

[Kurzessay] Vielleicht werden es ja genau die „kleinen“ Traditionsvereine sein, die angeblich wegen der Corona-Folge pleitegehen, die dann am Ende überleben. Denn wenn man den Ligafußball in Europa wirklich einmal so betrachtet wie es die Manager der Milliardenclubs tun, dann kann man nur zu einem Ergebnis kommen: Die Soccer-Entertainment-Blase steht kurz vor dem Platzen.

Das wird deutlich, wenn man sich die absurde Mechanik dieser Industrie anschaut und sich fragt, wie denn die Superclubs von Manchester United über Paris Saint-Germain und Bayern München bis zu Real Madrid, CF Barcelona und Juventus Turin ihre Umsätze generieren. Bei den reichen Franchises beruht die Profitschinderei auf drei Einnahmesäulen: Transferüberschüsse, TV-Rechteinnahmen und Einnahmen aus dem Merchandising. Ticketeinnahmen spielen so gut wie keine Rolle mehr, und die Kohle von Sponsoren findet in vielen Fällen im Wesentlichen in Form von Investitionen statt.

F95-LESEBETEILIGUNG: 18,95 EURO FÜR TD

Dir gefällt, was The Düsseldorfer über die Fortuna schreibt? Und vielleicht auch die Artikel zu anderen Themen? Du möchtest unsere Arbeit unterstützen? Nichts leichter als das! Kauf eine **Lesebeteiligung in unserem Shop** – zum Beispiel in Form von **18,95 Euro** – und zeige damit, dass The Düsseldorfer dir etwas wert ist.

Hohe Transfersummen, große Profite

Nun ist ja klar, dass die Transferüberschüsse umso höher werden, je größere Summen für einzelne Kicker aufgerufen werden. Wurde früher ein Spieler für 1 Mio gekauft und 1,8 wieder vertickt, blieben eben nur 800.000 hängen. Kostet ein paar Beine aber 80 Mio, und bringt der Söldner dann 110 Mio, dann liegt der Profit bei 30 Mio. Wie in allen Märkten mit begrenzten Rohstoffen und/oder begrenzter Lebensdauer der Betriebsmittel besteht immer die Gefahr einer platzenden Spekulationsblase. Schließlich ist die Verpflichtung eines Spieler für eine Transfersumme von 100 Mio nichts anderes als eine Wette a) auf einen Verkauf mit Gewinn und b) auf die Steigerung von Einnahmen aus Fernsehrechten und Merchandising aufgrund der Popularität des Kickers.

Am Transfer von Spielern verdienen Vermittler, also Personen oder Agenturen, die Verträge mit diesen Kickern haben – je mehr sie für einen Klienten rausschlagen, desto höher deren Provisionen. Nun ist es ab einem gewissen Superstarlevel so, dass der betroffene Ballartist

nicht nur ein Mitsprach-, sondern meistens das Entscheidungsrecht. Wohin sie gehen oder nicht, hängt natürlich auch von den Konditionen ab, die man ihnen bietet. Längst geht es nicht mehr nur um die Höhe des Honorars, sondern zum Beispiel um Beteiligungen an den Einnahmen aus dem Merchandising.

Eine Frage des Spielergehalts

Dass die Beträge in überirdische Bereiche anwachsen, hat seinen Grund darin, dass die Anzahl an Spielern mit Superstarpotenzial extrem begrenzt ist. Sich also einen 16-Jährigen für 50 Mio zu leisten macht im Rahmen dieses kranken Systems nur Sinn, wenn man auf eine erhebliche Wertsteigerung hofft. Um das Risiko zu minimieren, legen die Hyperreichen Portfolios aus vielen Kickern an, denn natürlich sind oft auch Nieten unter den Millioneneinkäufen. Das führt dazu, dass manche Soccer-Enterprises in UK per Saldo die Besitzrechte an bis zu 80 Spielern halten – schön vertuscht durch ein System aus Farmteams, Kaufoptions(scheinen) und Ausleihen. Wenn sich die globale Situation in der Unterhaltungsindustrie aber dreht, könnten diese Spekulationen zu massiven Verlusten führen – Vergleichbar mit der Finanzbankenkrise aus 2008.

Wie das? Der Zusammenbruch wird wie im Jahr 2008 von der Spitze aus einsetzen. Schrumpfen die Einnahmen aus den anderen wichtigen Quellen, werden die Milliarden-Franchises sich die extremen Spielergehälter nicht mehr leisten können. Der Versuch aber, die Größtverdiener abzustoßen, wird daran scheitern, dass sie sich kein anderer Club mehr leisten kann. Ergo werden Verkäufe, so sie denn überhaupt und für die Kicker zu erheblich schlechteren Bedingungen stattfinden, Verluste bringen. Weil die verpflichteten Spieler mit festgeschriebenen Transfersummen aber zum Eigenkapital gerechnet werden, wird die Eigenkapitaldecke der betroffenen Clubs immer kürzer. Zurückgehende Einnahmen aus der globalen Vermarktung von TV-Rechten und Merchandising werden aber immer ALLE diese Soccer-Unternehmen treffen – manche mehr, manche weniger.

Das absurde TV-Rechte-System

Warum das ganze System schon seit Längerem eine Blase darstellt, wird klar, wenn man sich die Mechanik der Einnahmen aus den Fernsehübertragungsrechten anschaut. Weshalb können Ligen überhaupt diese aberwitzigen Beträge von den TV-Versendern verlangen. Weil Fußball in der Glotze voll fett die Quote bringt – zumal in den Zeiten, in denen man dem

guten, alten Linearfernsehen beim Sterben zuschauen kann. Weil der Fußballsport rund um den Globus so dermaßen populär ist, bietet sich mit Live-Übertragung eine der letzten Chancen, die Menschen überhaupt vor der Flimmerkiste zusammenzuholen. Den ganzen Konservenkram im Dampffernsehen und den zugehörigen Mediatheken kann man sich auch angucken, wenn er das Haltbarkeitsdatum schon fast erreicht hat. Aber, eine Partie zwischen zwei Fußballmannschaften live zu verfolgen, das ist beinahe das Aufregendste, was überhaupt aus den Fachmattscheiben quellen kann.

Aus dieser enormen Attraktivität können nun Firmen auf zwei verschiedenen Wegen Kohle machen: per Pay-TV und über die generierten Werbeeinnahmen. Bezahlfernsehen funktioniert ja nur mit einer Ware, die man woanders nicht kriegt. Das Prinzip ist schon viele Jahrzehnte alt und stammt aus der Zeit der legendären Kämpfe um die Schwergewichtsmeisterschaften im Boxen. Für die bekamen die verschiedenen TV-Verstrahler in den Sechzigern gar keine Rechte, sondern die Live-Übertragungen wurden von den Veranstaltern selbst organisiert und fanden in Kinosälen statt. So kostet es mindestens 200 Dollar, um seinerzeit den berühmten „Thrilla in Manila“ zwischen Ali und Frazier live verfolgen zu können, ohne am Ring zu sitzen. Die diversen Pay-per-View-Angebote rund um die US-Profisportarten (Football, Baseball, Basketball und Hockey) kamen auch bereits Anfang der Siebziger.

Abo-TV lebt vom Fußball

In Europa setzten und setzen die Bezahlfernsehanbieter von Beginn an auf Abos. Das ist ja so lukrativ wie der Verkauf von Dauerkarten fürs Stadion: Der Kunde zahlt, ob er nun guckt oder nicht. Premiere als Vorläufer von Sky hat von Anfang an auf Fußballanhänger als Hauptzielgruppe gesetzt und sich massivst bemüht, alle anderen Mitbewerber beim Kauf der Rechte auszustechen. Durch juristische Vorgaben ist in Deutschland (und in fast anderen relevanten europäischen Märkten) ausgeschlossen, dass nur ein Anbieter die Recht an allen Live-Übertragungen der jeweils obersten Liga hält. Um sich die attraktivsten Kuchenstücke zu sichern, liefern sich die Verwerter deshalb Jahr für Jahr abstruse Bietergefechte.

In der Marktwirtschaft ist das eben so, dass der Preis durch den Umfang des Angebots und die Größe der Nachfrage bestimmt wird. Deshalb wachsen die Summen, die für diese Rechte gezahlt werden, immer wieder so dramatisch. Das geht – auch das eine Funktion der Marktwirtschaft – so lange gut bis einer nicht mehr mithalten kann. Entweder weil die

Investoren nicht mehr mitmachen, oder weil die zu erwartende Höhe der Einnahmen diese Kosten nicht mehr deckt. Potenzielle Rechtekäufer machen Pleite oder steigen aus dem Rattenrennen aus. Beim Pay-TV funktioniert das aber alles nur, solange die Soccer-Industrie regelmäßig ihr Produkt liefert – so lange als gekickt wird und man die Sache live übertragen kann. Klar, denn wenn Spiele ausfallen, guckt keiner zu, und der Anbieter wird Schwierigkeiten haben, seine Abonnenten bei der Stange zu halten.

Keine Spiele, keine Umsätze

Umgekehrt halten die Rechteinhaber – wie gerade geschehen – fällige Zahlungen zurück, wenn der Spielbetrieb einer Liga, deren Partien sie übertragen dürfen, ausfallen. Das bringt Einnahmeverluste für die Clubs, die an diesen Geldern prozentual beteiligt sind. Um gleich mit einer von den Rummenigges und Watzkes dieser Fußballwelt rasch posaunten These aufzuräumen: In der DFL-Bundesliga trifft es die Großverdiener am härtesten, denn natürlich bewegen sich mögliche Ausfälle bei den Großclubs schnell im zweistelligen Millionenbereich, wo Zwerge wie Fortuna Düsseldorf dann doch nur beispielsweise 800.000 Euro weniger in der Kasse haben. Selbst prozentual sieht es für die angeblich „wirtschaftlich schwachen“ Vereine nicht so düster aus wie für FCB, BVB, RBL und wie diese Dreibuchstaben-Soccer-Franchises heißen mögen.

Wird Fußball live ausgestrahlt, wird immer auch Reklame versendet, denn in den Stadien gibt es ja kaum noch ein Fleckchen, das nicht mit einem Sponsorensticker beklebt oder sonst wie mit einem Werbetreibenden verbunden ist. Und klassische Sponsoren (die also nicht verdeckte Investoren wie im Fall der Bayern Audi, Adidas und die Telekom sind) sind nur bereit, Asche abzudrücken, wenn ihre Namen und Logos bei einer Live-Übertragung hinreichend oft zu sehen und zu hören sind. Fallen Spiele aus, sind Sponsoren in dieser Hinsicht in den Hintern gekniffen, was ihre Bereitschaft, demnächst wieder so viel Geld in den Rachen eines Clubs zu werfen, merklich dämpft.

Alle Merkmale einer Spekulationsblase

Kurz und knapp: Das System Soccer-Entertainment-Business fußt auf der großen Aufmerksamkeit der Konsumenten und der Attraktivität von Live-Übertragungen inklusive der Seiteneffekte durch die Superstarhydraulik. Das Schlimmste, was dieser Industrie passieren kann, sind andauernde Spielausfälle, die schon kurzfristig Einbußen bei den Einnahmen mit

sich bringen, mittelfristig, aber sinkende Umsätze mit TV-Rechten und aus dem Merchandising. Solche Mindereinnahmen aber beeinflussen die Spekulationsblase rund um Transfersummen ganz unmittelbar und relativ schnell. Platzt diese Blase aber, werden darunter in allererster Linie die reichen Superclubs leiden. Nein, schnell pleitegegen werden sie nicht, aber am Ende der Rallye werden sich die Investoren zurückziehen, weil dieser Markt kaputt ist.

Die Reichen der Ligen werden dann eine ganze Zeit lang von ihren Rücklagen (so vorhanden) leben müssen, die Armen von der Hand in den Mund. Schnell aber werden die Kosten für die „kleinen Vereine“ aber auch sinken, weil die Spielergehälter und die Provisionen für die Vermittler abstürzen. Wenn aber der ganze Apparat um die sogenannte „Vermarktung“ mehr oder weniger obsolet wird, kann auch am Personal gespart werden. Dem ganzen System wird beim Absturz massiv viel Geld entzogen werden, was die Großen teilweise härter treffen könnte. Womöglich so hart, dass sie ganz laut nach staatlicher Unterstützung schreien werden – so wie die Banken und Finanzgesellschaften damals nach der 2008er-Krise.