

In: Franz Jaeger & Winfried Stier (Hrsg.)
Sport und Kommerz. 2000, S. 17-34
Neuere ökonomische Entwicklungen im
Sport, insbes. im Fussball. Rüegger, Chur und Zürich.
Citius, Altius, Fortius in Sport und Wirtschaft –
Eine ökonomische Analyse des Sports

PROF. DR. BRUNO S. FREY

INHALTSANGABE

1. Sport und Ökonomie
2. Sportereinkommen
3. Wettbewerb unter Sportlern, Monopole bei Verbänden
4. Sportliche Grossanlässe
5. Schlussbemerkungen

1. Sport und Ökonomie

Sport und Wirtschaft sind eng verwoben: „Sport has become big business“. Der Sportmarkt ist in den letzten Jahrzehnten buchstäblich explodiert und wächst auch heute noch mit riesiger Geschwindigkeit. Sport ist zu einem wichtigen Teil der Unterhaltungsindustrie geworden.

Diese Aussagen gelten heute nicht nur für den Spitzensport, sondern auch für die aus Gesundheitsgründen oder aus Liebhaberei betriebene sportliche Tätigkeit. Der Amateurstatus dominierte lange Zeit auch den Spitzensport. So hat zum Beispiel Roger Bannister, der 1954 zum ersten Mal die Meile unter 4 Minuten lief, nicht einen Penny dafür erhalten. Olympiasieger, die anschliessend auch nur lächerlich kleine Geldsummen entgegennahmen, wurden geächtet und mussten ihre Medaillen zurückgeben. Diese Regel galt selbst dann noch, als die Sportverbände bereits riesige Summen durch Zuschauer- und Werbeeinnahmen kassierten.

Der moderne Sportmarkt ist enorm vielfältig geworden. Auf der Anbieterseite stehen die Sportler selbst, die Sportverbände und die Sportartikelindustrie, auf der Nachfragerseite die Zuschauer, das Fernsehen (und die anderen Medien) und die Sponsoren. Diese Akteure sind in Abbildung 1 dargestellt.

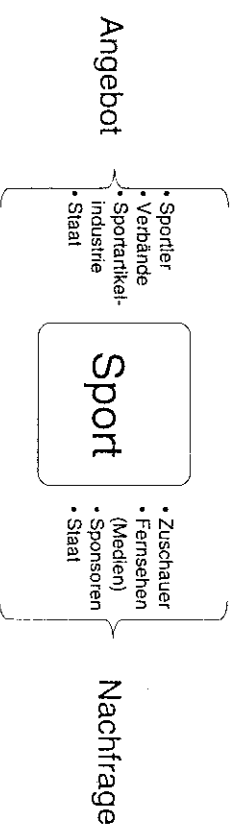


Abbildung 1: Der Sportmarkt

Aber auch der Staat ist auf dem Sportsektor auf beiden Seiten des Marktes aktiv. Er unterstützt und beeinflusst das Angebot an sportlichen Leistungen mit Hilfe von Subventionen und Steuererleichterungen, aber vor allem durch Regulierungen. Als Nachfrager ist er an Sport interessiert, weil dadurch das Ansehen der Nation gesteigert werden kann.

Aus dieser Aufzählung wird deutlich, dass sich der Sportmarkt in verschiedener Hinsicht von anderen Märkten unterscheidet. Im Gegensatz zu vielen anderen wirtschaftlichen Tätigkeiten muss das Ergebnis eines Wettkampfes unsicher sein. Wenn sicher wäre, welcher Tennisspieler Wimbledon gewinnt oder welcher Club die Fussballmeisterschaft erringt, wäre die Spannung verloren und das Zuschauerinteresse würde schlagartig zurückgehen. Diese Eigenschaft unterscheidet sportliche wesentlich von kultureller Unterhaltung, denn dort weiss (beinahe) jeder Zuschauer, wie Hamlet ausgeht. Ähnlich wie bei der Kunst ist aber die Bedeutung der „Superstars“, d.h. Personen, die ein weit höheres Einkommen als alle anderen Unterhalter verdienen. Die Spitzeneinkommen sind gigantisch und die Verteilung sehr ungleich. Ein weiteres typisches Merkmal des Sportmarktes ist die Diskrepanz zwischen den im harten Wettbewerb stehenden Sportlern und den monopolistischen Sportverbänden. Ebenso kann als erstaunlich angesehen werden, dass der Staat den Spitzensport unterstützt, obwohl dieser heute ja auf dem Markt riesige Einnahmen erzielt.

In diesem Beitrag wird der Sportmarkt mit Hilfe der ökonomischen Analyse betrachtet. Im Zentrum steht eine Vorstellung menschlichen Handelns, die von der Wirksamkeit von Anreizen auf das Handeln ausgeht. Diese Verhaltensanreize hängen entscheidend von den institutionellen Gegebenheiten ab. So ist es beispielsweise wichtig, ob der Staat einem Verband ein faktisches oder sogar legales Monopol für eine bestimmte Sportart zuweist, denn dadurch entscheidet sich die Verteilung des Gewinnes zwischen der

Sportorganisation und den Sportlern. Die Anwendung des ökonomischen Denkens auf Bereiche ausserhalb der Wirtschaft hat in den letzten Jahren einen Siegeszug angetreten, etwa in Form der Ökonomie der Umwelt, der Gesundheit, der Kriminalität, der Religion oder der Kunst (vgl. Becker 1982; Frey 1990; Kirchgässner 1991). Gleichzeitig sind wertvolle interdisziplinäre Beziehungen zu den angrenzenden Sozialwissenschaften entstanden (Ökonomie des Rechtes, der Geschichte, der Politik etc.).

Für die Sportwissenschaft stellt die Ökonomie des Sports eine Herausforderung dar. Sie hat sich bisher nur nebenbei mit den wirtschaftlichen Aspekten des Sports befasst und hatte oft nicht die dazu notwendigen methodischen Grundlagen zur Verfügung. Die Ergänzung durch eine ökonomische Betrachtung ist heute angesichts der starken Kommerzialisierung und Etablierung des Sports unumgänglich. Die ökonomische Verwertbarkeit des Sports ist rapide gestiegen, und in Verbindung mit dem Sport sind völlig neue Industriezweige (z.B. für Jogginganzüge und alle Arten von Sportschuhen) entstanden. Die gewinnorientierte Sportindustrie ist wesentlich an der Entwicklung und Popularisierung neuer Sportarten beteiligt, wie etwa Surfen, Thai Boxen, Volksläufen oder In-line Skating.

In diesem Aufsatz können nur wenige Aspekte gestreift werden. Es sei auf die inzwischen umfangreiche sportökonomische Literatur hingewiesen. Besonders zu erwähnen sind Kubats Dissertation über den „Markt für Spitzensport“ (1998) oder Heinemanns „Texte zur Ökonomie des Sports“ (1984) und „Einführung zur Ökonomie des Sports“ (1995). Die Sportökonomik wurde und wird stark durch die Forschung in den Vereinigten Staaten beeinflusst; vgl. z.B. den von Goff und Tollison herausgegebenen Sammelband „Sportometrics“ (1991) oder Scully (1995). Daneben erscheinen fortlaufend Aufsätze in wissenschaftlichen Zeitschriften, so etwa der frühe Beitrag von Gärtner und Pommerehne (1978) oder die neueren

Arbeiten von Weber (1994) oder Szymanski und Smith (1997). Nützlich sind auch die Beiträge in der Zeitschrift *The Economist*, etwa über „The Sports Business“ (25. Juli 1992) oder über „Sport and Television“ (20. Juli 1996).

Im 2. Abschnitt wird diskutiert, warum einige Sportler so enorm viel, aber die allermeisten nur wenig verdienen. Im folgenden Abschnitt wird der Gegensatz zwischen den im Wettbewerb stehenden Sportlern und den monopolistischen Sportverbänden behandelt. Abschnitt 4 widmet sich einigen Aspekten sportlicher Grossanlässe wie Olympischer Spiele oder Weltmeisterschaften. Der Aufsatz endet mit einigen Schlussfolgerungen.

2. Sportlereinkommen

In der Unterhaltungsindustrie Sport finden sich, wie aus der Boulevardpresse wohlbekannt, einige Bezieher riesiger Einkommen. Tabelle 1 gibt eine Vorstellung für das Jahr 1996. Sie wird dauernd durch immer neue Spitzeneinkommen überholt.

Sportler	Sportart	Jahreseinkommen (in Mio. US\$)
Mike Tyson	Boxen	75,0
Michael Jordan	Basketball	52,6
Michael Schumacher	Formel 1	33,0
Shaquille O'Neal	Basketball	24,4
Ermit Smith	American Football	16,5

Evander Holyfield	Boxen	15,5
Andre Agassi	Tennis	15,2
Arnold Palmer	Golf	15,1
Dennis Rodham	Basketball	12,9
Patrick Ewing	Basketball	12,4

Tabelle 1: Jahreseinkommen von Sportlern, 1996 (Bruttoverdienste aus Löhnen, Preisgeldern und Werbeeinnahmen), Quelle: Neue Zürcher Zeitung, 5. Dezember 1996

Immerhin wird auch so deutlich, dass einige Sportler heute zu den am besten bezahlten Unterhaltern zählen. Die etwa durch Mike Tyson oder Michael Jordan erzielten Einkommen übertreffen das Jahreseinkommen der meisten Einkommensbezieher nicht um das Hundertfache, sondern um das Tausendfache.

Diesen Rieseneinkommen der „Superstars“ stehen die Einkommen fast aller anderen Sportler gegenüber, die nur mühsam ein Durchschnittseinkommen erreichen. Empirische Untersuchungen haben in der Tat gezeigt, dass die Sportlereinkommen extrem ungleich verteilt sind (Kubat 1998: 30-31). Die besten 100 der 500 besten Tennisspieler (d.h. 20%) haben zum Beispiel im Jahre 1997 über 75% der Preisgelder kassiert. Der die Ungleichheit der Einkommen erfassende Gini-Koeffizient erreicht den Wert 0,73 (bei vollkommener Ungleichheit ist der Gini-Koeffizient 1, bei einer Gleichverteilung 0). Dieser Wert kann mit dem entsprechenden Koeffizienten für die Einkommen in der Schweiz verglichen werden. Mit Daten von 1992 liegt er (je nach Art der Berechnung) zwischen 0,24 und 0,30, d.h. das Einkommen der Schweizer ist weit gleichmässiger verteilt als dasjenige der 500 besten Tennisspieler. Würden alle in der ATP und WTA Wertung aufgenommenen Spielerinnen und Spieler berücksichtigt und

würden auch die Sponsorengelder hinzugenommen, wäre die Ungleichheit unter den Tennisspielern noch weit grösser.

Wie erklären sich diese Rieseneinkommen einiger Sportler? Dazu kann auf die in der Kunstkonomie (wo sich ganz ähnliche Ungleichheiten zeigen) entwickelte Theorie der „Superstars“ (Rosen 1981) zurückgegriffen werden, wobei sowohl Nachfrage- wie auch Angebotsfaktoren zu berücksichtigen sind. Beim Angebot sind vor allem die seit dem Radio, aber insbesondere dem Fernsehen entstandenen technologischen Möglichkeiten zur Verbreitung entscheidend. Die zusätzlichen Kosten zur Steigerung der Zuschauerzahlen sind sehr gering. Im Prinzip sind die Kosten für ein Publikum von 10 Millionen etwa gleich hoch wie für 100 Millionen. Spitzenleistungen können somit mit geringem zusätzlichem Aufwand einem grösseren Publikum zugänglich gemacht werden. Diese technologische Möglichkeit führt zu ausgeprägten Grössenvorteilen und damit zur Konzentration auf wenige Sportarten und Sportler. Auf der Nachfrageseite ist entscheidend, dass die meisten Zuschauer sich in jeder Sportart nur einige wenige Sportler merken können. Wer kennt denn mehr als zwei oder drei Skispringer oder Diskuswerfer? Obwohl die mit diesen konkurrierenden Sportlern beinahe so gut sind, bleiben sie unerkannt und sind für die Zuschauer wenig attraktiv. Tenniszuschauer sind zum Beispiel nicht zufrieden, wenn sie anstatt *eines* Spiels zwischen zwei Spitzenkönnern dafür *zwei* Spiele zwischen weniger guten Spielern sehen (unvollkommene Substitution zwischen unterschiedlichen Qualitätsniveaus). Aus diesem Grund werden den Superstars Gehälter geboten, die in keinem Verhältnis zu ihrem nur etwas besseren Talent und sportlichen Fähigkeiten stehen.

Nur ganz wenige Sportler werden Superstars. Dennoch versuchen unzählige junge Leute, diesen Status zu erlangen. Wie lässt sich dies erklären? Es lassen sich vier Gründe anführen:

1. Die jungen Leute überschätzen systematisch ihre Erfolgchance (vgl. dazu die Theorie der Verhaltensanomalien: Frey und Eichenberger 1989; Thaler 1992).
2. Die Umsteigekosten in einen anderen Beruf sind gering, wenn sich abzeichnet, dass man nicht zur Spitze gelangt.
3. Für manche bietet der Sport die einzige Möglichkeit, überhaupt ein ausreichendes Einkommen zu erzielen. Die Opportunitätskosten des Verfalls einer sportlichen Karriere sind z.B. für im Hochland lebende Afrikaner oder für südamerikanische Slumbewohner wesentlich geringer als bei uns. Entsprechend gibt es viele professionelle kenianische Läufer und südamerikanische Fussballspieler.
4. Eine vorübergehende Sportkarriere führt zu sozialer Anerkennung und Bekanntheit, was sich in einem späteren Beruf auszahlen kann, auch wenn im Sport nur wenig oder gar nichts verdient wurde. Nicht selten verfolgen Sportler nach ihrem Ausstieg eine Karriere in den Medien oder in der Politik.

Die enorm hohen Einkommen einiger Spitzensportler erwecken oft Neid. Ist es gerecht, wenn eine Tennisspielerin, die nicht viel anderes kann als Bälle über ein Netz zu schlagen, das Tausendfache einer Krankenschwester verdient? Gemäss dem Prinzip der Leistungsgerechtigkeit sind diese Einkommen berechtigt, denn die Sportmärkte sind offen (in aller Regel offener als die meisten anderen Arbeitsmärkte, d.h. gute Beziehungen und Protektion nützen nur wenig oder gar nichts) und deshalb kann jede und jeder versuchen, eine ebenso gute sportliche Leistung wie der bereidete Superstar zu erreichen. Allerdings gelingt dies selten, weil eben einige Sportler noch begabter, fleissiger und leistungsfähiger als andere sind.

Diskutabel ist allerdings, ob die riesigen Einkommensunterschiede notwendig sind, um die für eine sportliche Spitzenleistung notwendigen An-

reize zu geben. Insofern als es sich nur um einen Positionswettkampf handelt, bleiben die Anreize auch bei einer höheren Besteuerung der Spitzeneinkommen weitgehend erhalten (Frank und Cook 1995). Allerdings entsteht dann die Gefahr, dass die räumlich sehr mobilen Superstars in Orte mit geringerer Steuerbelastung ausweichen (also sich z.B. in Monaco „niederlassen“). Deshalb wird durch eine solche Steuerpolitik auf dem Sportlermarkt nichts gewonnen, sondern die Steuererträge würden sogar häufig nur einen Teil des von ihnen geschaffenen Mehrwerts erhalten. So wurde etwa berechnet, dass Michael Jordan für die *anderen* Teams der National Basketball Association ungefähr 53 Millionen Dollar Wert ist, weil er die Attraktivität dieses Sports erhöht (Hausmann und Leonard 1997). Nach einer anderen Studie (Brown 1993) ist ein sehr guter Footballspieler über sein eigenes Gehalt hinaus seinem Team jährlich 500'000 Dollar wert.

3. Wettbewerb unter Sportlern, Monopole bei Verbänden

In jeder Sportart existiert gewöhnlich nur ein nationaler und internationaler Verband. Ausnahmen gibt es u.a. im Schach, Snowboard, Boxen und einigen sich konkurrenzifizierenden Ligen im Mannschaftssport. Die Sportler sind in aller Regel auf eine Sportart festgelegt, wo sie untereinander in einem harten Wettbewerb stehen (nur in wenigen Sportarten werden die Sieger unabhängig von der Leistung festgelegt; in diesem Fall handelt es sich um Betrug gegenüber den Zuschauern). Gegenüber ihrem monopolistischen Verband befinden sich die Sportler in einer Situation der Abhängigkeit. Entsprechend ist zu erwarten, dass der Verband einen grossen Teil der auf die Tätigkeit der Sportler zurückgehenden Gewinn für sich behält und nur einen geringen Teil an die Sportler ausschüttet. Ein Beispiel ist das Olym-

pische Komitee, das wegen des Monopols auf ihre Spiele riesige Einnahmen aus Sponsorbeiträgen und Fernsehrechten erzielt, aber die Sportler für die Ehre kämpfen lässt.

Die monopolistische Marktstruktur ist nicht zufällig, sondern weitgehend durch die Struktur des Sportmarktes bestimmt. Es lassen sich fünf wichtige Gründe anführen (vgl. z.B. Kubal 1998: 43-49):

1. Die Etablierung einer Sportart erfordert hohe Fixkosten. Die Regeln müssen festgelegt und vor allem muss der Sport bekannt gemacht werden. Diese Kosten sind versunken und wirken als Eintrittsbarrieren. Neue Verbände müssten die Organisationskosten selbst tragen und sind deshalb gegenüber dem bereits etablierten Verband im Nachteil.
2. Sportveranstaltungen weisen, wie bereits erwähnt, stark sinkende Durchschnittskosten für einen zusätzlichen Zuschauer auf, so dass längerfristig nur ein Anbieter (Verband) überleben kann. In diesem Sinne verfügen Sportverbände über ein „natürliches“ Monopol.
3. Die Zuschauer scheuen zusätzliche Informationskosten, wodurch die bereits etablierten Anbieter begünstigt werden.
4. Das monopolistische Angebot geht häufig auf den Zusammenschluss ehemals konkurrierender Verbände zurück (z.B. die Ligen im amerikanischen Football und im Basketball, vgl. Quirk und Fort 1992) weil sich dadurch die Grössenvorteile besser ausnutzen lassen. Darüber hinaus vermindert ein Zusammenschluss die Konkurrenz um attraktive Spitzensportler, deren Einkommen dann besser reguliert (d.h. beschränkt) werden kann. In der National Hockey League (NHL) erhöhte sich der Durchschnittslohn der Spieler durch das Auftreten eines Konkurrenzverbandes um 67 Prozent; in der National Basketball Association (NBA) stiegen die Löhne in vier Jahren ohne Wettbewerb um 33 Pro-

zent, aber um 67 Prozent, als ein Konkurrenzverband auftrat (Scoville 1974; Quirk und Fort 1992).

5. Die (in Europa) bisher staatlichen Fernsehgesellschaften schlossen Verträge in aller Regel mit nur einem Verband ab und hielten damit andere Verbände fern. Damit wurde ein Marktzutritt neuer Verbände praktisch verunmöglich. Die zunehmende Zahl privater Fernsehstationen vermindert diese Eintrittsbarriere. Die bereits im Markt befindlichen Sportverbände bemühen sich jedoch, mit den Fernsehanstalten nur Verträge zu vereinbaren, die bereits im Markt befindliche oder potentiell konkurrierende Verbände ausschliessen.

Aus der Monopolstellung der Verbände ergeben sich verschiedene Konsequenzen (vgl. wiederum Kubal 1998):

- Die Sportverbände suchen ihre Einnahmen aus dem Verkauf der Übertragungsrechte zu maximieren. So werden beispielsweise verschiedene attraktive Sportveranstaltungen im Paket verkauft, wodurch sich Renten abschöpfen lassen.
- Die Einkommen der Sportler werden tief gehalten, weil diese wenig Ausweichmöglichkeiten haben. Wer sich dem Verband nicht fügt, wird ausgeschlossen und hat dann keine Möglichkeit mehr, in seinem Sport tätig zu sein. Für die Verbände ist ein Amateurstatus ihrer Sportler am günstigsten. Das Olympische Komitee hat diese Klausel erst 1984 abgeschafft, nicht zuletzt, weil die Spiele an Bedeutung einzubüssen drohten, weil immer mehr Sportler nach besser bezahlten Alternativen suchten und z.B. „Staatsamateure“ wurden.
- Sportler treten als Individuen auf und können sich schwerlich gegen die Sportverbände organisieren, um ihre Forderungen und Ansprüche besser zur Geltung zu bringen.

- Die Verbände beanspruchen die Einnahmen aus Werbung und Sponsoring für sich allein und verbieten den Sportlern, von sich aus entsprechende Verträge einzugehen.
- Die Mobilität der Sportler zwischen Verbänden und Vereinen wird eingeschränkt. Oft schliessen die Sportverbände untereinander Vereinbarungen, die ein formelles Konkurrenzverbot für die Sportler in benachbarten Sportarten beinhalten. Dies ermöglicht den Verbänden einen höheren Anteil der Renten für sich zu beanspruchen.

Aus diesen Ausführungen wird deutlich: Sportanlässe sind durch monopolistische Marktstrukturen charakterisiert, die zum Teil durch die Kostenverhältnisse verursacht werden. Die dadurch gewonnene Marktmacht wird zur Aneignung von Renten (Gewinnen) auf Kosten der das sportliche Ergebnis produzierenden Sportler verwendet, deren *Durchschnittseinkommen* dadurch geringer als auf einem Wettbewerbsmarkt sind.

4. Sportliche Grossanlässe

Die Frage, ob sich sportliche Grossanlässe wie Olympische Spiele oder Weltmeisterschaften wirtschaftlich lohnen, wird in aller Regel mit Hilfe einer Umwegrentabilitätsstudie zu beantworten gesucht. Dieser Ansatz beruht auf einer einfachen Überlegung, die auf die keynesianische Wirtschaftstheorie zurückgeht: Welche zusätzlichen Ausgaben werden durch die direkten Ausgaben für den Grossanlass verursacht? Zu den direkten Ausgaben zählen sowohl die induzierten Ausgaben für die Infrastruktur (vor allem den Bau von Stadien, anderen Sportstätten und Verkehrsanlagen) als auch die laufenden Ausgaben für die sportliche Veranstaltung selbst (etwa die Löhne für die Organisatoren oder die am Ort anfallenden Aufwendungen für die Sportler). Die Höhe der zusätzlich induzierten Aus-

gaben wird durch einen Multiplikator erfasst, der wiedergibt, wieviel Einkommen zusätzlich entsteht (z.B. geben die Organisatoren Geld für Hotels aus, und die Hotels ihrerseits geben einen Teil ihrer zusätzlichen Einnahmen für zusätzliche Löhne und Zulieferungen aus). Wird der Multiplikator hoch veranschlagt (z.B. ein Faktor 3 verwendet), wird ein hohes Zusatzinkommen vermutet, wird er hingegen vorsichtig festgelegt (z.B. mit dem Faktor 1.5), schafft der sportliche Grossanlass entsprechend wenig zusätzliches Einkommen. Welcher Multiplikator sinnvoll ist, hängt entscheidend davon ab, welcher Anteil der am Ort ausgegebenen direkten Kosten in der Stadt, Region oder Nation verbleiben. Häufig wird von den (potenziellen) Veranstaltern ein sportlicher Grossanlass bereits dann als „rentabel“ bezeichnet, wenn die indirekten Einkommen die direkten Kosten überschreiten. Entsprechend werden dann vom Staat Subventionen gefordert, wobei argumentiert wird, die für die Volkswirtschaft generierten Einnahmen würden die Kosten übersteigen und deshalb sei die staatliche Unterstützung gerechtfertigt.

Eine derartige Argumentation ist höchst problematisch: auf diese Weise lässt sich nicht begründen, ob ein Grossanlass volkswirtschaftlich sinnvoll ist. Vier wichtige Gründe sprechen dagegen:

1. Der ins Auge gefasste sportliche Grossanlass muss mit möglichen Alternativen verglichen werden. Es ist durchaus denkbar, dass eine andere Mittelverwendung (z.B. ein Freizeitpark oder die Einrichtung eines Museums) weit nachhaltiger ist und höhere Zusatzinkommen schafft. Verlässt man sich auf die obige Argumentation, müsste der Staat dann dieses alternative Projekt subventionieren.
2. Bei der Berechnung der Umwegrentabilität wird unterstellt, dass keine anderen Ausgaben verdrängt werden. Nun ist es aber durchaus denkbar, dass die Konsumquote der möglichen Besucher der Grossveranstaltung

unverändert bleibt. Die Gesamtausgaben bleiben dann konstant und werden auf den Sportanlass umgelenkt, dafür wird weniger Geld für etwas anderes ausgegeben (z.B. wird auf Ferien verzichtet).

3. Ein mehr oder weniger grosser Teil der behaupteten Mehrausgaben kann sich in Preissteigerungen niederschlagen. Dadurch entstehen für Anbieter knapper Faktoren (z.B. Hoteliers oder Taxiunternehmen) zusätzliche Renten, die nicht durch eine produktive Leistung begründet sind. Staatliche Subventionen begünstigen dann einen ausgewählten Kreis der Bevölkerung (der überdies oft ohnehin schon recht gut gestellt ist), während der Rest der Bevölkerung leer ausgeht. Naheliegender ist vielmehr, dass diejenigen, die sich infolge des geplanten Anlasses Renten versprechen, den Anlass auch finanzieren.

4. Bei der Berechnung der Umwegrentabilität werden externe Effekte (d.h. Wirkungen, die nicht auf dem Markt monetär reflektiert werden) nicht berücksichtigt. Eine staatliche Unterstützung lässt sich aber am ehesten durch die Existenz positiver Externalitäten begründen.

Diese Argumente gegen die Begründung sportlicher Grossanlässe (und anderer Projekte) mit Hilfe der Umwegrentabilität sind schwerwiegend. Deshalb sollte auf diesen Ansatz verzichtet werden. Es stehen weit besser geeignete Techniken zur Verfügung, die vorzugsweise angewandt werden sollen.

Eine wesentliche Verbesserung gegenüber der Umwegrentabilität stellt die Nutzen-Kosten-Analyse dar, bei der die Erfassung der positiven und negativen Externalitäten im Vordergrund steht. Diese Technik ist wohlbekannt und braucht hier nicht weiter vorgestellt zu werden. Allerdings hat auch sie Nachteile. Neben der schwierigen Erfassung und monetären Bewertung der externen Effekte wird vor allem die Veränderung der Einkommensverteilung nicht berücksichtigt, d.h. der Ansatz stellt auf die sogenannte „poten-

tielle Pareto-Optimalität“ ab. Die mangelnde Einbettung in den politischen Prozess dürfte aber der entscheidende Mangel sein. Die Ergebnisse der Nutzen-Kosten-Analyse werden zum Spielball von Interessengruppen: wenn sie passen, verwendet sie, wenn sie nicht passen, verschweigt sie oder stellt sie in Zweifel.

In einer demokratischen Gesellschaft müssen auch sportliche Grossanlässe – insbesondere wenn staatliche Subventionen gefördert und signifikante externe Effekte verursacht werden – im politischen Prozess diskutiert und entschieden werden (vgl. allgemein Frey und Kirchgässner 1994). In repräsentativen Demokratien geschieht dies durch die Regierung und das Parlament. Die Schweiz hat den grossen Vorzug, dass mittels den Institutionen der direkten Demokratie die Bürger die Möglichkeit zu einer direkten Mitsprache haben. In beiden Fällen sind in der Diskussion die Kosten und die Nutzen derartiger Sportanlässe zu diskutieren, wobei auch die externen Effekte beachtet werden sollen. Die volkswirtschaftlichen Experten können dabei den Bürgern helfen, eine sinnvolle Vorstellung über die quantitative Grössenordnung der positiven und negativen Effekte zu erlangen. Ökonometrische Untersuchungen (z.B. für die geplanten olympischen Spiele im Wallis, vgl. Kubat 1998) haben gezeigt, dass die Stimmbürger die externen Effekte bei ihren Referendumentscheidungen in der Tat berücksichtigen. Sie tun dies insbesondere in der Form des Optionswertes (ein Sportanlass wird geschätzt, wenn man zwar nicht selbst hingehet, aber sich doch die Möglichkeit dazu offen lassen möchte), des Existenzwertes (ein Sportanlass wird geschätzt, auch wenn man selbst nie hingehen will, man möchte dies aber anderen ermöglichen), des Erziehungswertes und des Preiswertes. Im Unterschied zu den Nutzen-Kosten-Analysen werden diese Externalitäten zu einem Teil des politischen Entscheidungsprozesses: die Bürger als Entscheidungsinanz berücksichtigen sie in dem Ausmass, in dem sie ihnen wichtig sind.

5. Schlussbemerkungen

Aus den angestellten Überlegungen soll deutlich werden: Die Ökonomik des Sports vermag einen wichtigen und eigenständigen Beitrag zur Analyse des Sports zu liefern. Dieser Beitrag unterscheidet sich deutlich von anderen Betrachtungsweisen wie der Sportssoziologie, der Sportpsychologie, der Sportmedizin oder des Sportrechts. Mit der in den letzten Jahrzehnten einhergehenden Kommerzialisierung des Sports (und dabei nicht nur des Spitzensports) hat die systematische Betrachtung von Seiten der Ökonomik zweifellos an Bedeutung gewonnen. Gleichzeitig ist deutlich geworden, dass sich eine (sinnvolle) Sportökonomik nicht auf die Markprozesse beschränken darf. Sport findet im öffentlichen Raum statt und gerade der Staat spielt dabei eine wichtige Rolle. Die rein ökonomische Betrachtung muss durch politisch-ökonomische Aspekte begleitet sein.

Literaturverzeichnis

- Becker, Gary S. (1982). Der ökonomische Ansatz zur Erklärung menschlichen Verhaltens. Tübingen: Mohr: 225-281.
- Brown, Robert (1993). An Estimate of the Rent generated by a previous College Football Player. *Economic Inquiry* (31 (Oct.)): 671-684.
- Frank, Robert H. und Philip J. Cook (1995). *The Winner-Take-All Society*. New York: Free Press.
- Frey, Bruno S. (1990). *Ökonomie ist Sozialwissenschaft*. München: Vahlen.
- Frey, Bruno S. und Reiner Eichenberger (1989). Zur Bedeutung entscheidungs-theoretischer Anomalien für die Ökonomik. *Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik* 206: 81-101.
- Frey, Bruno S. und Gebhard Kirchgässner (1994). *Demokratische Wirtschaftspolitik*. München: Vahlen.
- Gärtner M. und Pommehne Werner W. (1978). *Der Fussballzuschauer – ein homo oeconomicus?* Jahrbuch für Sozialwissenschaften 29: 88-107.
- Goff, Brian und Robert D. Tollison (eds) (1991). *Sportometrics*. College Station: Texas A&M University Press.
- Hausmann, Jerry A. und Gregory K. Leonard (1997). Superstars in the National Basketball Association: Economic Value and Policy. *Journal of Labor Economics* (15): 586-624.
- Heinemann, Klaus (ec.) (1984). *Texte zur Ökonomie des Sports*. Schriftenreihe des Bundesinstituts für Sportwissenschaft. Schorndorf: Verlag Karl Hofmann.
- Heinemann, Klaus (1995). *Einführung zur Ökonomie des Sports*. Schorndorf: Hofmann.

- Kirchgässner, Gebhard (1991). Homo Oeconomicus: Das ökonomische Modell individuellen Verhaltens und seine Anwendung in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften. Tübingen: Mohr (Siebeck).
- Kubat, Rudolf (1998). Der Markt für Spitzensport. Bern: Peter Lang AG.
- Quirk, James und Rodney D. Fort (1992). Pay Dirt: The Business of Professional Team Sports. Princeton: Princeton University Press.
- Rosen, Sherwin (1981). The Economics of Superstars. American Economic Review 71 (Dec.): 845-858.
- Scoville, James G. (1974). Labor Relations in Sports. In: Roger G. Noll (ed.) Government and the Sports Business. Washington, D.C.: 185-219.
- Scully, Gerald W. (1995). The market structure of sport. Chicago and London: University of Chicago Press.
- Szymanski, Stefan und Ron Smith (1997). The English Football Industry: profit, performance and industrial structure. International Review of Applied Economics 11 (1): 135-153.
- Thaler, Richard H. (1992). The Winner's Curse. Paradoxes and Anomalies of Economic Life. New York: Free Press.
- Weber, Marion (1994). Property Rights und Profi-Sportler. Die Organisation von Arbeitsmärkten im Sport. Diskussionsbeiträge des Fachbereiches Wirtschaftswissenschaft der Universität Duisburg-Gesamthochschule Nr. 199.

Die Organisation professioneller Sportligen aus verfassungsökonomischer Sicht

PROF. DR. EGON FRANCK

INHALTSANGABE

1. Problemstellung
2. Interne Anreiz- und Kontrollprobleme verschiedener Clubverfassungen
3. Externe Rahmenbedingungen der Cluborganisation
 - 3.1. Zur Bewirtschaffung von Teameffekten
 - 3.2. Zum Schutz spezifischer Investitionen
 - 3.3. Zu den Steuerungsproblemen im gemeinschaftlichen Produktionsprozess
4. Zusammenfassung