



Reformen für den Profifußball:

Sportlichen Wettbewerb stärken – Vermarktungserlöse gleich verteilen!

Am Profifußball wird momentan vieles kritisiert. Wir hatten schon im letzten Programmheft berichtet, dass sich die von der DFL gebildete Task Force „Zukunft Profifußball“ diesen Problemen widmen will. Kommen wir heute also zu einer der Kernforderungen der Fanszenen und Fanvereinigungen: Eine gerechte Verteilung der TV-Einnahmen.

Hintergrund dieser Forderung ist eine Entwicklung, die unübersehbar seit Jahren den Profifußball beherrscht: Der sportliche Wettbewerb wird immer langweiliger. Ein heute 8-jähriger Junge, der sich für Fußball interessiert, kennt keinen anderen Deutschen Meister als den FC Bayern. Im oberen Drittel der Bundesliga tummeln sich die immer gleichen Mannschaften. Kleinere Vereine spielen Jahr für Jahr gegen den Abstieg und haben im Grunde keine Aussicht darauf, mal einen sportlichen Erfolg zu erzielen, und sei es nur das Erreichen eines internationalen Wettbewerbs. Vereine, die aus der 1. Bundesliga absteigen, haben einen so immensen finanziellen Vorsprung gegenüber den anderen Vereinen der 2. Liga, dass nur grober sportlicher Dilettantismus einen Wiederaufstieg verhindern kann. Die Einführung der Relegationsspiele manifestiert diese 2-Klassen-Gesellschaft umso mehr. Natürlich gibt es auch immer wieder Ausnahmen dabei, wie unsere eigener Aufstieg 2019 zeigte, oder zuletzt der Aufstieg von Arminia Bielefeld. Langfristig betrachtet bleibt aber festzustellen, dass die etablierten Vereine stets Vorteile gegenüber den kleineren Vereinen haben. Aber woran liegt das?

Schaut man sich das System der Verteilung der Einnahmen aus der TV-Vermarktung genauer an (www.fernsehgelder.de), stellt sich ein äußerst detailliert erdachtes System dar, das ausschließlich auf dem Leistungsprinzip beruht. Das kann man natürlich grundsätzlich positiv finden. Wer sportlich erfolgreich ist, bekommt mehr Geld als ein Verein, der sich sportlich schlecht aufstellt. Es wird belohnt, wer gute Arbeit leistet. Das Problem an diesem System ist jedoch, dass qualitativ gute Spieler und Trainer mehr kosten als weniger gute. Auch das erscheint nur logisch. Aber es führt zu einer

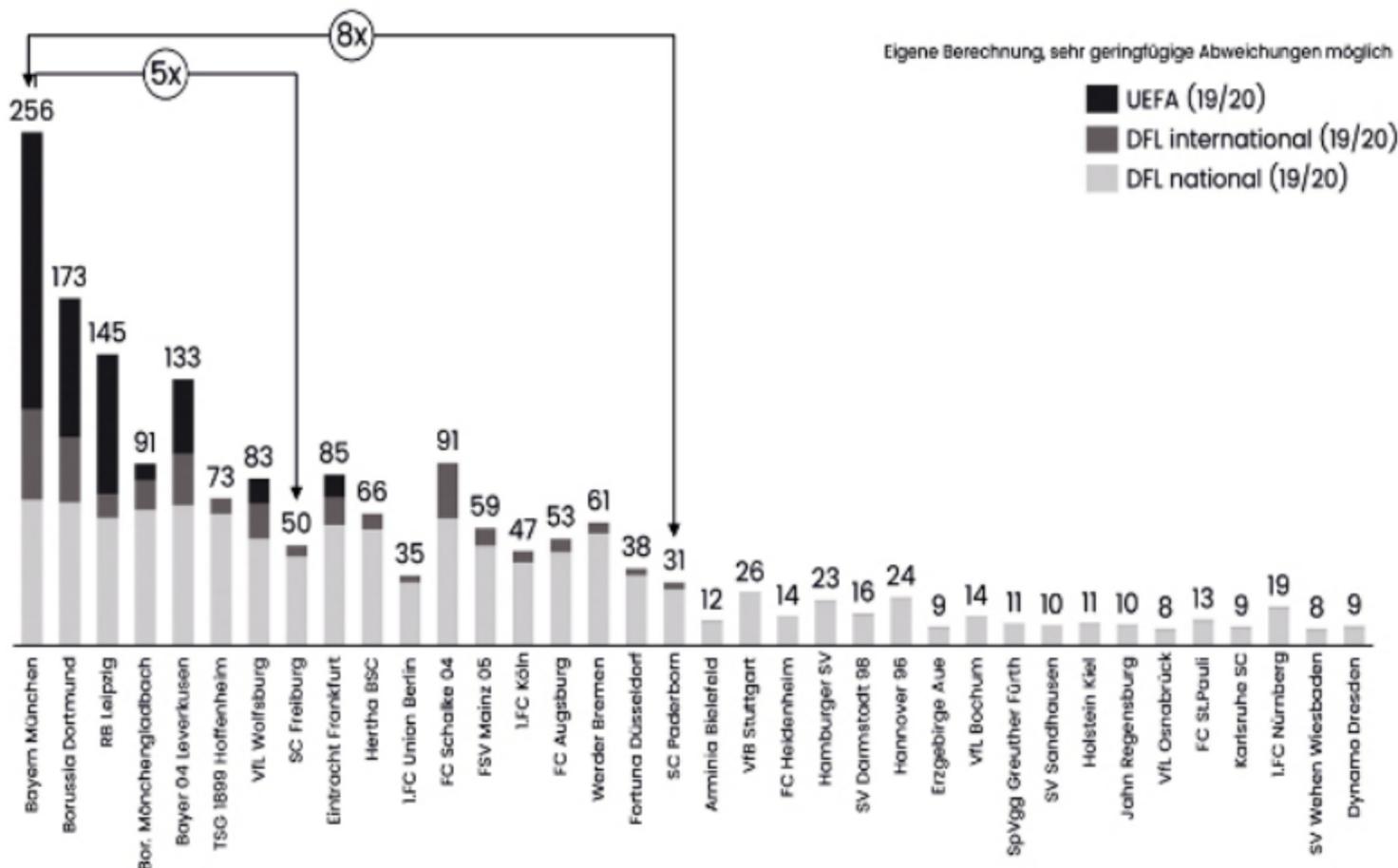
Spirale, die wir in den letzten 20 Jahren gut beobachten konnten. Der FC Bayern kaufte insbesondere seinem ärgsten Konkurrenten Borussia Dortmund stets die besten Spieler ab und betonierte somit seinen Platz an der Spitze – wahrscheinlich auf ewig.

In der vergangenen Saison erzielten die Bayern durch die Bundesliga und den internationalen Wettbewerb 256 Millionen Euro an Medienerlösen (siehe Schaubild). 

Der 1. FC Union Berlin bekam 35 Mio. Euro. Und selbst Dortmund (173 Mio.) und RB Leipzig (145 Mio.) sind keine armen Schlucker, aber dennoch weit von den Einnahmen des FC Bayern entfernt. Die TV-Erlöse sind aber nur ein Teil des Umsatzes eines Profivereins. Der FC Bayern hatte 2019 einen Gesamtumsatz von 750 Mio. Euro, Borussia Dortmund 446 Mio. Euro. Das zeigt: sportlicher Erfolg bringt ohnehin schon höhere Einnahmen für die großen Vereine. Das Leistungsprinzip wirkt also auf alle Einnahmebereiche. Die aktuelle Verteilung der TV-Gelder manifestiert die sportliche Situation mit jeder weiteren Spielzeit. In der 2. Liga ist dies, auf niedrigerem Niveau, dasselbe. Zwischen Düsseldorf (21 Mio. €) und den Würzburger Kickern (7,5 Mio. €) liegen 14 Millionen Euro. Union hat sich in 10 Jahren 2. Liga langsam und mühsam nach oben gekämpft. Man kann das schaffen. Mit Geduld und harter Arbeit. Was ist daran auszusetzen?

Nun, Geduld und harte Arbeit sind nicht jedermanns Sache. Die Verlockung ist groß, entweder eine Abkürzung durch den Einstieg von externen Geldgebern zu nehmen oder aber durch riskante Finanzgeschäfte, die, wenn sich der sportliche Erfolg doch nicht einstellt, die Existenz ganzer Vereine gefährdet. Negativbeispiele hierfür gibt es en masse. Wenn sportlicher Erfolg nur durch finanzielle Schlagkraft möglich ist, wird der Profifußball über kurz oder lang zum Tummelbecken für Spekulanten. Der sportliche Wettbewerb tritt mehr und mehr in den Hintergrund, und es geht nur noch um wirtschaftliche Erfolge. Der Profifußball nach unseren Vorstellungen soll in erster Linie ein sportlicher Wettbewerb sein. Das schließt wirtschaftlichen Erfolg gar nicht aus. Aber dieser soll nicht im Vordergrund stehen.

Medienerlöse Saison 2019/2020 in Millionen €



leistet. Belohnt werden dann die Vereine, deren Trainer das Beste aus Taktik, System, Trainingsarbeit und Jugendarbeit herausholen und deren Manager den besten Kader zusammenstellen. Mit Mitteln, die für alle gleich sind.

Dass dies möglich ist, zeigt interessanterweise das Beispiel der NFL in den USA. Seit 1994 werden dort die Vermarktungs-Einnahmen der NFL an alle Teams

Was ist also die Alternative? Ein Baustein für die „Entkommerzialisierung“ des Profifußballs wäre eine faire Verteilung der Fernsehgelder. Und fair heißt: gleich. Als einen ersten Schritt sozusagen. In dieser Saison werden rund 1,1 Milliarden Euro Medienerlöse an die 36 Klubs ausgeschüttet. Das wären für jeden Verein 32 Mio. Euro. Für alle Zweitligisten wäre das weit mehr, als sie jetzt haben; für die meisten Erstligisten ein herber Einschnitt. Man könnte dies also kaum von einer Saison auf die nächste so umsetzen. Denkbar ist aber ganz sicher eine schrittweise Angleichung über 5 Jahre. Selbstverständlich müsste man sich bei solch einem Szenario auch die 3. Liga miteinbeziehen, bzw. überlegen, wie es gelänge, keine finanzielle Schere zwischen 2. und 3. Liga aufgehen zu lassen. Um hier mit gutem Beispiel voranzugehen und nicht in wilde Forderungswut zu verfallen, sondern auch mögliche Lösungsansätze darzulegen, könnte man überlegen, den 3.-Liga-Aufsteigern eine Prämie zu zahlen, um daraufhin den Anschluss an die Vereine der 2. Liga zu ermöglichen. Diese Prämien könnte man bspw. durch Rücklagen aus den Einnahmen der TV-Vermarktung generieren.

gleichermaßen ausgeschüttet. Hinzu kommt dort sogar eine Deckelung der Spielergehälter (Salary Cap). Dies ist zwar ein mittlerweile auch recht kompliziertes System, vereinfacht lässt sich aber sagen, dass alle Einnahmen gleich verteilt werden und nicht mehr als die ausgeschüttete Summe ausgegeben werden darf. Grund für die Einführung dieses Systems war eine Liga, die die gleichen Probleme hatte wie unser Profifußball heute in Europa. Einige wenige Teams dominierten sportlich und wirtschaftlich die Liga. Die Zuschauer verloren das Interesse und wendeten sich den anderen amerikanischen Volkssportarten zu. Die Liga beschloss Reformen, wurde dadurch sportlich wieder interessant und erzielt seitdem Jahr für Jahr neue Umsatzrekorde. Die Angst, bei solchen Reformen im deutschen Profifußball international nicht mehr konkurrenzfähig zu sein, ist für die erste Zeit sicherlich wahrscheinlich. Langfristig kann eine sportlich attraktive Liga aber auch wirtschaftlich erfolgreich sein. 1994 bekam jedes NFL-Team durch die Vermarktungserlöse umgerechnet 32 Mio € (genau die gleiche Summe, wie heute die 36 Bundesligisten bei gleicher Verteilung bekämen). 10 Jahre später waren es bereits 76 Mio €, in diesem Jahr sind es 170 (!) Mio €.

Die gleiche Verteilung der Fernsehgelder ist ein Puzzleteil für unser Idealbild des Profifußballs: Ein fairer sportlicher Wettbewerb. Mit gleichen Chancen für alle Vereine in einer Liga, in der erfolgreich ist, wer sportlich die beste Arbeit

Wirtschaftliches Wachstum und internationale Konkurrenzfähigkeit gehen also auch bei gleicher Verteilung aller Einnahmen! Deshalb fordern wir für die Bundesliga: Gleiche Verteilung aller Vermarktungserlöse! **WS 02**