechte - selbst bei einer vollständigen Konfiszierung der Fernseheneinnahmen zugunsten des Solidarfonds werden die Fernsehübertragungen angeboten, dies ist ein Phänomen, das wir in der normalen Besteuerungspraxis nicht vorfinden.

Die Eindämmung opportunistischen Handelns durch Manipulation der Bemessungsgrundlage ist das Argument für die *zentrale* Vermarktung der Fernsehrechte. Alternativ schlägt das Bundeskartellamt vor, daß bei der Einzelvermarktung alle Verwertungsverträge dem DFB zur Gegenzeichnung vorgelegt werden sollen (vgl. o.V. 1998, S. 17). Opportunistisches Verhalten wird mit einem solchen Arrangement zwar erschwert, verhindert werden kann es aber wohl kaum. Es sei hier nur auf die Möglichkeit der Fernsehsender hingewiesen, weniger für die Senderechte zu zahlen (und damit die Abgabenlast des Vereins zu mindern), aber gleichzeitig dem Hauptsponsor des betreffenden Vereins kostenlose Werbezeit zur Verfügung zu stellen, die der Sponsor über höhere Werbeverträge (die nicht durch den DFB besteuert werden) an den Verein "bezahlt". Ein Verteilungsvertrag ist immer der Gefahr des opportunistischen Verhaltens nach Vertragsschluß ausgesetzt. Die Zentralvermarktung verhindert von Beginn an die Opportunismusprobleme, die bei der Durchführung eines expliziten Verteilungsvertrages (Solidarfonds) entstehen (vgl. SCHELLHAAß/ENDERLE 1998). Da den Vereinen kein Geld direkt von den Fernsehveranstaltern zufließt, kann die Bemessungsgrundlage für die Besteuerung nicht manipuliert werden. Insofern spricht einiges dafür, daß die Zentralvermarktung die Anreizprobleme vor und die Durchführungsprobleme nach Abschluß eines gesonderten Verteilungsvertrages mit sehr geringen Transaktionskosten lösen kann.

Allerdings - und hier ist den kritischen Stellungnahmen von KRUSE (1998) und v. WEIZÄCKER (1998) zuzustimmen - wäre es ein Treppenwitz der Geschichte, wenn man nach der mühevollen Abschaffung der wettbewerbspolitischen Ausnahmebereiche für Verkehr, Versorgung und Telekommunikation nun einen

neuen Ausnahmereich für den Profisport einführen würde. Wettbewerbspolitische Ausnahmereiche befreien die begünstigten Industrien weitgehend von der Anwendung des GWB. Dies ist weder bei den genannten Branchen noch beim Profisport erforderlich. Im Fall der zentralen Vermarktung der Übertragungsrechte geht es nicht um die Einrichtung eines wettbewerbspolitischen Ausnahmereiches, sondern um die Befreiung von den wettbewerbsrechtlichen Vorschriften, die der Gewährleistung eines funktionsfähigen sportlichen Wettbewerbs entgegenstehen.

Sportlicher und wirtschaftlicher Wettbewerb sind als gleichrangige Ausprägungen von Wettbewerb zu betrachten. Insofern kann es nicht darum gehen, den sportlichen Wettbewerb völlig dem Postulat der Freiheit des wirtschaftlichen Wettbewerbs unterzuordnen - wie es die Begründung des BGH-Urteils suggeriert - noch kann es darum gehen, den wirtschaftlichen Wettbewerb völlig den Erfordernissen des sportlichen Wettbewerbs unterzuordnen - wie es vielleicht in der Vergangenheit bisweilen geschehen ist. Wir plädieren deshalb für eine Lösung, die die Einschränkung des wirtschaftlichen Wettbewerbs auf die Kernelemente begrenzt, die für die Aufrechterhaltung des sportlichen Wettbewerbs unabdingbar sind. Konkret geht es um die Freistellung der zentralen Vermarktung von Profisportveranstaltungen vom Kartellverbot. Diese ist vom Deutschen Bundestag am 7. Mai 1998 durch die Einführung des § 31a GWB neue Fassung realisiert worden. Diese Problemlösung hat zwei Vorteile: Zum einen gelten die anderen Bestimmungen des GWB für die Sportverbände in gleicher Weise wie für jedes andere Unternehmen. Warum sollte nicht etwa ein Verein wegen Behinderungsmissbrauchs belangt werden, wenn er den Verkauf einer Eintrittskarte für das (attraktive) Europapokal-Spiel gegen Inter Mailand mit dem Verkauf einer Eintrittskarte für das nachfolgende Heimspiel gegen Bochum koppelt? Zum anderen stellt die Freistellung vom Kartellverbot die Sportverbände unter Erfolgszwang: Die Freistellung wird nur gewährt, wenn die mit der Kartellgründung angestrebten Wirkungen, hier die Aufrechterhaltung eines funktionsfähigen sportlichen Wettbewerbs, mit Hilfe einer substantiellen Umverteilung der Fernseheinnahmen erreicht werden. Insofern ist für die Freistellung vom Kartellverbot eine klar definierte Gegenleistung zu erbringen - wie es auch der Deutsche Bundestag in seiner EntschlieÙung noch einmal bekräftigt hat.

4. Wettbewerbspolitische Modifikationen der Zentralverwaltung

Ein gewichtiger Kritikpunkt der Gegner der Zentralvermarktung richtet sich gegen die Bündelung der Rechte an den internationalen Wettbewerben zu einem Paket, das exklusiv an einen Sender verkauft wird. Dieser Paketverkauf begünstigt wegen des hohen Preises die finanzstarken Sender und trage so zur Medienkonzentration bei. Die Problematik hat v. WEIZSÄCKER (1998, S. 17) sehr prägnant zusammengefaßt: "Sportpolitik ist Medienpolitik, ist Machtpolitik." Insofern ist zu prüfen, ob die Einzelvermarktung die wettbewerbspolitischen



Problemfälle im Grenzbereich zwischen Medien und Sport lösen kann. Dabei kommt es in einer Wettbewerbswirtschaft nicht darauf an, ob irgendeine Entwicklung vorstellbar oder wünschenswert ist, sondern entscheidend ist, ob sie die gewinnmaximale Strategie für die beteiligten Marktakteure darstellt. Dabei ist zwischen verschiedenen Fallgestaltungen zu unterscheiden.

Die Übertragung von Spitzensportveranstaltungen ist heute von enormer strategischer Bedeutung für den Marktzutritt neuer und für das Profil etablierter Fernsehsender. Insofern gibt es einen intensiven Wettbewerb um die Übertragungsrechte - mit der Folge, daß Sportübertragungen heute zu den teuersten Programmkategorien gehören.⁷ Theoretisch könnten die Rechte für sämtliche Fußballübertragungen von einem einzigen Sender erworben werden. Wirtschaftlich würde dies Sinn machen, wenn für den Rundfunkveranstalter der Wert eines Paketes größer wäre als die Summe der Werte der Übertragungsrechte bei Einzelvergabe. In der Praxis geschieht dies nicht. Die Rechte für die drei europäischen Wettbewerbe werden an verschiedene Rundfunkanstalten vergeben, und die Rechte für die Bundesligaübertragungen werden nach Freitags-, Samstags- und Sonntagsspielen auf verschiedene Sender aufgeteilt. Offensichtlich genügt es für die Profilierung eines Rundfunkanbieters, wenn er sich durch die Übertragung *eines* der attraktiven Wettbewerbe als ein die Präferenzen der Zuschauer achtender Sender darstellt.

Geht man davon aus, daß die großen Fernsehveranstalter die Übertragung eines attraktiven Sportwettbewerbs als unabdingbar ansehen, werden sie mit ihren Geboten jeweils an ihre maximale Zahlungsbereitschaft herangehen, bis sie den Zuschlag für einen Wettbewerb gewonnen haben. In der Tat sind die Kosten für Übertragungsrechte so hoch, daß sie durch die Werbung im unmittelbaren Umfeld der Übertragung nicht eingespielt werden können. Sie lassen sich nur rechtfertigen, wenn über verbundene Nachfragen und den Aufbau von Reputation die Sehbeteiligung anderer Programme des gleichen Rundfunkveranstalters ansteigt. Sobald sich jedoch ein Rundfunkveranstalter die Übertragungsrechte für einen Sportwettbewerb gesichert hat, sinkt die Zahlungsbereitschaft für die Übertragungsrechte aller weiteren, noch nicht zugeteilten Wettbewerbe signifikant ab, weil sie nur noch einen kleinen zusätzlichen Beitrag zum Reputationsaufbau leisten würden. Folglich ist die Zahlungsbereitschaft für mehrere Wettbewerbe im Paket niedriger als wenn der DFB jeden Wettbewerb einzeln an verschiedene Sender verkauft. Insofern spricht das Gewinnerzielungsmotiv des DFB dafür, die medienpolitischen Ziele der Konzentrationsbekämpfung zu unterstützen.

Die Kritik an dem Paketverkauf kann man auch dahingehend interpretieren, daß in Zukunft jedes Spiel gesondert vermarktet werden sollte. Zumindest für

⁷ Und dies ist - zumindest im UEFA-Pokal und im Pokal der Pokalsieger - nicht ein Effekt des Angebotsmonopols des DFB, sondern beruht auf einer durch den Spielmodus fest vorgegebenen Zahl von Spielen bei stark steigender Nachfrage.



die Europapokal-Spiele ist dies keine realistische Option, weil die gesamte Wertschöpfungskette optimiert werden muß. Aus der Sicht des Senders geht es hier nicht um den Verkauf eines bestimmten Spiels, sondern um den Verkauf seiner Kapazität, genauer um den Verkauf seiner Werbezeiten. Insofern muß der Sender der werbenden Industrie die Gewähr dafür bieten, daß sie ihre langfristigen Werbestrategien realisieren kann. Dies geht nicht, wenn Ungewißheit darüber besteht, ob der Sender auch das nächstfolgende Spiel übertragen darf. Beispielsweise macht das bekannte Sponsoring ("Die erste Halbzeit des Spiels Real Madrid gegen Borussia Dortmund wurde Ihnen präsentiert von xxx") nur dann Sinn, wenn es zu Wiederholungen kommt, so daß der Zuschauer die Werbung mit einem bestimmten Ereignis assoziiert. Insofern kann man auch bei einer Einzelvermarktung nicht erwarten, daß die Übertragungsrechte für einzelne Spiele, sondern ebenfalls für eine gesamte Saison verkauft werden.

Ein Punkt verdient aus sportökonomischer Sicht besondere Aufmerksamkeit: "Und die weniger bekannten Vereine hätten die Möglichkeit, sich mit Hilfe regionaler Übertragungen auf eigene Initiative zusätzliche Einnahmen zu verschaffen" (v. WEIZSÄCKER 1998, S. 17). Bei Einzelvermarktung könnte man sich dann vorstellen, daß beispielsweise die Spiele von Bayern München, Borussia Dortmund und dem 1. FC Kaiserslautern in bundesweiten Programmen live übertragen werden, während gleichzeitig die Spiele von Hansa Rostock oder dem VfL Wolfsburg regional übertragen werden. Diese, bei einem Primat des wirtschaftlichen Wettbewerbs durchaus vorstellbare Entwicklung würde jedoch nicht - entgegen den Äußerungen der Befürworter - die kleinen Vereine relativ besserstellen, da die Schere zwischen den Preisen der Rechte attraktiver und unattraktiver Spiele sehr weit auseinanderklafft. Im Gegenteil: Die Kluft zwischen arm und reich würde sich vergrößern. Da ist es für die kleinen Vereine doch finanziell attraktiver, auf die regionale Übertragung ihrer Spiele ganz zu verzichten und dafür im gleichen Umfange wie die großen Vereine an den Gesamteinnahmen des DFB zu partizipieren.

Die gleiche Argumentation trifft auf die zeitlichen Schutzfristen zu, die von KRUSE (1998) als künstliche Begrenzung des Angebots interpretiert werden. Bei den europäischen Pokalwettbewerben, die stets an einem Wochentag stattfinden, gibt es eine Reihe von Sportinteressierten, die aus beruflichen oder privaten Gründen die Liveübertragungen nicht sehen können. Insofern spricht vieles dafür, daß zeitversetzte Sendungen - in voller Länge oder als Zusammenfassung - profitabel angeboten werden können. Allerdings schmälert eine Zweitverwertung den Wert des Hauptrechts (Liveübertragung). Da aber Fußballübertragungen - im Gegensatz zu Spielfilmen - aus der Sicht der Zuschauer kaum lagerfähig sind, können die Inhaber der Hauptrechte auch mit relativ kurzen Schutzfristen leben. Weil zur Aufrechterhaltung des sportlichen Wettbewerbs keineswegs die Zentralvermarktung *aller* Medienrechte erforderlich ist, spricht nichts dagegen, den Vereinen die Zweitverwertungsrechte zu überlassen. Man sollte jedoch nicht erwarten, daß eine solche Maßnahme die



Position der kleinen Vereine stärkt. Aufgrund des medialen Hebels werden bei zeitversetzten Zweitverwertungen auch geringe erwartete Unterschiede in der Spielstärke zu einem vielfach größeren Unterschied im wirtschaftlichen Erfolg zugunsten der sportlich erfolgreichen Teams führen.

5. Schlußbemerkungen

Im Interesse spannender sportlicher Wettkämpfe sind in fast allen professionell betriebenen Mannschaftssportarten institutionelle Vorkehrungen gegen eine Langeweile hervorrufende Dominanz einzelner Teams getroffen worden. Die Einteilung in unterschiedliche Leistungsklassen ist Standard, d.h. die Freiheit des Teilnehmers, zu starten, wo er will, wird beschränkt. Auch innerhalb der einzelnen Leistungsklassen wird häufig durch einengende Vorschriften die Ausgeglichenheit der Startchancen tendenziell gefördert. Glücklicherweise können sich jene Sportverbände schätzen, bei denen das eingesetzte Material eine entscheidende Rolle für Sieg oder Niederlage spielt. Beispielsweise werden in der Formel 1 zur Herstellung der Startgerechtigkeit relativ häufige Änderungen der technischen Normen eingesetzt, für die sich das Bundeskartellamt nicht interessiert. Pech haben dagegen diejenigen Sportverbände, bei denen Sieg oder Niederlage hauptsächlich vom Inputfaktor "Mensch" abhängen. Da sich eine unmittelbare Zuteilung von Talenten auf die einzelnen Vereine verbietet, bleibt ihnen nur der Weg, sportliche Ausgeglichenheit indirekt über eine Abschwächung des wirtschaftlichen Wettbewerbs zu realisieren. Damit fallen sie in den Zuständigkeitsbereich des Bundeskartellamtes.

Das Bundeskartellamt ist nicht bereit, die zentrale Vermarktung der Fernsehrechte als eine aus institutionenökonomischer Sicht effiziente Verknüpfung eines expliziten Vertrags über den Verkauf der Fernsehrechte mit einem impliziten Verteilungsvertrag anzuerkennen, obwohl WILLIAMSON (1990, S. 40) gerade im Hinblick auf kartellrechtliche Zusammenhänge immer wieder darauf verwiesen hat, daß Nicht-Standard-Verträge *nur in ihrer Gesamtheit* sinnvoll geprüft werden können. Unsere theoretisch abgeleiteten Ergebnisse werden durch die zwischenzeitlich eingetretene Entwicklung bestätigt. Der neue explizite Verteilungsvertrag schwächt die wirtschaftlichen Unterschiede zwischen den Vereinen weniger stark als der frühere implizite Verteilungsvertrag ab. Dies gilt sowohl für die Gruppe der für die europäischen Wettbewerbe qualifizierten Mannschaften im Verhältnis zu der Gruppe der übrigen Bundesliga-Vereine als auch für das Verhältnis der qualifizierten Vereine untereinander. Während früher allein der sportliche Erfolg über die Höhe der Fernseheinnahmen eines qualifizierten Vereins entschieden hat (1 Mio. DM pro Runde), wird heute die Einzelvermarktung dazu führen, daß Bayern München seine Spiele zu einem vielfach höheren Preis als der MSV Duisburg vermarkten kann. Da wirtschaftliche Leistungsfähigkeit den sportlichen Erfolg entscheidend mitbestimmt, hat das BGH-Urteil nicht nur Auswirkungen auf den wirtschaftlichen Wettbe-



werb, sondern auch auf das Produkt, das der Deutsche Fußballbund anbieten kann.

Das Produkt eines Sportverbandes besteht nicht nur aus dem technischen Regelwerk, sondern auch aus einem System von finanziellen Anreizen, das für die Attraktivität und die Medienpräsenz der Mitglieder des jeweiligen Sportverbandes entscheidend ist. Ziel der bisherigen institutionellen Rahmenbedingungen war es, die Bundesliga im Zentrum des Fußballinteresses zu positionieren. Mit dem BGH-Urteil über das Verbot der zentralen Vermarktung der Fernsehrechte sind die finanziellen Spielregeln so geändert worden, daß die wirtschaftlichen Anreize zur Gründung einer europäischen Superliga übermächtig werden. Damit ist abzusehen, daß das gleichzeitige Mitwirken der Spitzenvereine in den europäischen Wettbewerben und in den nationalen Ligen ein Ende finden wird.

Es mag sein, daß eine solche Entwicklung ohnehin nicht aufzuhalten ist. Die organisatorischen Änderungen bei der Champions League weisen in diese Richtung. Dennoch ist dies unseres Wissens das erste Mal, daß das Bundeskartellamt nicht nur - zulässigerweise - in die Preis- und Mengenpolitik eines Kartells, sondern auch - nach der Konzeption der Wettbewerbsfreiheit unzulässigerweise - in die Produktpolitik eines Verbandes eingegriffen hat. Es gehört zu den typischen verbandspolitischen Entscheidungen, marktfähige Produkte zu entwickeln und zu entscheiden, wann sie durch Innovationen ersetzt werden sollen. Der Übergang von einem System des gleichzeitigen Mitwirkens in den nationalen und europäischen Wettbewerben zu einem hierarchischen System der sich gegenseitig ausschließenden Teilnahme an der Europa- oder Bundesliga stellt eine solche Innovation dar. In diesem Fall haben so sportferne Institutionen wie das Bundeskartellamt und der BGH durch eine Veränderung der wirtschaftlichen Anreize in die sportliche Ausgeglichenheit innerhalb der Bundesliga eingegriffen und damit das Produkt "Profifußball" in Richtung auf eine Europaliga verändert. Ist die Wahl der auf dem Markt angebotenen Liga-Organisation nicht auch eine Ausprägung der Freiheit des Wettbewerbs?

Zusammenfassung

Das BGH-Urteil über das Verbot der zentralen Vermarktung der Fernsehrechte für Heimspiele der deutschen Teilnehmer im UEFA-Pokal und im Europapokal der Pokalsieger hat zugleich die Teilung der Erlöse, mit der der DFB bisher die finanzschwächeren Vereine unterstützt hat, beendet. In diesem Beitrag analysieren wir, ob (a) die vom Bundeskartellamt behaupteten Preis- und Mengenwirkungen eines Kartells wirklich eintreten, (b) ob es finanzielle Anreize für die vom Bundeskartellamt vorgeschlagene freiwillige Einnahmenteilung zwischen den Vereinen in Form eines Solidarfonds gibt und (c) welche Wirkungen sich durch die Einzelvermarktung der Fernsehrechte auf den sportlichen Wettbewerb in der Bundesliga und das Produkt "Profisport" ergeben.

Literatur

ATKINSON, S., STANLEY, L. und TSCHIRHART, J.: Revenue Sharing as an Incentive in an Agency Problem: an Example from the National Football League. RAND Journal of Economics 19 (1988), S. 27-43.

BUNDESGERICHTSHOF: Urteil vom 11. Dezember 1997, KVR 7/96.

CLAPHAM, R.: Das wettbewerbspolitische Konzept der Wettbewerbsfreiheit. In: Handbuch des Wettbewerbs (Hrsg. H. COX, U. JENS und K. MARKERT), München 1981, S. 129-148.

COX, H.: Kartelle - Strukturanalyse, Wettbewerbswirkungen und wettbewerbspolitische Behandlung. In: Handbuch des Wettbewerbs (Hrsg. H. COX, U. JENS und K. MARKERT), München 1981, S. 225-269.

FRANCK, E.: Die ökonomischen Institutionen der Teamsportindustrie. Wiesbaden 1995.

FRANCK, E. und MÜLLER, J.C.: Zur ökonomischen Struktur des sogenannten Rattenrennens. Freiburger Arbeitspapiere Nr. 97/15 (1997).

KRUSE, J.: Auch ohne ein Monopol des DFB können kleine Klubs überleben. Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 7.4.1998, S. 39.

LEHMANN, E. und WEIGAND, J.: Money Makes the Ball Go Round. ifo Studien 43 (1997), S. 381-409.

O.V.: "Eine Sonderregelung für den Sport im Wettbewerbsrecht darf es nicht geben". Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 9.2.1998, S. 17.

QUIRK, J. und FORT, R.D.: Pay Dirt. The Business of Professional Team Sports. Princeton 1992.

SCHELLHAAß, H.M und ENDERLE, G.: Die zentrale Vermarktung von Europapokalspielen aus ökonomischer Sicht. Wirtschaftsdienst 78 (1998), S. 294-300.

SCHUBERT, C.: Der Ball rollt in die Börse. Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 27.12.1997, S. 11.

VROOMAN, J.: A General Theory of Professional Sports Leagues. Southern Economic Journal 61 (1995), S. 971-990.

WEIZSÄCKER, C.C. VON: Rechte und Verhältnisse in der modernen Wirtschaftslehre. Kyklos 34 (1981), S. 345-376.

WEIZSÄCKER, C.C. VON: Keine Medienmacht für den Fußballbund. Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 18.2.1998, S. 17.

WILLIAMSON, O.E.: Die ökonomischen Institutionen des Kapitalismus: Unternehmen, Märkte, Kooperationen. Tübingen 1990.

