

Berichte aus der Betriebswirtschaft

Johannes Opitz

Kapitalgesellschaften im Profi-Fußball

Eine vergleichende Analyse von Anlegerstrukturen
und Anlegerstrategien des Profi-Fußballs in
England, Spanien, Italien und Deutschland

Shaker Verlag
Aachen 2003

Inhaltsverzeichnis

Seite

1	Einführung.....	1
1.1	Problemstellung.....	1
1.2	Gang der Analyse und Aufbau der Arbeit.....	4
2	Systematisierung verschiedener Anlegergruppen und ihrer Motive für eine finanzielle Beteiligung an Fußballclubs.....	9
2.1	Das Zielsystem von Anlegern.....	9
2.1.1	Allgemeine Zieldimensionen: "monetäre" und "nicht-monetäre" Ziele.....	9
2.1.2	Besondere Zieldimensionen im Fußball: "wirtschaftlicher" und "sportlicher" Erfolg.....	11
2.2	Eine idealtypische Einteilung möglicher Anlegergruppen.....	16
2.2.1	Anleger mit primär monetären Zielsetzungen.....	17
2.2.1.1	Kapitalanleger.....	17
2.2.1.1.1	Finanzanleger.....	17
2.2.1.1.2	Strategische Investoren.....	18
2.2.1.2	Sponsoren.....	21
2.2.2	Anleger mit primär nicht-monetären Zielsetzungen.....	24
2.2.2.1	Mäzene.....	24
2.2.2.2	Fußballfans.....	25
3	Identifikation von Einflussfaktoren auf die Anlageentscheidung der Anlegergruppen und ihre Ausprägung.....	29
3.1	Theoriegeleitete Identifikation der Einflussfaktoren.....	29
3.1.1	Strategische Aspekte: die ökonomische Attraktivität der Branche, Ligen und Clubs.....	32
3.1.1.1	Branchenstrukturanalyse nach Porter als theoretischer Bezugsrahmen.....	32
3.1.1.2	Die Wettbewerbskräfte als Determinanten der Branchenattraktivität.....	36
3.1.1.2.1	Charakteristische Besonderheiten sportlicher Wettbewerbe.....	36
3.1.1.2.1.1	Der positidnale Charakter sportlicher Wettbewerbe.....	36
3.1.1.2.1.2	Der Monopol-Charakter von Sportligen.....	37
3.1.1.2.1.3	Asymmetrische Verteilung der Preisgelder.....	38
3.1.1.2.2	Abgrenzung der Branche und der handelnden Akteure im "Profifußball"	39

3.1.1.3	Der Grad der vertikalen Integration als Determinante der ökonomischen Attraktivität.....	40
3.1.1.3.1	Kapitalanleger, insbesondere Medienunternehmen.....	41
3.1.1.3.2	Sponsoren.....	44
3.1.1.3.3	Mäzene.....	48
3.1.1.4	Die wirtschaftliche Lage der Ligen und Clubs als Determinanten der Attraktivität einzelner Anlageobjekte.....	50
3.1.1.4.1	Vermögenslage.....	51
3.1.1.4.2	Finanzlage.....	56
3.1.1.4.3	Ertragslage.....	58
3.1.1.5	Korrelation zwischen den Wettbewerbskräften der Branche und der wirtschaftlichen Lage der Ligen und Clubs.....	59
3.1.2	Organisatorische Aspekte: die Governance Structure der Ligen und Clubs.....	60
3.1.2.1	Neue Institutionenökonomie als theoretischer Bezugsrahmen.....	61
3.1.2.1.1	Property-Rights-Theorie.....	61
3.1.2.1.2	Transaktionskostentheorie.....	64
3.1.2.1.3	Principal-Agent-Theorie.....	69
3.1.2.2	Die Ligaorganisation als Determinante für die Umverteilung von Einnahmen zwischen den Clubs.....	74
3.1.2.3	Die Clubverfassung als Determinante für diskretionäre Verhaltensspielräume des Managements.....	78
3.1.2.3.1	Eigentümerclubs.....	78
3.1.2.3.2	Fußballaktiengesellschaften.....	78
3.1.2.3.3	Fußballvereine.....	80
3.1.2.3.3.1	Vereine als Mehrheitsaktionäre einer Fußballaktiengesellschaft.....	82
3.1.2.3.3.2	Vereine als Mehrheitsgesellschafter einer Fußball-GmbH & Co. KGaA.....	83
3.2	Empirische Ausprägung der Einflussfaktoren.....	85
3.2.1	Die Ausprägung der Wettbewerbskräfte.....	86
3.2.1.1	Die Gefahr des Markteintritts neuer Wettbewerber.....	86
3.2.1.1.1	Eintrittsbarrieren.....	86
3.2.1.1.2	Erwartete Vergeltung.....	89
3.2.1.2	Der Grad der Rivalität unter den bestehenden Wettbewerbern.....	89
3.2.1.2.1	Anzahl der Wettbewerber.....	89
3.2.1.2.2	Marktaustrittsbarrieren.....	90
3.2.1.2.3	Wettbewerber mit strategischen Motiven.....	91

3.2.1.3	Der Druck durch Substitutionsprodukte.....	93
3.2.1.4	Die Verhandlungsstärke der Lieferanten.....	94
3.2.1.4.1	Wechselseitige Abhängigkeit zwischen den Teilnehmern eines Wettbewerbs.....	94
3.2.1.4.2	Konkurrenz um internationales Spieler- und Trainertalent.....	95
3.2.1.4.3	Marktversagen bei der Nachwuchsförderung.....	97
3.2.1.5	Die Verhandlungsstärke der Abnehmer.....	99
3.2.1.5.1	Hohe Wechselkosten von Fans.....	99
3.2.1.5.2	Konkurrenz zwischen Medienunternehmen um Übertragungsrechte.....	100
3.2.1.5.3	Konkurrenz zwischen Sponsoren aus anderen Branchen um attraktive Werbeträger.....	102
3.2.2	Die Ausprägung der vertikalen Integration.....	102
3.2.2.1	Kapitalanleger, insbesondere Medienunternehmen.....	102
3.2.2.2	Sponsoren.....	104
3.2.2.3	Mäzene.....	106
3.2.3	Die Ausprägung der wirtschaftlichen Lage der Ligen und Clubs.....	107
3.2.3.1	Die Vermögenslage.....	109
3.2.3.2	Die Finanzlage.....	115
3.2.3.3	Die Ertragslage.....	119
3.2.3.3.1	Ausgewählte Ertragsquellen.....	119
3.2.3.3.1.1	Erlöse aus dem Verkauf der Ligaspiele.....	119
3.2.3.3.1.2	Erlöse aus dem Verkauf der UEFA-Cup- und Champions League-Spiele.....	129
3.2.3.3.1.3	Zuschauereinnahmen.....	130
3.2.3.3.1.4	Merchandising.....	135
3.2.3.3.1.5	Sponsorship und andere kommerzielle Erlöse.....	138
3.2.3.3.2	Ausgewählte Aufwendungen.....	142
3.2.3.3.2.1	Transferaufwand.....	142
3.2.3.3.2.2	Personalaufwand.....	147
3.2.3.3.3	Ergebnissituation europäischer Profiligen.....	150
3.2.4	Die Ausprägung der Governance Structures der verschiedenen Profiligen und Clubs.....	153
3.2.4.1	Die Organisation des Profifußballs in England.....	154
3.2.4.2	Die Organisation des Profifußballs in Italien.....	157

3.2.4.3	Die Organisation des Profifußballs in Spanien.....	159
3.2.4.4	Die Organisation des Profifußballs in Deutschland.....	161
4	Vergleich des erwarteten und des beobachteten Engagements der verschiedenen Anlegergruppen in den untersuchten Ländern.....	169
4.1	Das erwartete Engagement der verschiedenen Anlegergruppen.....	170
4.1.1	Kapitalanleger.....	170
4.1.1.1	Finanzanleger.....	170
4.1.1.2	Strategische Investoren.....	171
4.1.2	Sponsoren.....	171
4.1.3	Mäzene.....	172
4.1.4	Fußballfans.....	173
4.2	Das beobachtete Engagement der verschiedenen Anlegergruppen.....	174
4.2.1	Die englische Premier League.....	174
4.2.1.1	Kapitalanleger.....	174
4.2.1.1.1	Finanzanleger.....	174
4.2.1.1.2	Strategische Investoren.....	178
4.2.1.2	Sponsoren.....	181
4.2.1.3	Mäzene.....	181
4.2.1.4	Fußballfans.....	182
4.2.2	Die italienische Serie A und Serie B.....	183
4.2.2.1	Kapitalanleger.....	184
4.2.2.1.1	Finanzanleger.....	184
4.2.2.1.2	Strategische Investoren.....	186
4.2.2.2	Sponsoren.....	188
4.2.2.3	Mäzene.....	188
4.2.2.4	Fußballfans.....	190
4.2.3	Die spanische Primera und Segunda Division.....	190
4.2.3.1	Kapitalanleger.....	191
4.2.3.1.1	Finanzanleger.....	191
4.2.3.1.2	Strategische Investoren.....	192
4.2.3.2	Sponsoren.....	193
4.2.3.3	Mäzene.....	194
4.2.3.4	Fußballfans.....	196

4.2.4 Die deutsche Erste und Zweite Bundesliga.....	196
4.2.4.1 Kapitalanleger.....	198
4.2.4.1.1 Finanzanleger.....	198
4.2.4.1.2 Strategische Investoren.....	201
4.2.4.2 Sponsoren.....	203
4.2.4.3 Mäzene.....	205
4.2.4.4 Fußballfans.....	206
5 Schlussbetrachtung und Ausblick.....	207
5.1 Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse.....	207
5.2 Mögliche Konsequenzen für die Zukunft des deutschen Profifußballs.....	214
Anhang.....	219
Literaturverzeichnis.....	228
Gesprächsverzeichnis.....	270