ECONSTOR
Make Your Publications Visible.

A Service of

ZBW Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
Leibniz Information Centre for Economics

Rebeggiani, Luca (Ed.); Drewes, Michael (Ed.); FOM Hochschule für Oekonomie & Management, KompetenzCentrum für angewandte Volkswirtschaftslehre (KCV) (Ed.)

Research Report

Wettbewerb und Wettbewerbspolitik im Sport: Booklet zur 25. Jahrestagung des Arbeitskreises Sportökonomie

KCV Schriftenreihe der FOM, No. 5

Provided in Cooperation with:
KCV KompetenzCentrum für angewandte Volkswirtschaftslehre, FOM Hochschule für Oekonomie & Management

Suggested Citation: Rebeggiani, Luca (Ed.); Drewes, Michael (Ed.); FOM Hochschule für Oekonomie & Management, KompetenzCentrum für angewandte Volkswirtschaftslehre (KCV) (Ed.) (2022) : Wettbewerb und Wettbewerbspolitik im Sport: Booklet zur 25. Jahrestagung des Arbeitskreises Sportökonomie, KCV Schriftenreihe der FOM, No. 5, ISBN 978-3-89275-273-8, MA Akademie Verlags- und Druck-Gesellschaft mbH, Essen

This Version is available at:
https://hdl.handle.net/10419/262148

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

WWW.ECONSTOR.EU

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

KCV Schriftenreihe

Band 5

Luca Rebeggiani / Michael Drewes (Hrsg.)

Wettbewerb und Wettbewerbspolitik im Sport

Booklet

zur 25. Jahrestagung des
Arbeitskreises Sportökonomie

24.-25. Juni | Bonn

FOM Hochschule | KCV

KCV KompetenzCentrum
für angewandte Volkswirtschaftslehre
der FOM Hochschule für Oekonomie & Management

Wettbewerb und Wettbewerbspolitik im Sport

Booklet
zur 25. Jahrestagung des Arbeitskreises Sportökonomie

KCV Schriftenreihe der FOM, Band 5

Essen 2022

ISBN (Print) 978-3-89275-272-1 ISSN (Print) 2701-9403
ISBN (eBook) 978-3-89275-273-8 ISSN (eBook) 2701-9411

Dieses Werk wird herausgegeben vom KCV KompetenzCentrum für angewandte Volkswirtschaftslehre der FOM Hochschule für Oekonomie & Management gGmbH

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliographie; detaillierte bibliographische Daten sind im Internet über http://dnb.d-nb.de abrufbar.

© 2022 by

MA Akademie Verlags-
und Druck-Gesellschaft mbH
Leimkugelstraße 6, 45141 Essen
info@mav-verlag.de

Das Werk einschließlich seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urhebergesetzes ist ohne Zustimmung der MA Akademie Verlags- und Druck-Gesellschaft mbH unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürfen. Oft handelt es sich um gesetzlich geschützte eingetragene Warenzeichen, auch wenn sie nicht als solche gekennzeichnet sind.

Wettbewerb und Wettbewerbspolitik im Sport

Booklet

zur 25. Jahrestagung des Arbeitskreises Sportökonomie

24.-25. Juni | Bonn

Luca Rebeggiani / Michael Drewes (Hrsg.)

Sehr geehrte Gäste aus Wissenschaft, Sport und Wirtschaft,

sportliche Betätigung – ob Leistungssport oder Ausgleich im privaten Leben – hat große gesellschaftspolitische Bedeutung. Im Team- und Leistungssport werden Werte wie Toleranz und Fairness vermittelt, kommen Menschen unterschiedlicher Kulturen und sozialer Hintergründe zusammen. Sport ist Teil eines gesunden Lebensstils und hat gerade in den Zeiten der Pandemie auch Ausgleich für ein belastendes Umfeld geschaffen.

Sport hat aber auch eine große wirtschaftliche Bedeutung für Deutschland, denn in über 91.000 Sportvereinen sind rund 28 Millionen Mitglieder zusammengeschlossen. In einem so großen und relevanten Markt gibt es natürlich auch Konkurrenz. Wettbewerb gehört daher zu den originären Wesensmerkmalen des Sports. Die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Wettbewerb im Sport umfasst sowohl mikro- und verhaltensökonomische Analysen von Wettbewerbsverhalten in Wettkämpfen und Turnieren als auch ordnungspolitische Fragen über die effiziente Regulierung von Ligen und benachbarten Märkten wie dem Sportwetten- oder dem Markt für E-Sports.

Und dies sind nur einige der Themen, denen sich knapp 30 Beiträge auf der 25 Jahrestagung des AK Sportökonomie in Bonn zuwenden.

Die FOM Hochschule bietet dem Dialog der Jubiläumstagung zum Thema „Wettbewerb und Wettbewerbspolitik im Sport“ gerne den entsprechenden Raum. An unserem Hochschulzentrum in Bonn können Fachakteure und Interessierte im Umfeld von Wissenschaft & Praxis mit modernster Ausstattung in den Mehrwert stiftenden Austausch gehen.

Wir hoffen, dass der vielfach rege und fruchtbare Dialog zwischen Hochschule und Praxis mit der Jahrestagung des AK Sportökonomie bereichert wird und wünschen Ihnen viele Impulse, Kontakte und Anknüpfungspunkte für den weiteren Diskurs und der Tagung insgesamt einen harmonischen Verlauf.

Prof. Dr. Burghard Hermeier
Rektor

Prof. Dr. Thomas Heupel
Prorektor Forschung

FOM Hochschule für Oekonomie & Management

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

herzlich willkommen an der FOM Hochschule in Bonn! Es ist uns eine große Ehre, die erste Präsenztagung nach den Corona-bedingten Ausfällen der letzten beiden Jahre an einer der größten Präsenzhochschulen Europas ausrichten zu dürfen! Dass dieser Anlass mit dem 25-jährigen Jubiläum des Arbeitskreises Sportökonomie zusammenfällt, macht uns umso stolzer.

Wir freuen uns nicht nur auf das persönliche Wiedersehen mit bekannten und neuen Gesichtern der sportökonomischen Forschung, sondern auch auf eine inhaltlich spannende Tagung mit einem ausgesprochen hochwertigen Programm. Das Tagungsthema „Wettbewerb und Wettbewerbspolitik im Sport“ verspricht ein breites Spektrum an Themen – von Fragen der Gestaltung von Wettbewerben bis hin zu den Auswirkungen der jüngsten Pandemie. Besonders gespannt sind wir auf die Podiumsdiskussion zum 25jährigen Jubiläum des AK Sportökonomie, wenn wir uns vor Augen führen, wie radikal sich die Welt des Sports und die Welt der Forschung in den letzten 25 Jahren verändert haben.

Das Hochschulzentrum Bonn der FOM Hochschule liegt direkt am Rhein und am Rande der alten bundesdeutschen Hauptstadt, die sich heute mehr denn je als eine dynamische Universitätsstadt mit einer Vielzahl an internationalen Institutionen und global agierenden Unternehmen präsentiert. Es gibt kaum einen geeigneteren Ort, um gleichzeitig zurückzublicken (auf 25 Jahre Geschichte des AK Sportökonomie) und nach vorne zu schauen, auf einen Neustart nach der Pandemie, den wir, trotz aller derzeitigen politischen und wirtschaftlichen Herausforderungen, mit großer Zuversicht begehen wollen.

Mit besten Grüßen aus der Bundesstadt!

Prof. Dr. Luca Rebeggiani Prof. Dr. Michael Drewes
FOM Hochschule für Oekonomie & Management, Hochschulzentrum Bonn

Inhalt

Allgemeine Informationen VIII

Programm der 25. Jahrestagung des AK Sportökonomie X

Panel 1: Talent and Wages 1

The (Surprising) Gender Pay Gap in Winter Sports:
The Impact of Pool Size on the Returns to Performance 2

Determinants of the Market Value of Professional Footballer –
Empirical Evidence from the English Premier League 4

Zusammenhänge zwischen Erfolgen im Nachwuchs- und Spitzensport:
ein systematisches Review mit Meta-Analyse 7

Panel 2: Wettbewerb I 11

Sport und Wettbewerbsrecht – Die Anwendung der Wouters-Doktrin
bei der kartellrechtlichen Bewertung sportverbandlicher Regeln 12

Should Organizing Premier-Level European Football Be a Monopoly?
And Who Should Run It? – An Economists' Perspective 15

Sind Kombinationswettkämpfe fair? 17

Panel 3: Die Auswirkungen von COVID-19 19

Toward the Impact of COVID-19 Measures on Amateur Sporting Behavior:
First Evidence from Germany 20

Der Heimvorteil in der Fußball-Bundesliga – Empirische Analyse zur
Entwicklung des Heimvorteils nach den pandemiebedingten Geisterspielen
und Implikationen für die Sportmanagement-Praxis 26

Das subjektive Sicherheitsgefühl bei Sportevents in Zeiten von
COVID-19 – Determinanten und Schutzmaßnahmen 29

Panel 4: Wettbewerb II 33

Talent Concentration and Competitive Imbalance in European Soccer 34

Möglichkeiten und Grenzen von Gehaltsobergrenzen im Europäischen
Profi-Fußball – Eine wettbewerbspolitische und sportökonomische Analyse 36

Initiativen zur ‚Zukunft des Profifußballs' zwischen Fan- und Ligainteressen:
Eine wettbewerbspolitische Bestandsaufnahme 38

Panel 5: E-Sports und Sport & Internet 41

Goals and Strategies of Professional Football Clubs when Establishing eSports Departments. A Comparative Qualitative Analysis of Selected Bundesliga Clubs 42

The Metaverse: Implications and Applications for the Professional Football Industry – a Delphi study 47

Ich bin, also zeige ich mich – Selbstpräsentation deutscher Wintersportler bei Instagram 50

Panel 6: Governance 55

Notwendigkeit und Möglichkeiten für Markteingriffe. Eine Pro- und Contraanalyse von Playoffs in der Fußball Bundesliga 56

Führt die wahrgenommene Ungerechtigkeit bei Fans im deutschen Profifußball zum Exit? Eine Zusammenhangsanalyse auf Basis empirischer Ergebnisse einer Fanbefragung 58

Governance des russischen Profifußballs: Ein mehr asiatischer oder europäischer Ansatz? 61

Panel 7: Zahlungsbereitschaft 65

The impact of environmental sustainability on German runners' willingness to pay for sport apparel 66

How much are we willing to pay for common property goods in leisure sports? An analysis of slope touring 69

Runners' Willingness to Pay for the Environmental Sustainability of a Participatory Sport Event 73

Panel 8: Wettbewerb III 77

Do women perceive a payoff from working without pay? – A gender comparison of volunteering in European grassroots football 78

„Promoting or Restricting Competition? – The 50plus1-Rule in German Football" 80

Lebenszufriedenheit von Fußballerinnen der Frauen Bundesliga und 2. Frauen Bundesliga unter besonderer Berücksichtigung des beruflichen Ausbildungsstatus 82

Panel 9: Fußball-Bundesliga: Governance und Krise 85

Qualitative Aspekte der Bilanzanalyse von professionellen Fußballclubs am Beispiel ausgewählter Clubs der Fußball Bundesliga..... 86

„[…] und dann ist man sehenden Auges in die Krise marschiert." Ursachen sportlicher und wirtschaftlicher Krisen im Profifußball..... 90

Partzipation im deutschen Profifußball – Entwicklung von Indikatoren zur Ermittlung und Steuerung der Mitbestimmungsmöglichkeiten von Vereinsmitgliedern..... 92

Profile der beteiligten Organisationen 95

Arbeitskreis Sportökonomie e. V..... 95

FOM - Deutschlands Hochschule für Berufstätige..... 95

Allgemeine Informationen

Tagungsort	FOM Hochschule für Oekonomie & Managemet Joseph-Schumpeter-Allee 23-25, 53227 Bonn
Registrierung	Sie können sich ab Freitag, den 24.06.2022 um 10.00 im Foyer der FOM Hochschule Bonn registrieren lassen. Im Zuge der Registrierung erhalten Sie auch Ihre Tagungsunterlagen.
Veranstaltungsräume	Sämtliche Vorträge sowie die Kaffeepausen und Mahlzeiten finden in den Räumen der FOM Hochschule Bonn statt. Ein genauer Raumplan wird zu Beginn der Konferenz ausgehängt.
Präsentationen	Für jede Präsentation sind 30 Minuten inklusive zehn Minuten Diskussionszeit vorgesehen. Bitte bringen Sie Ihre Präsentation auf einem USB-Stick mit und stellen Sie sicher, dass Sie die Präsentation bereits vor Beginn ihres Vortrages (am besten zu Beginn des Veranstaltungstages) auf dem PC im Vortragsraum speichern. Falls Sie dafür Hilfe benötigen, stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.
Audiovisuelle Ausstattung	Alle Tagungsräume sind mit Visualizer, Beamer und PCs oder Laptops mit gängiger Software ausgestattet. Falls Sie weitere technische Unterstützung benötigen, stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.
Namensschilder	Alle Tagungsteilnehmenden erhalten Namensschilder; bitte tragen Sie diese während der Veranstaltung.

Programmänderungen

Es ist vorgesehen, den bekanntgegebenen Programmablauf einzuhalten. Der Veranstalter behält sich jedoch das Recht vor, kurzfristig Änderungen im Programm vorzunehmen.

Internetzugang

Internet steht Ihnen jederzeit durch W-LAN zur Verfügung. In den Räumen der FOM Bonn ist das *eduroam*-Netz verfügbar. Für weitere Zugangsmöglichkeiten kontaktieren Sie uns gerne.

Rauchverbot

Während der Tagung herrscht Rauchverbot. Wir bitten Sie, die Raucherbereiche außerhalb der Gebäude zu nutzen.

Haftung und Versicherung

Die Veranstalter können für keine Schäden an Personen oder Eigentum verantwortlich gemacht werden, die während der Tagung entstehen. In solchen Fällen werden die Teilnehmenden gebeten, ihre eigenen Versicherungen zu kontaktieren.

Programm der 25. Jahrestagung des AK Sportökonomie

„Wettbewerb und Wettbewerbspolitik im Sport“

Freitag, 24.06.2022

ab 10:00 Uhr	**Registrierung**
11:00 Uhr	**Begrüßung**: Prof. Dr. Luca Rebeggiani, Prof. Dr. Michael Drewes, Prof. Dr. Thomas Heupel (Prorektor Forschung FOM Hochschule)
11:15 Uhr	**Paneldiskussion**: 25 Jahre Sportökonomie. Impulsvortrag: Dr. Freya Gassmann (Universität des Saarlandes) und Prof. Dr. Lutz Thieme (Hochschule Koblenz); Moderation Prof. Dr. Georg Hovemann (Universität Leipzig)
12:30 Uhr	**Mittagessen**
13:30 Uhr	**Session I** Panel 1: Talent and Wages Panel 2: Wettbewerb I Panel 3: Die Auswirkungen von COVID 19
15:00 Uhr	**Kaffeepause**
15:30 Uhr	**Session II** Panel 4: Wettbewerb II Panel 5: E-Sports und Sport & Internet Invited Panel: Wettbewerbsverzerrungen
17:00 Uhr	**Keynote**: Prof. Dr. Justus Haucap (HHU Düsseldorf)
18:30 Uhr	**Stadtrundfahrt**
20:30 Uhr	**Abendessen**

Samstag, 25.06.2022

09:00 Uhr	**Session III** Panel 6: Governance Panel 7: Zahlungsbereitschaft
10:30 Uhr	**Kaffeepause**
11:00 Uhr	**Session IV** Panel 8: Wettbewerb III Panel 9: Fußball-Bundesliga – Governance & Krise
12:30 Uhr	**Imbiss**
13:00 Uhr	**Mitgliederversammlung des AK Sportökonomie**

Panel 1: Talent and Wages

The (Surprising) Gender Pay Gap in Winter Sports:
The Impact of Pool Size on the Returns to Performance……...2

Determinants of the Market Value of Professional Footballers –
Empirical Evidence from the English Premier League..... 4

Zusammenhänge zwischen Erfolgen im Nachwuchs- und Spitzensport:
ein systematisches Review mit Meta-Analyse 7

The (Surprising) Gender Pay Gap in Winter Sports: The Impact of Pool Size on the Returns to Performance

Bernd Frick[1], Pascal Haase[2], Kathrin Scharfenkamp[3], Rob Simmons[4], Pamela Wicker[5]

Research Question

In Alpine and Nordic skiing, prize money has for many years been identical for women and men. This is in contrast to other individual sports such as e.g. tennis and golf, where prize purses continue to be lower for women than for men. Table 1 displays the descriptive statistics of the two data sets that we use to estimate our models.

Data: The data we use covers 10 consecutive seasons of Alpine skiing and 20 seasons of Nordic skiing. It appears from Table 1 that in both sports, average annual prize money of women is higher than that of men (www.fis-ski.com).

Descriptive Statistics

	Individuals	Number of Observations	Prize Money		World Cup Points	
			Mean	Std. Dev.	Mean	Std. Dev.
Alpine Skiing (2012-2021)						
Men	365	1,565	28,638	64,640	168	239
Women	313	1,276	30,722	73,648	191	277
Nordic Skiing (2001-2021)						
Men	758	3,270	7,974	24,443	134	225
Women	583	2,337	11,159	34,653	186	312

1 Paderborn University, bernd.frick@uni-paderborn.de
2 Paderborn University, pascal.haase@uni-paderborn.de
3 Bielefeld University, katrin.scharfenkamp@uni-bielefeld.de
4 Lancaster University, r.simmons@lancaster.ac.uk
5 Bielefeld University, pamela.wicker@uni-bielefeld.de

Results

Using the annual prize money as the dependent and the World Cup points accumulated by each athlete in the respective season as the main explanatory variable, we find that women earn significantly less than men. The pay gap is around 1,700 € in Nordic skiing and 4,000 € in Alpine skiing. How can this definitely surprising result be explained? Closer inspection of the data reveals that in each season the number of female athletes is significantly lower than the number of male competitors, suggesting that the average female athlete accumulates significantly more World Cup points in a particular season than the average male athlete. Thus, for women the returns to performance are lower because the number of athletes is lower. When we estimate the wage model with an instrumental variables regression, the pay gap completely disappears.

Implications

Standard econometric tools suggest that women in Alpine and Nordic skiing are discriminated in the sense that they earn less prize money than male athletes. Since the level as well as the distribution of prize money is identical for men and women, this result is due to the smaller pool of female athletes. Thus, characterizing the pay gap as the result of discriminatory remuneration practices is premature and wrong. It may well be that in other environments, where the number of female contestants is low, a pay gap exists that is also entirely due to self-selection.

Determinants of the Market Value of Professional Footballers – Empirical Evidence from the English Premier League

Ashish Chouhan[6], Ajinkya Prabhune[7], Benedikt Römmelt[8], Markus Breuer[9]

Introduction

Like any other market, the market for professional football players is driven by supply and demand. Club's investments in human capital are strongly influenced by estimated revenues. Current Corona pandemic allows us to check for the impact of reduced revenues (due to ghost games, etc.) on clubs' expenditures. Transfer indemnities dropped by 10% in the Premier League, 46% in the Serie A, and 75% in the Spanish La Liga in 2020 compared to 2019 (Poli/Ravenel/Besson, 2020). Moreover, players' market values are depending on their individual skills. World class players strengthen the overall team performance and, thus, the probability of increasing revenues.

Current Research

Overall, the problem of identifying determinants of the market value of professional football players is quite well described in economic literature (Majewski, 2016). Thus, the following selection of (current) papers is just an excerpt of the overall literature.

He/Cachucho/Knobbe (2015) developed regression models to predict a player's market value of La Liga using player's basic information (e.g., age), market information (e.g., duration of contract), and performance information (e.g., actions at the ball). Results show that the trend of market value follows the trend of performance. The better performance, the higher the market value will be (in line with fundamental economic principles) while the top performing players have similar market values and very different performance ratings.

Müller/Simons/Weinmann (2017) considered more than 4,000 players from European Big Five Leagues and a period of six seasons. In Multilevel regressions they used performance information including but not limited to age, minutes

6 SRH Hochschule Heidelberg, Ashish.Chouhan@srh.de
7 SRH Hochschule Heidelberg, Ajinkya.Prabhune@srh.de
8 SRH Hochschule Heidelberg, Benedikt.Roemmelt@srh.de
9 SRH Hochschule Heidelberg, Markus.Breuer@srh.de

played, successful dribbles and several popularity metrics (e.g., Wikipedia page views). Results showed that data analytics can be used to estimate market values and that estimated market values are in line with actual transfer fees.

Kirschstein/Liebscher (2019) used 28 performance measures for a multivariate analysis for German Bundesliga players. Results show that is not only the individual performance but also the club's reputation that is affecting the market value of the players.

Methodology

The research considers Wyscout[10] datasets that consist of play-by-play match-event data and provides statistics of each player for the English Premier League (EPL) 2020/2021 season. The dataset consists of 285 variables comprising information about the player's passes, goals, assists, duels, goals, and many more. The dependent variable (player's market value) is extracted from the transfermarkt[11] for the summer transfer window. Feature engineering is applied and out of 285 variables, 31 are removed, as the values present in the variables are redundant or constant or the variables have high cardinalities. Out of 254 variables, the selection of the variables contributing to market value prediction of the player is performed using filter methods, i.e., Pearson coefficient and wrapper methods, i.e., recursive feature elimination (RFE). In filter methods, variables are identified for players at different positions using the Pearson coefficient. In RFE, decision tree regressor, random forest regressor, and gradient boosting regressor are trained with different variable combinations. The performance of the models is compared with the root mean squared error.

Results

From Pearson coefficient values, it is observed that different list of variables for players at different positions plays a vital role in predicting the player's market value. For players playing at the goalkeeper position, out of 254 variables, variables describing the duels, goals saved, long passes, and many more are critical in predicting the market value of the goalkeeper. Similarly, a pass or a touch happening in the opponent penalty area plays an essential role in the market value of a mid-fielder position. Among the different models trained in RFE with variable

10 https://apidocs.wyscout.com

11 https://www.transfermarkt.de

combinations, the models with the least RSME value are the decision tree regressor with 61 variables, gradient boosting regressor with 198 variables, and random forest regressor with 112 variables.

References

He, Miao; Cachucho, Ricardo; Knobbe, Arno (2015): Football Player's Performance and Market Value, Proceedings of the 2nd workshop of sports analytics, European Conference on Machine Learning and Principles and Practice of Knowledge Discovery in Databases (ECML PKDD).

Kirschstein, Thomas; Liebscher, Steffen (2019): Assessing the market values of soccer players – a robust analysis of data from German 1. and 2. Bundesliga, in: Journal of Applied Statistics, 46 (7), 1336-1349.

Majewski, Sebastian (2016): Identification of Factors Determining Market Value of the Most Valuable Football Players, in: Journal of Management and Business Administration. Central Europe, 24 (3), 91-104.

Müller, Oliver; Simons, Alexander; Weinmann, Markus (2017): Beyond crowd judgements: Data-driven estimation of market value in association football, in: European Journal of Operational Research, 263 (2), 611-624.

Poli, Raffaele; Ravenel, Loic; Besson, Roger (2020): The real impact of COVID on the football palyers' transfer market, CIES Football Obervatory Monthly Report, No. 58 October 2020.

Zusammenhänge zwischen Erfolgen im Nachwuchs- und Spitzensport: ein systematisches Review mit Meta-Analyse

Michael Barth[12], Arne Güllich[13], Brooke N. Macnamara[14], Zach Hambrick[15], Christian Raschner[16]

Welche Bedeutung haben sportliche Erfolge im Nachwuchsalter für die langfristige Entwicklung von Erfolgen im Spitzensport? Zentrale theoretische Konzepte der Talententwicklung — Theorien der „Deliberate Practice“ und „Giftedness“ (Barth et al., 2022; Ericsson et al., 1993; Gagné, 2015) — gehen von positiven Zusammenhängen aus. Ebenso wird in der Sportpraxis sportlichen Erfolgen im Nachwuchsalter große Bedeutung für spätere Erfolge im Spitzensport zugeschrieben (Fuchslocher et al., 2013; Hohmann & Seidel, 2003).

Innerhalb der relevanten Literatur können vier Typen an Studien differenziert werden: Korrelationsanalysen zwischen Nachwuchs- und Spitzensporterfolgen mit prospektiver oder retrospektiver Datenerhebung (Typ I und II) sowie „Konversionsratenstudien“, die prospektiv den Anteil erfolgreicher Junioren, die erfolgreiche Spitzensportler werden (Typ III), oder retrospektiv den Anteil erfolgreicher Spitzensportler, die erfolgreiche Junioren waren (Typ IV), bestimmen. So eindeutig, wie in der Theorie und Praxis behauptet, zeigt sich die empirische Forschungslage allerdings nicht: Einige Korrelationsstudien berichten über starke positive Zusammenhänge zwischen Nachwuchs- und Spitzensporterfolgen, andere über schwache, keine oder sogar negative Korrelationen. Konversionsratenstudien berichten Übergangsraten von 0 bis 100 %.

Die gemischten empirischen Ergebnisse und die unterschiedlichen Studiendesigns und -methoden der Originalstudien legen eine umfassende Literaturübersicht und -analyse nahe; technisch also ein systematisches Review und eine Meta-Analyse. Ziele dieser Arbeit sind (1) die Beschreibung und kritische Bewertung der Qualität der vorhandenen Evidenz, (2) die metaanalytische Synthese

12 Universität Innsbruck, Michael.Barth@uibk.ac.at
13 TU Kaiserslautern, guellich@sowi.uni-kl.de
14 Case Western Reserve University, bnm24@case.edu
15 Michigan State University, hambric3@msu.edu
16 Universität Innsbruck, christian.raschner@uibk.ac.at

der Effektstärken aus den Korrelationsstudien, (3) die Synthese der Übergangsraten aus den Konversionsratenstudien und (4) die Untersuchung, inwieweit die Heterogenität der Ergebnisse der

Originalstudien durch Moderatorvariablen wie Sportarten, Geschlecht, Junioren-Alterskategorie und untersuchte Erfolgsniveaus erklärt wird.

Das Verfahren zur Suche und Auswahl von Studien orientiert sich am „PRISMA 2020 Statement“ (Page et al., 2021). Ein Protokoll nach den Leitlinien des „PRISMA-P Statement“ (Moher et al., 2015; Shamseer et al., 2015) wurde bereits unter https://osf.io/gck4a/ veröffentlicht. Darin sind nähere Informationen zur Datensammlung und -analyse beschrieben.

Es wird erwartet, dass diese Analysen zu robusteren und verallgemeinerbaren Ergebnissen führen. Sie werden uns (1) Aufschlüsse über die Entwicklung und Kalkulierbarkeit menschlicher Höchstleistungen geben und (2) eine umfassende Bewertung der prognostischen Validität von Nachwuchserfolgen ermöglichen. Erkenntnisse über Unterschiede zwischen Subgruppen können zudem (3) zu besser informierten Entscheidungen bei der Talentauswahl und (4) einer verbesserten Betreuung junger Athleten und effektiveren Talentförderprogrammen beitragen.

Diese Studie wird durch die Tiroler Wissenschaftsförderung (TWF) unterstützt.

Literatur

Barth, M., Güllich, A., Macnamara, B. N. & Hambrick, D. Z. (2022). Predictors of junior versus senior elite performance are opposite: a systematic review and meta-analysis of participation patterns. Sports Medicine. Advanced online publication. https://doi.org/10.1007/s40279-021-01625-4

Ericsson, K. A., Krampe, R. T. & Tesch-Römer, C. (1993). The role of deliberate practice in the acquisition of expert performance. Psychological Review, 100(3), 363–406. https://doi.org/10.1037/0033-295X.100.3.363

Fuchslocher, J., Romann, M. & Gulbin, J. (2013). Strategies to support developing talent. Schweizerische Zeitschrift für Sportmedizin und Sporttraumatologie, 61(4), 10–14.

Gagné, F. (2015). From genes to talent: the DMGT/CMTD perspective. Revista de Educación, 368, 12–37. doi:10.4438/1988-592X-RE-2015-368-289

Hohmann A. & Seidel, I. (2003). Scientific aspects of talent development. International Journal of Physical Education, 40, 9–20.

Moher, D., Shamseer, L., Clarke, M., Ghersi, D., Liberati, A., Petticrew, M. et al. (2015). Preferred reporting items for systematic review and meta-analysis protocols (PRISMA-P) 2015 statement. Systematic Reviews, 4: 1. doi: 10.1186/2046-4053-4-1

Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D. et al. (2021). The PRISMA 2020 statement: an updated guideline for reporting systematic reviews. BMJ, 372: n71. doi: 10.1136/bmj.n71

Shamseer, L., Moher, D., Clarke, M., Ghersi, D., Liberati, A., Petticrew, M et al. (2015). Preferred reporting items for systematic review and meta-analysis protocols (PRISMA-P) 2015: elaboration and explanation. BMJ, 349: g7647. doi: 10.1136/bmj.g7647

Panel 2: Wettbewerb I

Sport und Wettbewerbsrecht – Die Anwendung der Wouters-Doktrin bei der kartellrechtlichen Bewertung sportverbandlicher Regeln 12

Should Organizing Premier-Level European Football Be a Monopoly? And Who Should Run It? – An Economist's Perspective 15

Sind Kombinationswettkämpfe fair? 17

Sport und Wettbewerbsrecht – Die Anwendung der Wouters-Doktrin bei der kartellrechtlichen Bewertung sportverbandlicher Regeln

Björn Christian Becker[17]

Der sportliche Wettbewerb wird auf nationaler wie auf internationaler Ebene maßgeblich von Sportverbänden bestimmt. Sie geben der jeweiligen Sportart einen organisatorischen Rahmen, in welchem sich die einzelnen Akteure – etwa Vereine oder Athleten – bewegen können. Die Regelsetzungstätigkeit der Sportverbände betrifft dabei keinesfalls nur den sportlichen Bereich. Im kommerzialisierten Sport hat nahezu jede Regelsetzungstätigkeit von Sportverbänden auch Auswirkungen auf den wirtschaftlichen Wettbewerb. Selbst eine auf den ersten Blick „rein sportliche" Regelung wie die Verkleinerung des Fußballfeldes auf die Größe eines Handballterrains hätte zur Folge, dass Mannschaften mit technisch besonders versierten „Dribbelkünstlern" ihrer Stärke beraubt und somit nicht nur im sportlichen, sondern auch im wirtschaftlichen Wettbewerb benachteiligt würden. Der Marktwert solcher Spieler und damit auch des Vereins würde erheblich sinken. In der Praxis beschränkt sich die Regelsetzungstätigkeit von Sportverbänden heutzutage längst nicht mehr auf den sportlichen Bereich, sondern betrifft darüber hinaus auch in zunehmendem Maße originär wirtschaftliche Sachverhalte. Beispielhaft zu nennen sind etwa die Zentralvermarktung von Übertragungsrechten[18] an Sportereignissen sowie Regulierungen in den Bereichen der Werberechte[19] von Vereinen und Athleten oder der Spielvermittlung[20].

Vor diesem Hintergrund verwundert es nicht, dass der Europäische Gerichtshof (EuGH) in seiner wegweisenden, die Anti-Doping-Regeln des Internationalen Olympischen Komitees (IOC) betreffenden Entscheidung der Rechtssache Meca Medina[21] klargestellt hat, dass das dem Wettbewerbsschutz dienende Europäi-

---

17 Universität Würzburg, bjoern.becker@jura.uni-wuerzburg.de

18 Siehe etwa EuGH, Urteil v. 4.10.2011, C-403/08 und C-429/08 – Football Association Premier League, ECLI:EU:C:2011:631, Rn. 134 ff.; Kommission v. 23.7.2003, COMP/C.2-37.398 – UEFA Champions League; v. 19.5.2005, COMP/C-2/37.214 – Gemeinsame Vermarktung der Medienrechte an der deutschen Bundesliga; BKartAv. 12.1.2012, B6-114/10; v. 11.4.2016, B6-32/15; v. 20.3.2020, B6-28/19.

19 BKartA v. 25.2.2019, B2-26/17; dazu ausführlich etwa *Heermann*, WRP 2019, 834.

20 Siehe etwa OLG Frankfurt/M., Urteil v. 30.11.201, 11 U 172/19 (Kart), NZKart 2022, 31, 34; v. 2.2.2016, 11 U 70/15 (Kart), NZKart 2016, 233.

21 EuGH, Urteil v. 18.6.2006, C-519/04 P – Meca-Medina, ECLI:EU:C:2006:492.

sche Wettbewerbsrecht (Art. 101, 102 AEUV) grundsätzlich auch auf die Regelsetzungstätigkeit der Sportverbände findet.[22] Jedoch geht der EuGH davon aus, dass nicht jede wettbewerbsbeschränkende Verhaltensweise „zwangsläufig" unter das Kartellverbot fällt. Vielmehr hat der EuGH die zu untersuchende sportverbandliche Regelung betreffend ein Doping-Verbot einer Verhältnismäßigkeitsprüfung unterzogen und unter diesem Gesichtspunkt nicht beanstandet. Diese Verhältnismäßigkeitsprüfung wird in der juristischen Literatur häufig als „Drei-Stufen-Test"[23] oder – auf Grund des Ursprungs der Meca Medina-Entscheidung in der Rechtssache Wouters[24] treffender – auch als „Wouters-Doktrin"[25] bezeichnet.

In diesem Zusammenhang stellen sich im Wesentlichen zwei Fragen:

(1) Auf welche Arten sportverbandlicher Regelungen findet die Wouters-Doktrin überhaupt Anwendung? Diese Frage ist eng verknüpft mit der dogmatischen Herleitung der Wouters-Doktrin. Hiermit hat sich u. a. der Verfasser bereits ausführlich an anderer Stelle auseinandergesetzt.[26]

(2) Wie ist die Wouters-Doktrin in der Praxis im Einzelfall anzuwenden? Nach der Wouters-Doktrin des EuGH sind bei der Anwendung der Wettbewerbsregeln im Einzelfall der „Gesamtzusammenhang, in dem der fragliche Beschluss zustande gekommen ist oder seine Wirkungen entfaltet, und insbesondere seine Zielsetzung zu würdigen. Weiter ist dann zu prüfen, ob die mit dem Beschluss verbundenen wettbewerbsbeschränkenden Wirkungen notwendig mit der Verfolgung

---

22 H. M., siehe u. a. *Horn*, Die Anwendung des europäischen Kartellrechts auf den Sport, 2016, S. 62 ff.; *Esposito*, Private Sportordnung und EU Kartellrecht – Eine Untersuchung unter besonderer Berücksichtigung der 50+1 Regel und der Break-even Rule im Profi-Fußball, 2014, S. 171 ff.; *Podszun*, NZKart 2021, 138; *Stopper*, SpuRt 2020, 216; *Stancke*, SpuRt 2016, 230, 232; *Heermann*, WuW 2009, 394, 399 f.; *Vermeersch*, CMLR Volume 46, Issue 4 (2009), 1327, 1331; *Klees*, EuZW 2008, 391; *Grave/Nyberg*, in: LMRKM, Kartellrecht, 2020, Art. 101 AEUV Rn. 377 ff.; *Hellmann*, in: FK Kartellrecht, Stand: 88. Lieferung 3.2017, Sport, Rn. 6; rechtsvergleichend *Farzin*, Jeffrey S. Moorad Sports Law Journal 22:1 (2015), 75, 76 ff., 93 ff.;

23 Statt vieler *Heermann*, WuW 2009, 394, 402 ff.; siehe zuletzt etwa *Podszun*, NZKart 2021, 138, 141.

24 EuGH, Urteil v. 19.2.2002, C-309/99 – Wouters, ECLI:EU:C:2002:98.

25 So etwa *Breuer*, Das EU-Kartellrecht im Kraftfeld der Unionsziele, 2013, S. 437 ff.; 443 ff.; *Whish/Bailey*, Competition Law, 2021, S. 141; *Bien/Becker*, ZWeR 2021, 565; *Ackermann*, WuW 2022, 122.

26 Siehe *Bien/Becker*, ZWeR 2021, 565.

der genannten Ziele zusammenhängen […] und ob sie im Hinblick auf diese Ziele verhältnismäßig sind."[27]

Der vorliegende Beitrag beschäftigt sich mit der zweitgenannten Frage und identifiziert anhand der Meca-Medina-Entscheidung zunächst drei Kategorien legitimer Zielsetzungen im Bereich des Sports: (a) Wettkampfbezogene und sportorganisatorische Zielsetzungen, (b) gesellschaftspolitische Zielsetzungen sowie (c) dem Athletenschutz dienende Zielsetzungen. Es zeigt sich, dass als legitime Ziele ausschließlich außerwirtschaftliche Ziele in Betracht kommen, nicht aber wirtschaftliche Motive der Sportverbände. In diesem Zusammenhang ist auch auf die – zur Zeit der Meca-Medina-Entscheidung noch nicht existente und in ihrer Reichweite umstrittene – primärrechtliche Regelung des Art. 165 AEUV[28] einzugehen. Bei näherer Betrachtung zeigt sich, dass sich die der Meca-Medina-Entscheidung zu entnehmenden drei Kategorien legitimer Zielsetzungen letztlich in Art. 165 AEUV wiederfinden und inhaltlich nicht über die vom EuGH aufgestellten Grundsätze hinausgehen.

Werden – wie im Profisport häufig der Fall – sportliche und wirtschaftliche Zielsetzungen parallel verfolgt, kommt der Prüfung besondere Bedeutung zu, ob die verfolgten – notwendigerweise legitimen – Ziele mit geeigneten, erforderlichen und verhältnismäßigen Regeln bzw. Maßnahmen verfolgt werden. Mit dieser Frage hatte sich jüngst das Europäische Gericht (EuG) in der Rechtssache ISU[29] zu beschäftigen und dabei einige Schwierigkeiten offenbart. In der Praxis spielen hierbei insbesondere Darlegungs- und Beweislastgesichtspunkte eine wichtige Rolle, wobei die Rechtsprechung aus Sicht der Verbände strenge Anforderungen an den Nachweis der Voraussetzungen der Wouters-Doktrin stellt.

---

27 EuGH, Urteil v. 18.6.2006, C-519/04 P – Meca-Medina, ECLI:EU:C:2006: 492, Rn. 42.

28 Art. 165 AEUV lautet: „(1) […] Die Union trägt zur Förderung der europäischen Dimension des Sports bei und berücksichtigt dabei dessen besondere Merkmale, dessen auf freiwilligem Engagement basierende Strukturen sowie dessen soziale und pädagogische Funktion. (2) Die Tätigkeit der Union hat folgende Ziele: […] – Entwicklung der europäischen Dimension des Sports durch Förderung der Fairness und der Offenheit von Sportwettkämpfen und der Zusammenarbeit zwischen den für den Sport verantwortlichen Organisationen sowie durch den Schutz der körperlichen und seelischen Unversehrtheit der Sportler, insbesondere der jüngeren Sportler"

29 EuG, Urteil v. 16.12.2020, T-93/18 – ISU, ECLI:EU:T:2020:610.

Should Organizing Premier-Level European Football Be a Monopoly? And Who Should Run It? – An Economist's Perspective

Oliver Budzinski[30]*, Arne Feddersen*[31]

Introduction and Summary

In economics, monopolies are associated with severe consumer (fan) welfare loss and massive dynamic inefficiencies. Therefore, effective competition in every market is the generally preferred organization of commercial activities and, subsequently, the main goal of competition law and policy. Yet, there may be situations where a single supplier of a good may exceptionally be superior to competition. Organizing premier-level sports is often viewed to be such an exception – as in the EU with the pyramid structure of sports associations governing professional (and commercial) sports (as described, inter alia, in the EU White Book on Sports).

In the first part of this chapter, we review this assertion from a modern economics perspective. What are the economic arguments in favor of the pyramid structure, what are those against it – and how should they be balanced? What do the manifold empirical studies tell us about the relevance of the pros and cons? In doing so, we unbundle the monopoly governance by identifying specific tasks that require a single supplier/organizer and those that can be subject to market competition.

In the second part of the paper, we go beyond these theory-driven categorization by looking into the checks and balances that are necessary for a workable, efficient, and fair use of the inevitable monopoly power. This includes identifying areas which need to be separate and independent from each other to avoid and balance conflicts of interests. Furthermore, we discuss for the identified monopoly areas who should run them in order to maximize social and consumer (fan) welfare and whether competition for the market may substitute competition in the market.

30 Technische Universität Ilmenau, Oliver.Budzinski@tu-ilmenau.de
31 University of Southern Denmark, af@sam.sdu.dk

Theory and Methods

This paper is a classical competition policy paper, i.e. it applies modern state-of-the-art insights from industrial/sport economic theory and empirical evidence from the literature to assess, evaluate, discuss, and propose competition rules and their application/enforcement. As such, it perfectly aligns with the general topic of the conference. The approach in this paper can be classified as institutional economics as well as law & economics.

Results and their Relevance for Sports Competition Policy

Our analysis yields relevant implications for the application of competition law to premier-level sports leagues. In the light of our results, suggestions are derived to (i) revise the three-step-procedure in European competition policy towards sports markets (as laid out by the European Commission) as well as (ii) the case judgments defining the borders of sports associations' monopoly power (like the FIA case, the Premier League case, the UEFA case, and the Bundesliga case – as well as comparable cases on national level, esp. Germany, Great-Britain and France). Our results are also relevant for the pending competition law case in European football "Super League vs. UEFA". Next to providing insights for competition policy in sports markets and its enforcement, our results are helpful for the future design of the governance of premier-level sports leagues and, thus, for league organizers and managers.

Sind Kombinationswettkämpfe fair?

Andreas Kladroba[32]

Kombinationswettkämpfe erfreuen sich in den verschiedensten Sportarten großer Beliebtheit, sei es der Triathlon, der Biathlon, der Zehnkampf in der Leichtathletik, die nordische Kombination oder die „Superkombination“ im alpinen Skizirkus. Dabei gibt es sehr unterschiedliche Arten, solche Kombinationswettkämpfe aufzustellen. Unterscheidungen können z.B. getroffen werden hinsichtlich

1. des „Verwandtschaftsgrades“ der involvierten Sportarten: Die Spannweite reicht von unterschiedlichen Disziplinen der gleichen Sportart („Superkombination“ im alpinen Skisport, Lagenschwimmen) bis hin zu einer Kombination höchst unterschiedlicher Sportarten (Triathlon, Biathlon, moderner Fünfkampf)

2. der Organisationsform des Wettbewerbs. Hier kann z.B. unterschieden werden in die folgenden Formen:

a. Die Sportarten werden ohne Pause hintereinander absolviert (Triathlon) oder sogar miteinander verwoben (Biathlon).

b. Die Sportarten werden einzeln durchgeführt. Zwischen den Disziplinen hat der Sportler eine Pause zur Erholung (Zehnkampf).

3. der Bewertung, also der Aggregation der Einzeldisziplinen zu einem Gesamtergebnis. Hier findet man Varianten wie:

a. Die Zeiten in den Einzeldisziplinen werden addiert (Triathlon, Lagenschwimmen).

b. Die Ergebnisse der Einzeldisziplinen werden in Punkte umgerechnet, die schließlich addiert werden (Zehnkampf).

c. Nach der Gundersen-Regel werden die Ergebnisse der ersten Disziplin(en) in ein Handicap für die letzte Disziplin umgerechnet (Nordische Kombination, Moderner Fünfkampf).

Bei der nordischen Kombination starten die Sportler also mit sich aus den Sprungergebnissen ergebenden Abständen in den Langlauf als Verfolgungsrennen. Wer als erster das Ziel erreicht, gewinnt den Gesamtwettkampf.

[32] FOM Hochschule für Oekonomie & Management, Düsseldorf, andreas.kladroba@fom.de

In allen Formen stellt sich aber die Frage, ob der Wettkampf fair in dem Sinne ist, dass die unterschiedlichen Teildisziplinen gleich gewichtet sind. Wenn es also z.B. die Teildisziplinen A und B gibt, darf nicht von vornherein klar sein, dass auf jeden Fall ein Sportler, der seine Stärken in Disziplin A hat, gewinnt, während ein Sportler mit Stärken in B keine Chance auf den Gesamtsieg hat. Solche Fälle hat es z.B. in der alpinen Kombination bereits gegeben.

Die Frage nach der Fairness ist nicht nur für die Sportler von Interesse, sondern natürlich auch für die Zuschauer und damit letztlich auch für den Veranstalter, der auf diese Weise ein Event organisieren kann, das für den Zuschauer Spannung verspricht und für ihn ein großes (mutmaßlich gewinnbringendes) Interesse beim Livepublikum und eventuell den Medien.

Der Vortrag möchte anhand von Beispielen großer Wettkämpfe (Olympische Spiele, Weltmeisterschaften u. ä.) mit Hilfe statistischer Methoden aufzeigen, inwiefern diese Fairness in verschiedenen Kombinationswettbewerben bereits gegeben ist und wie Wettbewerbe eventuell verändert werden müssten, um Fairness zu erreichen.

Panel 3: Die Auswirkungen von COVID-19

Toward the Impact of COVID-19 Measures on Amateur Sporting Behavior: First Evidence from Germany 20

Der Heimvorteil in der Fußball-Bundesliga – Empirische Analyse zur Entwicklung des Heimvorteils nach den pandemiebedingten Geisterspielen und Implikationen für die Sportmanagement-Praxis 26

Das subjektive Sicherheitsgefühl bei Sportevents in Zeiten von COVID-19 – Determinanten und Schutzmaßnahmen 29

Toward the Impact of COVID-19 Measures on Amateur Sporting Behavior: First Evidence from Germany

Katharina Schöttl[33], Florian Follert[34], Frank Daumann[35]

Introduction and Background

The COVID-19 pandemic which results from the spread of the SarsCov2 virus has been influencing social and economic life for two years now. For social science disciplines, the pandemic offers a setting that resembles a natural experiment, so that numerous studies in sports economics are also devoted to the various effects that government measures have on sports (e.g., Drewes, Daumann and Follert 2021; Fischer, Reade and Schmal 2021; Leitner et al. 2021, Reade and Singleton 2021). While most studies are investigating the impact on professional sports – presumably also due to the good data availability in this segment – our project aims to investigate the other fields of sports as well.

On the one hand, in (amateur) sports people have to deal for example with closed sports facilities, contact restrictions what effect especially team sports, travel restrictions that forbid for example training camps, and a ban on competitions which is particularly important for competitive athletes.

However, on the other hand, given a limited budget of time to consume sports, some conditions lead to a higher time budget due to home office or the necessary absence of business trips. From an economic perspective we assume that people compare their alternatives regarding costs and benefits which leads to opportunity costs that determine the value of spending time in doing sports. Therefore, we expect that less leisure opportunities as a consequence of closed restaurants, shops, travel and contact restrictions, curfews and bans on going out can compensate the mentioned effect which results from the restrictions.

33 Seeburg Castle University, Seekirchen (Austria), katharina.schoettl@uni-seeburg.at
34 Seeburg Castle University, Seekirchen (Austria), florian.follert@uni-seeburg.at
35 Friedrich Schiller University, Jena, frank.daumann@uni-jena.de

We use the example of Germany to investigate how COVID-19 influences the sporting activity. On the one hand, the case of Germany seems to be suitable, since it is one of the countries with the most restrictions (https://our-worldindata.org/grapher/covid-stringency-index?region=Eu-rope). On the other, in Germany, by international comparison, a very large number of people are members of a sports club – the German Soccer Association (DFB) is the world's largest sports associations in terms of the number of members - and sports clubs play a crucial role in civil society (Scheerder et al. 2020).

In order to deal with the topic, we must first clarify what we mean by "sports". We differentiate between "formal" or "organized" sports (hereafter, club sports) on the one hand and "informal" or "self-organized" sports (hereafter, self-organized sports) on the other. Self-organized sports activities like jogging, walking, hiking, biking, or home workouts are one of the very less leisure activities which are allowed. We assume that self-organized sports appeals to other sports motives than typical club sport activities.

Due to the novelty of the topic and the strong focus of existing literature on professional sports, we observe a research gap that we want to fill out with this project.

Our general research question (RQ) is, how the measures to reduce infections affected the public sports behavior. Additionally to this overarching question, we want to identify which individual factors have an influence on the change in sports behavior.

RQ: Is there a difference between athletes from club sports and self-organized sports to change their sporting behavior during lockdown phases?

Based on our theoretical consideration on the allocation of time described above, we aim to test the following hypothesis (H)

H: There is a difference in how sporting behavior changes during lockdown between self-organized and club sport athletes.

Our hypothesis is based on the fact that athletes who usually practice their sport in sports institutions were more restricted from the containment measures than those who organize their sport themselves.

Method and Data

The data was collected in the form of an online questionnaire, which was developed for this purpose due to the novelty of the research question. The data was collected in all federal states of Germany, the collection period was March 2020 to January 2021, which included two phases of nationwide closure of sports facilities and far-reaching contact restrictions.

After a thorough quality check and cleansing of the data set, it contains a total of 1724 subjects. The gender distribution (36.7% female; 63.7% male; 0.2% diverse) corresponds almost exactly to the gender distribution within German athletes. At 29.22 years (SD: 19.98), the average age is slightly below average, which can be attributed to the digital survey format. 61% stated that they do sports in a public sports club, 41.9% stated that they have a membership with a commercial sports provider (such as a gym), 3.5% do sports as part of a community college offers and 70.8% stated that they do sports on their own.

Preliminary Results

The descriptive data analysis shows, that 78.3% tend towards the statement that their sports behavior has changed since the beginning of the corona pandemic, which gives a first indication that the pandemic has influenced social sports behavior. Regarding the statement that they have exercised more than usual during lockdown periods, 45.6% tend to agree, while 54.4% disagree.

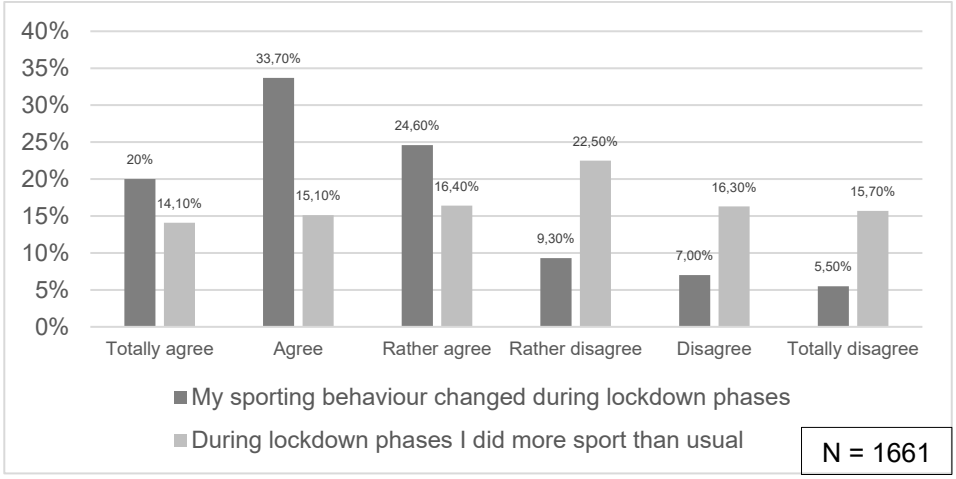


Figure 1: Change in sports behavior during the lockdown phases

Both results show a very heterogeneous response behavior within the respondents, a very large proportion changed their sports behavior, but the "direction" of the change, in the sense of an increase or decrease in active sports consumption, is divided into two parts.

By examining the hypotheses, it should be possible to identify which factors influence more or less sport.

The hypothesis “There is a difference in how sporting behavior changes during lockdown between self-organized and club sport athletes” is a difference hypothesis that aims to test the difference in the dependent variable "During lockdown phases I did more sport than usual" between the group that organizes their sport institutionally and those that organize it themselves. Since the dependent variable was queried in the form of a rating scale and is therefore ordinally scaled, the Mann Whitney U-test procedure is used to test the hypothesis.

The result shows a significant difference ($p<0.001$) between athletes who practice self-organized sport and those who does not practice self-organized sport ($U=200363.00$ $Z = -8.991$). The athletes who do self-organized sport agreed significantly more strongly with the statement that they did more sport than usual during lockdown phases.

Further investigations on the data set show a significant difference in the sports motives between institutionally organized athletes and self-organized athletes, which can contribute to explaining the different sports behavior during the lockdown phases.

For all sports motives asked in the context of the survey, a Mann Whitney U-test was used to examine the extent to which there was a difference between institutional and self-organized athletes.

Table 1: Differences in sports motivation between athletes from club sports and self-organized sports

Motive	U	Z	p
Improving sport-specific skills (Skill level, technique, tactics)	233610.0	-4.090	<0.001
Societal/social aspects	245019.5	-2.693	0.007
Balance to everyday life	243897.0	-3.194	0.001
Physical exertion	257267.5	-1.254	0.210
Achievement of personal goals	230951.5	-4.427	<0.001
Competition	214655.0	-6.165	<0.001
Health/preventive aspects	257671.5	-1.395	0.163

With the exception of "health/preventive" aspects and “physical exertion”, the results show a significant difference between the self-organized and the club sports athletes with regard to all sports motives. The aspects “Improving sport-specific skills”, “Societal/social aspects” and “Competition” have a less importance meaning for athletes from informal sports, on the other hand the aspects “Balance to everyday life” and “Achievement of personal goals” have a more important meaning for athletes from informal sports. Our result provides first insights to the question of why athletes who do organized sport in institutions did not shift it more to self-organized sport during the closure of the sports facility: In particular, the strong motives, such as competitions, social aspects are less well addressed by this "alternative sport".

Implications

The lockdown phases were particularly conducive to active sports consumption by self-organized athletes. This certainly has to do with the forms of lockdown. In addition, self-organized sport allows better social distancing, which may have been in the interest of many athletes.

Another explanation for the different tendencies in sports behavior between institutionally organized and self-organized athletes can be the different motivation

for practicing sports. During the lockdown, the social aspects, which often play a major role in club sports, cannot be sufficiently served.

Athletes from self-organized sports make better use of the time available due to fewer alternatives than athletes from organized sports, whose sporting motives are less addressed by self-organized sports. This may certainly be due to the fact that non-organized athletes are more used to situations comparable to the lockdown.

References

Drewes, M., Daumann, F. & Follert, F. (2021), Exploring the sports economic impact of COVID-19 on professional soccer. Soccer & Society 22, 125-137.

Fischer, K., Reade, J.J., Schmal, W.B. (2021). The long shadow of an infection: COVID-19 and performance at work, DICE Discussion Paper, No. 368, ISBN 978-3-86304-367-4, Heinrich Heine University Düsseldorf, Düsseldorf Institute for Competition Eco-nomics (DICE), Düsseldorf

Leitner, M.C., Daumann, F., Follert, F. & Richlan, F., The Cauldron Has Cooled Down: A Systematic Literature Review on Home Advantage in Football during the COVID-19 Pandemic from a Socio-Economic and Psychological Perspective. Management Re-view Quarterly, https://doi.org/10.1007/s11301-021-00254-5

Reade, J.J. & Singleton, C. (2021). Demand for public events in the COVID-19 pandemic: a case study of European football. European Sport Management Quarterly, 21(3), 391-405.

Scheerder, J., Helsen, K., Elmose-Østerlund, K., & Nagel, S. (2020). Exploring pan-European similarities and differences in club-organised sports: A cross-national and cross-temporal comparison. In Functions of Sports Clubs in European Societies (pp. 315-343). Springer, Cham.

Wichmann, A. (2019). Quantitative und qualitative Forschung im Vergleich. Berlin: Springer-Verlag GmbH. doi, 10, 978-3.

Der Heimvorteil in der Fußball-Bundesliga – Empirische Analyse zur Entwicklung des Heimvorteils nach den pandemiebedingten Geisterspielen und Implikationen für die Sportmanagement-Praxis

Gerd Nufer[36], Aisha Stickel[37]

Theoretische Grundlagen

Der relative Vorteil von Heim- gegenüber Auswärtsteams im Sport – der sogenannte "Heimvorteil" – ist in mehreren Studien belegt (z.B. Nevill et al., 2002; Jamieson, 2010). Als theoretisch dem Heimvorteil zugrundeliegende Faktoren gelten u.a. folgende: die Zuschauer (durch ihre motivierende Wirkung auf Spieler oder beeinflussende Wirkung auf Schiedsrichter), Reisefaktoren (z.B. die Entfernung bzw. Dauer der Reise und die damit einhergehende Erschöpfung der Spieler) und die Vertrautheit der Heimmannschaft mit der Umgebung (z.B. die Vertrautheit mit dem Stadion und dem Spieluntergrund) (Courneya & Carron, 1992; Nevill et al., 2002). Durch die während der COVID-19-Pandemie stattfindenden Spiele ohne Zuschauer ("Geisterspiele") lässt sich erstmals durch ein natürliches Experiment der Einfluss von Zuschauern auf den Heimvorteil betrachten. Ein Überblick über die Studien, die den Heimvorteil in verschiedenen Fußballligen während der pandemiebedingten Geisterspiele untersuchen, findet sich in Leitner et al. (2022).

Untersuchungsdesign

Dieser Beitrag fokussiert in Abgrenzung zu bereits existierenden Studien nicht auf den Heimvorteil während der Spiele ohne Zuschauer in den Stadien, sondern vielmehr auf die Entwicklung des Heimvorteils in der Zeit unmittelbar nach den Geisterspielen. Hierfür werden die Spiele der Fußball-Bundesliga analysiert, um die Entwicklung des Heimvorteils nach den Geisterspielen mit dem Heimvorteil vor und während der Pandemie vergleichend zu untersuchen. Für den in Studien bereits mehrfach untersuchten Effekt der völlig leeren Zuschauerränge auf den Heimvorteil ist in der Fußball-Bundes-liga der Vergleich mit den Zuschauerzahlen vor der Pandemie entscheidend (d.h. die relative Änderung der Zuschauerzahlen); die Relevanz der vorpandemischen Zuschauerzahlen verschwindet dabei

[36] Hochschule Reutlingen Gerd.Nufer@Reutlingen-University.DE
[37] Hochschule Reutlingen Aisha.Stickel@Reutlingen-University.DE

mit der Zeit (Fischer & Haucap, 2021). In Anbetracht der Relevanz von Referenzpunkten werden in dieser neuen Studie speziell die Spiele unmittelbar nach den Geisterspielen in den Mittelpunkt gerückt, da hier davon ausgegangen werden kann, dass der Referenzpunkt für alle Vereine gleich ist (d.h. unmittelbar davor gab es generell keine Zuschauer in den Stadien) und der positive psychologische Effekt auf die Spieler der Heimmannschaft selbst bei nur teilbesetzten, zuschauerkapazitätsbeschränkten Stadien sehr hoch ist. Zudem wird vermutet, dass der überdurchschnittlich hohe motivierende Effekt durch die Zuschauer mit der Zeit wieder verschwindet und sich dem vorpandemischen Niveau annähert.

Forschungshypothesen

Hypothese 1: Unmittelbar nach den pandemiebedingten Geisterspielen existiert selbst in teilbesetzten, zuschauerkapazitätsbeschränkten Stadien ein größerer Heimvorteil als in der Zeit vor der Pandemie.

Hypothese 2: Mit zunehmender Kapazitätsauslastung der Stadien, d.h. trotz steigender Zuschauerzahlen, verschwindet der größere Heimvorteil im Zeitablauf wieder und es existiert ein vergleichbarer Heimvorteil wie in der Zeit vor der Pandemie.

Empirische Analyse und Implikationen

Der der Untersuchung zugrundeliegende Datensatz umfasst alle Spiele der Fußball-Bundesliga in den fünf Spielzeiten 2017/18 bis 2021/22. Neben den Mannschaften und Spielergebnissen zur Bildung der abhängigen Variable enthält der Datensatz Informationen zur Bildung von Kontrollvariablen, um einer Verzerrung durch ausgelassene Variablen ("Omitted Variable Bias") entgegenzuwirken: Teamqualität ("ability"), Reiseentfernung und spiel- und stadienspezifische Informationen. Die Analysen zur Untersuchung des Heimvorteils nach den pandemiebedingten Geisterspielen im Vergleich zum Heimvorteil vor und während den Geisterspielen werden mit Hilfe der Statistik-Software Stata 17 durchgeführt. Aus den empirischen Untersuchungsergebnissen werden Implikationen hinsichtlich der sportlichen Relevanz von Zuschauern und damit einhergehend Handlungsempfehlungen für das Sportmanagement abgeleitet. Durch den positiven Einfluss der Zuschauer auf die Gewinnwahrscheinlichkeit des Heimteams können insbesondere verschiedene Kompensationsmöglichkeiten des sogenannten "zwölften Mannes" und der Umgang des Sportmanagements mit Auswärtsspielen diskutiert werden (Leitner et al., 2022).

Literaturverzeichnis

Courneya, K. S., & Carron, A. V. (1992). The home advantage in sport competitions: A literature review. Journal of Sport and Exercise Psychology, 14(1), 13-27. https://doi.org/10.1123/jsep.14.1.13

Fischer, K., & Haucap, J. (2021). Does crowd support drive the home advantage in professional foot-ball? Evidence from German ghost games during the COVID-19 pandemic. Journal of Sports Economics, 22(8), 982-1008. https://doi.org/10.1177/15270025211026552

Jamieson, J. P. (2010). The home field advantage in athletics: A meta-analysis. Journal of Applied Social Psychology, 40(7), 1819-1848. https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2010.00641.x

Leitner, M. C., Daumann, F., Follert, F., & Richlan, F. (2022). The cauldron has cooled down: A sys-tematic literature review on home advantage in football during the COVID-19 pandemic from a socio-economic and psychological perspective. Management Review Quarterly, 1-29. https://doi.org/10.1007/s11301-021-00254-5

Nevill, A. M., Balmer, N. J., & Mark Williams, A. (2002). The influence of crowd noise and experi-ence upon refereeing decisions in football. Psychology of Sport and Exercise, 3(4), 261-272. https://doi.org/10.1016/S1469-0292(01)00033

Das subjektive Sicherheitsgefühl bei Sportevents in Zeiten von COVID-19 – Determinanten und Schutzmaßnahmen

Gabriele Mielke[38], Stefan Chatrath[39]

Einleitung

Ähnlich wie die Terroranschläge vom 11. September 2001 hat die Pandemie die Service Industrie erheblich beeinflusst: COVID-19 hat das Thema Sicherheit (wieder) zu einem Hauptanliegen gemacht (Berry et al., 2020). Die größte Aufmerksamkeit wurde dabei der Minimierung der Krankheitsübertragung gewidmet.

Doch selbst nach einer erfolgreichen Impfkampagne haben viele offenbar Bedenken, Sportveranstaltungen zu besuchen. Profisportvereine z.B. haben aktuell Schwierigkeiten, alle verfügbaren Tickets zu verkaufen, obwohl die Auslastung z.T. deutlich unter 50 Prozent liegt.

Vor diesem Hintergrund möchten wir verstehen, warum eine beträchtliche Anzahl von Zuschauern zögert zurückzukehren. Fühlen sie sich unsicher? Wenn ja, warum? Und was könnte getan werden, damit sie sich wieder sicher fühlen?

Theoretischer Rahmen und Literaturüberblick

Nach Maslow (1987) ist Sicherheit ein menschliches Grundbedürfnis. Es umfasst den Wunsch nach materiellem Wohlstand und Schutz vor Gefahren wie Unfällen, Diebstahl oder Krankheit. COVID-19 hat sich stark negativ auf die Befriedigung dieses Bedürfnisses ausgewirkt.

Appraisal-Theorien (Han et al., 2007) konzeptualisieren, wie Zuschauer ihre wahrgenommene Sicherheit einschätzen. Diese Theorien gehören zu den kognitiv orientierten Emotionstheorien, die davon ausgehen, dass mentale Prozesse letztlich das emotionale Erleben auslösen (Reisenzein, 2020). Je höher die Einschätzung von Viktimisierungswahrscheinlichkeit und persönlicher Verletzbarkeit („Vulnerabilität“) ist, desto stärker dürfte das Unsicherheitsgefühl ausgeprägt sein. Die beiden erstgenannten Variablen stellen dabei die kognitive Komponente des Sicherheitsgefühls dar, die letztgenannte die affektive (Vester, 2019). Men-

[38] Victoria Internationale Hochschule, gabriele.mielke@victoria-hochschule.de
[39] University of Europe for Applied Sciences, stefan.chatrath@ue-germany.com

schen fühlen sich vor allem dann unsicher, wenn sie mit unkontrollierbaren Bedrohungen konfrontiert werden (Smith & Ellsworth, 1985). Darüber hinaus existiert noch eine dritte Komponente, die konative, d.h. die Bereitschaft, aufgrund einer die persönliche Sicherheit bedrohenden Gefahr Schutzmaßnahmen zu ergreifen.

Methode

Von Juni bis September 2020 führten wir eine Befragung unter Sportinteressierten (N=225) durch. Der Fragebogen enthielt Fragen zur Soziodemografie der Befragten, zu ihrem Sportkonsum sowie ihrem wahrgenommenen Sicherheitsgefühl in Bezug auf COVID-19. Zu diesem Zweck wurde u.a. die Fear of COVID-19 Skala von Ahorsu et al. (2020) verwendet. Sie operationalisiert die o.g. affektive Komponente. Furcht, eine menschliche Basisemotion (Izard, 1991), ist die Reaktion auf die Wahrnehmung einer Gefahr, die die eigene Sicherheit bedroht (Chatrath, 2021). Außerdem wurden die Befragten gebeten, Schutzmaßnahmen wie einen Corona-Schnelltest zu bewerten. Die Daten wurden bereits deskriptiv ausgewertet und sind derzeit in der Aufbereitung für eine anschließende inferenzstatistische Auswertung.

Ergebnisse und Diskussion

Unsere deskriptive Analyse der Daten hat Folgendes ergeben: Die Furcht vor COVID-19 ist relativ gering, was wohl u.a. durch eine hohe Impfquote zu erklären ist (83%). Immerhin 26% glauben aber, dass sie vulnerabel sind, d.h. eine Ansteckung mit dem Corona-Virus hätte für ihre Gesundheit vermutlich schwerwiegende Folgen. 31 % denken, dass ihre Viktimisierungswahrscheinlichkeit hoch wäre, wenn sie ein Sportevent besuchen würden, dessen Veranstaltungsstätte voll ausgelastet wäre. Corona-Schnelltests werden in diesem Fall positiv bewertet: Die Zahl der Personen, die sich für gefährdet hielten, sinkt um 42 %.

89 % stimmen zu, dass sie in der Lage sind, einen Corona-Schnelltest in einem Testzentrum rechtzeitig und im Voraus selbst durchzuführen. An Wochenenden ist die große Mehrheit der Zuschauer (61 %) bereit, zusätzliche Wartezeiten aufgrund der Testung am Einlass in Kauf zu nehmen. Das größte Hindernis sind die anfallenden Kosten: 46 % sind definitiv nicht gewillt, für einen Corona-Schnelltest einen Betrag zusätzlich zur Eintrittskarte zu zahlen.

Fazit

Die Pandemie hatte enorme Auswirkungen auf das Zuschauerverhalten bei Sportevents. Durch unsere Untersuchung der Faktoren, die das Sicherheitsempfinden bestimmen, hoffen wir einen Beitrag zu leisten, dass in naher Zukunft wieder vor vollausgelasteten Rängen gespielt werden kann.

Literaturverzeichnis

Ahorsu, D. K., Lin, C.Y., Imani, V., Saffari, M., Griffiths, M. D. & Pakpour, A. H. (2020). The Fear of COVID-19 Scale: Development and Initial Validation. International Journal of Mental Health and Addiction. https://doi.org/10.1007/s11469-020-00270-8

Berry, L. L., Danaher, T. S., Aksoy, L. & Keiningham, T. L. (2020). Service Safety in the Pandemic Age. Journal of Service Research, 23 (4), 391-395. https//doi.org/10.1177/1094670520944608

Chatrath, S. (2021). Der Einfluss von Angst auf die Nutzung personenbezogener Kollektivdienstleistungen – Grundlagen, theoretische Basis und Beispiel „SARS-CoV-2“ [Arbeitspapier]. University of Europe for Applied Sciences, 2021. http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.27989.96484/1

Han, S., Lerner, J. S. & Keltner, D. (2007). Feelings and Consumer Decision Making: The Appraisal-Tendency Framework. Journal of Consumer Psychology, 17 (3), 158-168. https://doi.org/10.1016/S1057-7408(07)70023-2

Izard, C. (1991). The psychology of emotions. Springer.

Maslow, A. (1987). Motivation and Personality. Pearson Longman.

Reisenzein, R. (2020). Cognitive Theory of Emotion. In V. Zeigler-Hill & T. K. Shackelford T.K. (Eds.), Encyclopaedia of Personality and Individual Differences. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-24612-3_496

Smith, C. A. & Ellsworth, P. C. (1985). Patterns of Cognitive Appraisal in Emotion. Journal of Personality and Social Psychology, 48 (4), 813-838. https://doi.org/10.1037//0022-3514.48.4.813

Vester, T. (2019): Zielscheibe Schiedsrichter – immer noch!? Eine Trendstudie zum Sicherheitsgefühl und zur Opferwerdung von Schiedsrichtern im Amateurfußball [Dissertation]. Nomos.

Panel 4: Wettbewerb II

Talent Concentration and Competitive Imbalance in European Soccer 34

Möglichkeiten und Grenzen von Gehaltsobergrenzen im Europäischen Profi-Fußball – Eine wettbewerbspolitische und sportökonomische Analyse 36

Initiativen zur ‚Zukunft des Profifußballs' zwischen Fan- und Ligainteressen: Eine wettbewerbspolitische Bestandsaufnahme..... 38

Talent Concentration and Competitive Imbalance in European Soccer

Bernd Frick[40], Tommy Kweku Quansah[41], Markus Lang[42]

Abstract

Research question: While most of the available literature on competitive balance analyzes its impact on ticket sales and TV audiences, little empirical research is available that analyzes the observable variation in competitive balance across leagues and over time. This paper studies the concentration of player talent and end-of-season league points to empirically examine whether leagues with a more homogenous distribution of player talent produce a more balanced competition than leagues with a less homogenous distribution.

Methods

The longitudinal data we use to estimate our empirical model comes from professional soccer leagues in twelve Western European countries over the period 2005/06 thru 2019/20, yielding a total of 4942 club-season observations.

Results and findings

Our empirical analysis confirms that the level of talent concentration in a league has a statistically significant and positive impact on the points concentration in this league, suggesting that the stronger the concentration of talent in a league, the lower is that league's competitive balance. However, we also find that the positive correlation between talent and points concentration does not vary a lot across the European leagues or over time.

Implications

Our study extends the available research on the consequences of competitive balance by investigating its (presumably) major determinant, i.e., talent concentration.

40 Paderborn University, bernd.frick@uni-paderborn.de
41 University of Lausanne, tommy.quansah@unil.ch
42 University of Lausanne, markus.lang@unil.ch

Keywords

Competitive balance in professional team sport, talent concentration, European football competitions, player market values

JEL Code

J30, L83, Z22

Möglichkeiten und Grenzen von Gehaltsobergrenzen im Europäischen Profi-Fußball – Eine wettbewerbspolitische und sportökonomische Analyse

Oliver Budzinski[43], Arne Feddersen[44]

Relevanz und Zusammenfassung

In Anbetracht der finanziellen Probleme, die immer wieder im europäischen Profifußball diskutiert werden, wird in regelmäßigen Abständen die Einführung von Gehaltsobergrenzen im europäischen Profifußball gefordert. Grob bedeutet dies, dass es eine entsprechende Regulierung gibt, die den Höchstbetrag, den ein Verein für Spielergehälter ausgeben darf, festschreibt. Prominente Befürworter solcher Begrenzungen waren in der Vergangenheit u.a. der damalige Vorstandsvorsitzende des FC Bayern Münchens Karl-Heinz Rummenigge, der Geschäftsführer der Deutschen Fußball Liga Christian Seifert sowie UEFA-Präsident Aleksander Ceferin.

Die Einführung von Gehaltsobergrenzen im europäischen Fußball kann auf verschiedenen Ebenen eingeführt werden. So sieht der Wissenschaftliche Dienst des Deutschen Bundestages die Möglichkeit der Einführung von Gehaltsobergrenzen durch den Gesetzgeber (z.B. Nationalstaaten, EU), eine Selbstregulierung durch den Profifußball (z.B. Nationalverbände, UEFA, FIFA) sowie tarifvertragliche Vereinbarungen. In diesem Beitrag soll dabei die Selbstregulierung des Fußballs bzw. tarifvertragliche Vereinbarungen betrachtet werden. Hierbei ist zu beachten, dass Gehaltsobergrenzen einen nicht unerheblichen Eingriff in diverse juristische und ökonomische Freiheiten der Beteiligten (z.B. Spieler, Vereine) darstellen. Diese müssen daher entsprechend bewertet werden. Dies kann z.B. am Beispiel des europäischen Kartellrechts erfolgen. Selbst wenn eine Wettbewerbsbeschränkung vorliegt, kann diese dennoch gerechtfertigt sein, wenn sie ein legitimes Ziel verfolgt, erforderlich und verhältnismäßig ist. Dieser Beitrag versucht insbesondere dies aus Sicht der Sportökonomie zu bewerten. Weiterhin soll aus ökonomischer Sicht die mittel- bis langfristige Stabilität einer solchen kartellähnlichen Absprache diskutiert werden.

Gehaltobergrenzen finden häufig in Nordamerikanischen Profiligen Anwendung und werden daher gerne als Beispiel für die Wirkung herangezogen. In diesem

[43] Technische Universität Ilmenau, Oliver.Budzinski@tu-ilmenau.de
[44] University of Southern Denmark af@sam.sdu.dk

Beitrag wird dabei die zumeist verwendeten Variante der teambezogenen Gehaltsobergrenzen und nicht unbedingt spielerspezifischer Obergrenzen behandelt. Zudem erfolgt ein detaillierter Vergleich der beiden Ligen-Systeme.

Theorien und Methoden

Das theoretische Grundgerüst dieses Beitrags liegt im Bereich der Wettbewerbspolitik, wobei auf theoretische Überlegungen aus dem Bereich der Sport- und Arbeitsmarktökonomik zurückgegriffen wird. Bei der theoretischen Beurteilung der Wirkungen von verschiedenen Varianten der Gehaltsobergrenze auf die Wettbewerbsintensität in Teamsportligen wird auf das einschlägige Model von Quirk & Fort (1995) und Vrooman (1995) sowie auf Erweiterungen von Késenne (2003) zurückgegriffen. Weiterhin wird auf industrieökonomische Ansätze der Ligen-Organisation und deren Bewertung auf die Wirksamkeit von Gehaltsobergrenzen eingegangen.

Implikationen

Dieser Beitrag leistet einen relevanten Beitrag zur in der letzten Zeit hauptsächlich (sport-)politisch und juristisch geführten Diskussion. Hierbei wird immer wieder deutlich dargelegt, dass die juristische (und wohl auch politische) Bewertung der Zulässigkeit von Gehaltsobergrenzen in den meisten Fällen an die Existenz einer Verbesserung des Wettbewerbs als Konsequenz aus der Regulierung geknüpft wird. Die (theoretische) sportökonomische Literatur zeigt aber zumeist auf, dass eine Gehaltsobergrenze nur unter sehr spezifischen Bedingungen zu einer Verbesserung der Wettbewerbsintensität und somit zu einer Verbesserung des Wettbewerbs zumindest aus Sicht des Konsumenten führt. Dieser Beitrag soll auf genau diese spezifischen Bedingungen hinweisen und zugleich – als weitere Neuigkeitswert – herausarbeiten, welche daraus entstehenden Implikationen auftreten und eventuell. Hier wird aus u.a. wettbewerbspolitischer Sicht beleuchten, inwieweit eventuell notwendige Durchsetzungsmaßnahmen durch Verbände (insbesondere UEFA oder aber auch nationalen Verbände) eine unzulässige Wettbewerbsbeschränkung darstellen bzw. inwieweit Exit-Optionen der Spieler (Abwanderung durch globalen Wettbewerb) einem Erfolg von Gehaltsobergrenzen im europäischen Profifußball entgegenstehen können (globaler Wettbewerb,

Abwanderung von Spielern). Abschließend sollen alternative (Selbst-)Regulierungsansätze (Lizensierungssysteme, Luxussteuer mit Subventionierung) diskutiert werden.

Initiativen zur ‚Zukunft des Profifußballs' zwischen Fan- und Ligainteressen: Eine wettbewerbspolitische Bestandsaufnahme

Markus Kurscheidt[45], Christian Brandt[46], Kristoff Bayreuth[47]

Wie in anderen Bereichen von Gesellschaft, Wirtschaft und Sport stellte die Coronapandemie seit Anfang 2020 auch den europäischen Profifußball vor massive Herausforderungen. Als Teil der Eventbranche war der Profifußball stark von den Kontaktbeschränkungen betroffen. Im Gegensatz zu anderen Zweigen der Veranstaltungs- und Sportwirtschaft ist der Spitzenfußball aber zugleich die führende Mediensportart und konnte seine Finanzsituation durch die ertragsstarken TV-Ausstrahlungen von Spielen unter Zuschauerausschluss abfedern (Drewes, Daumann & Follert, 2021). Zum Beispiel betrugen die Spieltagseinnahmen der Deutschen Fußball-Bundesliga (DFL) in der Vor-Corona-Saison 2018/19 kaum 13% der Gesamterlöse gegenüber knapp 37% aus der medialen Verwertung (2. Liga: 16,8% vs. 32%; DFL, 2020).

Aber genau diese Konstellation war Ausgangspunkt einer hochkritischen Debatte um den deutschen Profifußball. Denn frühzeitig nach der Saisonunterbrechung Mitte März 2020 drängten die DFL und die Profiklubs auf eine baldige Wiederaufnahme des Spielbetriebs unter einem strengen Hygienekonzept. Dieses sah insbesondere engmaschige Testungen vor, die zu dem Zeitpunkt als knapp galten und möglicherweise bedürftigeren Bevölkerungsgruppen entzogen würden. Zudem kam im öffentlichen Diskurs der Eindruck auf, dass der Profifußball von Privilegien aufgrund seiner Öffentlichkeitswirksamkeit profitieren würde. Die DFL und ihre Klubs mussten jedoch die letzten Saisontranchen der Medienerlöse zumindest mit den sog. „Geisterspielen" sichern. Ansonsten hätte einigen Klubs bei diesen Zahlungsausfällen neben den Ticketing-Einbußen die Insolvenz gedroht (Drewes et al., 2021). Angesichts der schmerzhaften Einschnitte in anderen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Bereichen war es der Öffentlichkeit indes schwerlich zu vermitteln, dass eine Branche mit rund 4,8 Mrd. Euro Umsatz (DFL gesamt mit 2. Liga) nach 15 Finanzjahren mit Rekorderlösen in Folge (Bundesliga) (DFL, 2020) und knapp drei Viertel der laufenden Saison gespielt (25. Spieltag) bereits kurz vor dem Ruin steht.

[45] Universität Bayreuth, markus.kurscheidt@uni-bayreuth.de
[46] Universität Bayreuth, christian.brandt@uni-bayreuth.de
[47] Universität Bayreuth, kristoff.bayreuth@uni-bayreuth.de

Somit stellte die Coronakrise für den deutschen Profifußball nicht nur wirtschaftlich, sondern auch kulturell-politisch eine fundamentale Zäsur dar. Die beiden systemischen Kernprobleme des modernen Profifußballs wurden schonungslos offengelegt: (1) Selbst unter der vermeintlich strengen Lizensierung der DFL wirtschaften viele Klubs weiterhin zu riskant ohne finanzielle Vorsorge für Krisenzeiten. (2) Der gesellschaftliche Rückhalt für die als abgehoben empfundene Branche schwindet (Kurscheidt, 2021). Die Empörung in der Debatte überraschte die Fußballverantwortlichen und löste ein Umdenken aus. Nach Jahren der Betonung der geschäftlichen Seite des Profifußballs wird wieder von „Wertefundamenten" und dem „Kulturgut Profifußball" gesprochen (DFL, 2021). Um daran auf breiter Basis zu arbeiten, wurde Mitte September 2020 von der DFL eine „Taskforce Zukunft Profifußball" mit 35 Mitgliedern aus unterschiedlichen gesellschaftlichen Bereichen sowie mit einschlägiger Expertise eingesetzt. Bereits mit Ankündigung der Taskforce wurde auch eine Faninitiative unter dem gleichen Schlagwort „Zukunft Profifußball" aktiv und legte schon im September 2020 zu Beginn der Arbeit der DFL-Taskforce vier Konzeptpapiere vor.

Beide Initiativen sind einmalig im europäischen Profifußball und allein aus diesem Grund für die Governanceforschung im Sport von Interesse. Es stellen sich eine Reihe von relevanten organisationstheoretischen und wirtschaftspolitischen Fragen. Allem voran wären zum einen die institutionellen Prozesse der Selbstorganisation auf der Fanseite sowie die Handlungslogiken und Interessenpolitik auf der Seite der DFL-Taskforce zu hinterfragen. Zum anderen gilt es zu untersuchen, inwiefern der Reformprozess eine stabile oder sogar selbstverstärkende Dynamik verspricht und nach dem Kenntnisstand der sportökonomischen Forschung zielführend ist. Die Studie befindet sich aktuell in einem frühen Arbeitsstand. Bislang wurde in einer Dokumentenanalyse die ersten konzeptionellen Überlegungen von Kurscheidt (2021) sowie die neueren Befunde von Duffner (2020), Hösl (2020) und Renz (2020) mit einem Fokus auf die wettbewerbspolitischen Vorschläge der Initiativen und den bisherigen Fortschritten in dem Kontext geprüft (DFL, 2021, 2022; Zukunft Profifußball, 2020). Bis zur Tagung sollen diese Einsichten vertieft und um Interviews mit Beteiligten an den Initiativen (gute Kontakte liegen vor) primärempirisch ergänzt werden. Auf der Grundlage sind konkrete Governance-Erkenntnisse zu diesen hochrelevanten Reforminitiativen zu erwarten.

Literaturverzeichnis

DFL (2020). Wirtschaftsreport 2020: Die ökonomische Situation im deutschen Lizenzfußball. DFL Deutsche Fußball Liga, Frankfurt/M.

DFL (2021). Zusammenfassender Ergebnisbericht der Taskforce Zukunft Profifußball. 3. Februar 2021. https://media.dfl.de/sites/2/2021/02/2021-02-03_Zusammenfassender-Ergebnisbericht_Taskforce-Zukunft-Profifussball.pdf

DFL (2022). Update ein Jahr nach Zusammenfassendem Ergebnisbericht der „Taskforce Zukunft Profifußball". 3. Februar 2022. https://www.dfl.de/de/aktuelles/update-ein-jahr-nach-zusammenfassendem-ergebnisbericht-der-taskforce-zukunft-profifussball-donata-hopfen-werden-die-themen-weiterhin-intensiv-vorantreiben

Drewes, M., Daumann, F., & Follert, F. (2021). Exploring the sports economic impact of COVID-19 on professional soccer. Soccer & Society, 22(1-2), 125–137.

Duffner, T. (2020). Strategic equity partnerships in professional football: Evidence on stakeholder attitudes for the case of the German Bundesliga. Wiesbaden: Springer Gabler.

Hösl, F. (2020). Wettbewerbsfähigkeit nationaler Ligen im europäischen Profifußball: Eine institutionelle und strategische Analyse der Ligen-Governance. Wiesbaden: Springer Gabler.

Kurscheidt, M. (2021). Zukunft des Profifußballs: Ligengovernance als Herausforderung. Spektrum: Das Wissenschaftsmagazin der Universität Bayreuth, 17(2), 8–11.

Renz, M. (2020). Internationaler Wettbewerb europäischer Profifußballligen: Ökonomisch-rechtliche Analyse der Wettbewerbskonzentration und Ligenstrukturen. Wiesbaden: Springer Gabler.

Zukunft Profifußball (2020). Integrität des Wettbewerbs. 14. September 2020. https://zukunft-profifussball.de/wp-content/uploads/2020/09/Zukunft-Profifussball-Integritaet-des-Wettbewerbs-1.pdf

Panel 5: E-Sports und Sport & Internet

Goals and Strategies of Professional Football Clubs when Establishing eSports Departments. A Comparative Qualitative Analysis of Selected Bundesliga Clubs 42

The Metaverse: Implications and Applications for the Professional Football Industry – a Delphi study 47

Ich bin, also zeige ich mich – Selbstpräsentation deutscher Wintersportler bei Instagram 50

Goals and Strategies of Professional Football Clubs when Establishing eSports Departments. A Comparative Qualitative Analysis of Selected Bundesliga Clubs

Sören Bär[48], Loc Minh Hoang, Markus Kurscheidt[49]

Introduction

In recent years, eSports has developed from a niche into a mass market and into a mass social phenomenon and is now seen as "part of modern youth and everyday culture" (Wendeborn et al., 2020), which guarantees higher media attention and interest by numerous players in the market. As the first internationally known football club, Besiktas Istanbul got involved in eSports and thus took on the role of a pioneer. From the beginning of 2015, the club maintained a League of Legends (LoL) team in the Turkish league. In 2015 and 2016, the then Bundesliga clubs VfL Wolfsburg and FC Schalke 04 announced their eSports commitments, which significantly increased eSports popularity in Germany (Nielsen Sports, 2017). Although the SK Gaming team, which is active in the LoL game title, has a longer eSports presence, the FC Schalke 04 eSports team in particular has a much higher profile (Nielsen Sports, 2017; Castendyk & Müller-Litzkow, 2017). In the meantime, 26 clubs from the Bundesliga and the 2nd Bundesliga have followed this example.

For a football club, the basic strategic options are either to establish an eSports department with a high level of football affinity or to focus on popular online games that attract a large number of viewers at physical eSports events. With a focus on soccer, the games FIFA and/or Pro Evolution Soccer (PES) would be the main options. This primarily addresses people who are usually already football fans. Football fans are usually extremely loyal to their favorite club. If these FIFA or PES players are already fans of another club, it will therefore hardly be possible to attract or poach them through the introduction of the eSports department. If, on the other hand, they are already supporters of their own club, identification with and loyalty to the club can be strengthened in this way. In the case of focusing on the most popular games, as practiced by Besiktas Istanbul at the beginning, the selection of "LoL", "Dota 2" and "Counter Strike: Global Offensive"

[48] Universität Leipzig, soeren.baer@uni-leipzig.de
[49] Universität Bayreuth, markus.kurscheidt@uni-bayreuth.de

(CS:GO) would be obvious. eSports players who prefer games such as LoL are regularly less fond of football. It is by no means easy to get them interested in a sport they have previously avoided. Should this succeed, however, their membership would be a real gain in contrast to the football-based strategy. A third approach would involve linking the two basic options, a strategy pursued by Paris Saint-Germain and Schalke 04, for example. In this way, in addition to gamers with an affinity for football, eSports players could also be addressed and won as members who previously had no connection to football, but for whom institutionalization in a large club might be attractive. In this case, one can speak of a successful brand expansion, since Schalke 04 was able to improve the international awareness and image of the club with this strategy (Mühlbacher & Bertschy, 2020).

Methodology and Research Design

Numerous professional football clubs have decided to set up their own eSports departments. It is interesting to analyze the different approaches of the clubs that want to establish themselves in the new market (Dombrowski et al., 2020). The following overarching research question can be derived from this:

What goals and strategies do professional football clubs pursue when establishing an eSports department?

There is a high level of interest in determining the added value of an eSports department for a professional football club, which is why three additional subresearch questions were raised:

SRQ 1: Which target groups should be addressed by the integration of eSports departments in football clubs?

SRQ 2: What opportunities and risks arise when football clubs are involved in eSports?

SRQ 3: What different approaches do football clubs use in eSports?

The empirical investigation of these questions was carried out as part of an exploratory qualitative study with experts from the eSports departments of German professional football clubs, who have exclusive knowledge of the strategic orientation and goals of their clubs. As part of a qualitative research approach, the method of semi-structured, guide-based expert interviews was chosen in order to open up the complex subject area and to gain new information and insights (Döringer, 2021). The expert interviews were conducted with three representatives

from clubs in the Bundesliga - Borussia Mönchengladbach, Hertha BSC and VfL Wolfsburg - and four officials from clubs in the 2nd Bundesliga - Hamburger SV, Hannover 96, Holstein Kiel and VfL Bochum 1848. The following seven experts with in-depth knowledge of establishing eSports in football clubs were selected for the qualitative interviews:

(1) Stefan Schuffels, Head of BORUSSIA-E-SPORTS at Borussia Mönchengladbach

(2) Philipp Hagemann, eSports Coordinator at Hamburger SV

(3) Paul Wetenkamp, Head of eSports at Hannover 96

(4) Dennis Krüger, Project Manager eSports at Hertha BSC

(5) Jan-Eric Krajewski, Digital Media Manager at Holstein Kiel

(6) Florian Lobisser, Head of Marketing Concept at VfL Bochum 1848

(7) Roman Schlothauer, eSports Supervisor at VfL Wolfsburg.

The interviews were conducted online using the video conferencing tools Microsoft Teams, Skype and Zoom. The transcription of the interviews and the qualitative data and text analysis were done using the MAXQDA 2020 software (version 20.4). To evaluate the semi-structured expert interviews, a systematic and rule-based evaluation method was used with the qualitative content analysis according to Mayring, in which the preparation and analysis of the data material is carried out step by step with a high degree of systematic and methodical control (Mayring, 2019). By means of a feedback process, a category system was successively formed, which is used to evaluate the existing material (Mayring, 2000).

Results and Implications

Reaching the young, digitally savvy “Generation Z” target group, which is between 12 and 27 years old, is seen by football clubs as the most important goal. Within this core target group, fans who play FIFA themselves should primarily be won. However, classic gamers outside of FIFA who would like to see content relevant to eSports are also of interest. The focus is on acquiring new interested sympathizers and fans in order to gain additional customers. In addition, efforts are being made to expand the community in order to generate reach and target groups that could be of interest to potential sponsors. In order to be attractive for this target group, both an authentic and a young and innovative positioning of the club in eSports should be created. The connection of the virtual football simulation

with the classic physical football should take place while maintaining established values such as tradition, cohesion and team spirit. The use of eSports as an entertainment product was derived as a further sub-goal. This is intended to counteract the aging of classic physical football and take into account the reduced attention span. The production of entertaining content in cooperation with the eSports players aims to ensure that the young target group stays longer. Furthermore, the acquisition of new sponsors and the expansion of cooperation with existing sponsors are in focus. The young and digitally savvy target group of eSports is an important factor in this, as new sponsors can be won who also want to reach a young target group and/or whose products have a high affinity for eSports. The target group affinity is also a major reason for the extended commitment of existing sponsors without direct reference to eSports. Finally, the promotion of young talents is also an important goal of football clubs, which is pursued with scouting, the development of a youth academy and youth teams, and the organization of youth tournaments in a similar way to classic physical football.

In their strategic orientation, the clubs are focusing on the football simulation FIFA in order to remain as true to classic football as possible and in this way to make it easier to get started and to bridge the gap between physical and digital (virtual) football. The eSports players are interpreted as brand ambassadors and eSports as an option to expand the range of offers with a positive image transfer to the club brand, although the status is currently classified as low compared to the core business. An entry into other well-known eSports titles, such as LoL or CS:GO, is excluded due to the lack of compatibility with the values of the clubs. The eSports commitment of the football clubs is well accepted via the digital channels Twitch, Instagram and Twitter and is perceived positively in the community, combined with a high interaction rate and dynamic growth.

References

Castendyk, O.; Müller-Lietzkow, J. (2017). Die Computer- und Videospielindustrie in Deutschland. Daten – Fakten – Analysen, Abschlussbericht. Hamburg: Forschungs- und Kompetenzzentrum Audiovisuelle Produktion der Hamburg Media School.

Döringer, S. (2021). 'The problem-centred expert interview'. Combining qualitative interviewing approaches for investigating implicit expert knowledge. International Journal of Social Research Methodology, 24(3), 265-278. https://doi.org/10.1080/13645579.2020.1766777.

Dombrowski M.; Wendeborn T.; Wohlfart O.; Hodeck A. (2020). eSport im deutschen Profifußball. In: Breuer M., Görlich D. (Hrsg.): eSport. Status quo und Entwicklungspotenziale. Wiesbaden: Springer Gabler, 193-214.

Mayring, P. (2000). Qualitative Content Analysis. Forum: Qualitative Social Research, 1(2), Art. 20.

Mayring, P. (2019). Qualitative content analysis: Demarcation, varieties, developments. Forum: Qualitative Social Research, 20(3), 1-26.

Mühlbacher, H.; Bertschy, M. (2020). Markendehnung mit E-Sports: Stärkungsmittel oder Spaltpilz? transfer – Zeitschrift für Kommunikation und Markenmanagement, 66(1), 20-28.

Nielsen Sports (2017). ESPORTS: TRENDS & POTENZIALE. Marktanalyse für Deutschland, Hamburg: Nielsen.

Wendeborn, T., Schulke, H.-J., Schneider, A. (2020). eSport im Spiegel seiner historischen Entwicklung. In: Günter, S. (ed.) EveryBody Tells A Story. Angewandte Forschung im Sport. Wiesbaden: Springer VS, 209-227. https://doi.org/10.1007/978-3-658-29273-7_1

The Metaverse: Implications and Applications for the Professional Football Industry – a Delphi study

Fabian Ulrich[50], Maria Ratz[51], Kassandra Geyer[52]

Introduction and Relevance

"The next platform will be even more immersive – an embodied inter net where you're in the experience, not just looking at it. We call this the Metaverse […]."

Mark Zuckerberg's (2021) vision of the evolvement of Meta, formerly Facebook, will –most likely- not only change the way of how social networks function but might also be able to transform the internet as well as the real world. With the help of virtual reality (VR), augmented reality (AR), and mixed reality (MR), any part of real life and beyond can be virtually replicated, which may lead to completely new opportunities. The fact that humans are going to be able to get together and to socialize in the Metaverse (CNET Highlights, 2021) will not be the only transformation that could come along with the establishment of this new virtual world.

In fact, there are already indications that professional football will also be affected by these tremendous changes in virtual events. For example, digitalization has been one of the megatrends in football for years now and is expected to influence the development of the industry in a substantial manner even more. New matchday experiences for fans, new scouting approaches for teams, and innovative ways of sponsor acquisitions for associations, leagues, and clubs are only a few of many aspects where real-world and digital applications become blurred. We, therefore, investigate the implications and applications of the Metaverse for the professional football industry in the future.

Theoretical Background

People and their interactions will be in focus within the Metaverse, as also the case in football. Thus, to investigate the implications and applications of the

[50] accadis University of Applied Sciences, Bad Homburg, fabian.ulrich@edu.accadis.com
[51] accadis University of Applied Sciences, Bad Homburg, maria.ratz@edu.accadis.com
[52] accadis University of Applied Sciences, Bad Homburg, kassandra.geyer@accadis.net

Metaverse for professional football, the Stakeholder Theory (Freeman, 1984) perspective is applied in combination with a detailed Delphi study.

Main stakeholders in football are clubs, leagues, fans, sponsors, and the media (Ducrey et al., 2003). As fans are not only simultaneously customers and co-creators of the game (Chadwick, 2017), but also the most important users of Metaverse applications in football, special emphasis is put on the implications and applications of the Metaverse for this stakeholder group in professional football. As a result, the study considers the following four fields of investigation:

- Development of fan experience (relationship between fans and clubs)
- New business models for clubs (relationship between clubs and their fans and sponsors)
- Changes for the media and streaming providers (relationship between fans and the media)
- Player and match development (relationship between clubs and leagues)

Study Design

The investigation of possible implications and applications of the Metaverse on professional football is undertaken in a Delphi study. This research method allows for foresight concerning the impacts the technological advancement might have for the industry in the future (Aichholzer, 2005). In different anonymous survey rounds the opinions and forecasts of carefully selected experts are gathered and condensed with the objective to obtain an approach to consensus. The experts represent various areas of professional football which is essential for receiving the hoped-for insights and outlooks. The round of 20 experts will be composed by representatives of the tech industry, the sports-related start-up scene (entrepreneurs), clubs and federations, services providers in sports (consultants), and, finally, the football fan scene.

Results

Based on the condensed statements, key suggestions are elaborated that can function as basis for future decision making. The opportunities and changes, the Metaverse brings to the above indicated fields within the professional football business are mapped and can be taken as recommendations for associations, leagues, and clubs how to take on the potentially emerging megatrend.

References

Aichholzer, G. (2005). Das ExpertInnen-Delphi: methodische Grundlagen und Anwendungsfeld Technology Foresight [The Expert Delphi: methodlogical principles and Field of Application Technology Foresight]. In A. Bogner, W. Menz, & B. Littig (Eds.). Das Experteninterview [The expert interview]. (1st ed., pp. 133-150). Springer.

Chadwick, S. (2017). Football Marketing and Sponsorship. In Chappelet, J.L., & Aquilina (Eds.) Handbook of Football Association Management. (3rd ed., pp. 117-138). UEFA.

CNET Highlights. (2021, October 28). Watch Mark Zuckerberg's vision for socializing in the Metaverse [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=b9vWShsmE20

Ducrey, P., Ferreira, C.E., Huerta, G., Marston, K.T. (2003). UEFA and football governance: a new model. International master (MA) in management-law and humanities of sport- Centre international d'Etude du sport. Centre International d'Etude du Sport. https://doi.org/10.13140/RG.2.2.3023.94887

Freeman, R.E. 1984, Strategic Management: A Stakeholder Approach. Pittman, Marshfield, MA.

Zuckerberg, M. (2021, October 28). Founder's Letter, 2021. Meta. https://about.fb.com/news/2021/10/founders-letter

Ich bin, also zeige ich mich – Selbstpräsentation deutscher Wintersportler bei Instagram

Markus Breuer[53], Benedikt Römmelt[54]

Einführung

Unter den zehn beliebtesten Sportarten der Deutschen fanden sich 2021 mit Skispringen (Platz 2), Biathlon (Platz 4) und Ski Alpin (Platz 7) gleich drei Individual-Wintersportarten (IfD Allensbach, 2021). Während andere populäre Sportarten wie Leichtathletik oder Boxen allerdings verhältnismäßig geringe TV-Zeiten aufweisen, erfreut sich der Wintersport vor allem durch das öffentlich-rechtliche Fernsehen umfangreicher Berichterstattung. Dies belief sich in den vergangenen Jahren auf jeweils ca. 500 Stunden pro Saison (linear und Live-Stream) (FAZ, 2020).

Das vorliegende Forschungsprojekt verbindet populäre Sportarten bzw. die deutschen Top-Athleten in den jeweiligen Disziplinen mit Goffmans Theorie der Selbstdarstellung, nach der jedes Individuum seine Rolle spielt. Gemäß diesem Ansatz ist es möglich, dass Personen kalkulierend vorgehen und sich selbst so präsentieren, dass sie bei anderen eine bestimmte Reaktion hervorrufen (Goffmann, 1959). In Bezug auf Social Media können dies Kommentare oder Likes sein; im Sinne einer umfassenden Selbstvermarktung bildet derartiges berechnendes Verhalten die eigene Marke aus und soll den Marktwert steigern.

Forschungsstand

In den vergangenen Jahren wurden verschiedene Studien zu Unterschieden in der Selbstpräsentation zwischen Sportlerinnen und Sportlern publiziert. In einer verhältnismäßig frühen Arbeit untersuchten Reichert Smith/Sanderson (2015) die Instagram Postings von insgesamt 27 Sportlern: Die Ergebnisse zeigten u. a. geschlechtsspezifische Unterschiede beim Kleidungsstil bzw. der auf den Fotos getragenen Kleidung. Unterschiede zwischen den Geschlechtern wurden auch von Geurin-Eagleman/Burch (2016) identifiziert. Für olympische Athleten stellten sie fest, dass Athletinnen häufiger Bilder von sich selbst posteten und dass se-

[53] SRH Hochschule Heidelberg, Markus.Breuer@srh.de
[54] SRH Hochschule Heidelberg, Benedikt.Roemmelt@srh.de

xuell anzügliche Fotos signifikant mehr Likes und Kommentare erhielten. Romney/Johnson (2020) erkannten für die Darstellung von US-Sportler durch die großen Networks, dass die Bildersprache bei Frauen weniger athletisch sei. Sie würden eher in einem nicht-athletischen Kontext gezeigt und ebenso in weiblicheren Sportarten.

Bisher gibt es noch keine Studie, die sich mit Wintersportler auseinandergesetzt hat und so einen systematischen Vergleich zwischen Geschlechtern einerseits und verschiedenen Sportarten andererseits ermöglicht.

Methodik

Die Studie berücksichtigt 50 deutsche Ia-Kaderathleten aus den Disziplinen Skispringen (n=14), Biathlon (n=15) und Ski Alpin (n=21) und insgesamt 2.381 Posts, die diese während des Kalenderjahres 2021 auf Instagram veröffentlicht haben. Neben allgemeinen Daten wie der Anzahl der Follower wurde jeder Post analysiert und einer von insgesamt neun Kategorien zugeordnet. Grob lassen sich diese Kategorien in sportbezogene Posts (Wettkampf, Training) und außersportliche Posts (private Bilder, bspw. aus dem Urlaub, gesponserte Posts, etc.) unterscheiden.

Ergebnisse

Instagram ist ein wichtiges Instrument zur Selbstdarstellung bei Sportlern: 98% (49 von 50) Sportlern verfügen über einen Instagram Account und füllen diesen mit Inhalten. Auf einem Account wurden im Mittel insgesamt 258 (Median = 217, SD = 155, Varianzkoeffizient = 60%) Post veröffentlicht, davon durchschnittlich 49 im Jahr 2021 (Median 43, SD = 30, Var.koeff. = 62%). Sowohl die Aktivität als auch das Interesse an den einzelnen Athleten gemessen an der Followerzahl ist sehr unterschiedlich und schwankt zwischen 1.049 und 148.000 Followern (MW = 31.343, Median = 14.800, SD = 31.151, Var.koeff. = 112%). Inhaltlich dominieren erwartungsgemäß Beiträge mit Sportbezug aus Wettkampf und Training die Accounts (65% der Posts).

Männer und Frauen unterscheiden sich weder hinsichtlich der geposteten Themen noch hinsichtlich der Anzahl der Posts (keine signifikanten Unterschiede, Mann-Whitney U Tests). Zwar wirken Frauen (insgesamt MW=279, 2021 MW=55) bezogen auf das arithmetische Mittel aktiver als Männer (insgesamt MW=244, 2021 MW=44), jedoch liegt das an einzelnen besonders aktiven Athletinnen.

Signifikante Unterschiede ergeben sich den einzelnen Sportarten. Skispringer (mit ca. 43‘) und Biathleten (ca. 43‘) folgen signifikant mehr Menschen als Alpinen Skisportler (14‘) auf Instagram (Kruskal-Wallis H=10,14, df=2, p=0,006). Die durchschnittliche Postzahl im Jahr 2021 unterscheidet sich allerdings signifikant (Kruskal-Wallis H=27,59, df=2, p=0,000) zwischen den Sportarten. Der Effekt zwischen Biathleten und Alpinskifahrer ist mit r=0,73 groß (z=5,13, p=0,000). Der Unterschied zwischen Skispringer und Alpinskifahrer ist mit r=0,46 mittel stark (z=3,20, p=0,004). Der Unterschied zwischen Skispringer und Biathleten ist nicht signifikant.

In allen Sportarten ist die Integration der Sponsoren wichtig. Etwa jeder zehnte Beitrag dient der Integration der Partner und hat damit werblichen Charakter. Dieser Anteil ist höher als er beispielsweise in Social Media Beträgen von Fußballclubs in der Bundesliga ist. Bei diesen konnte ein Anteil an Beiträgen mit Werbung für fremde Angebote von 1-4% (je nach sozialem Netzwerk) beobachtet werden (Römmelt, 2017).

Diskussion

Die bisherigen Ergebnisse deuten an, dass geschlechterspezifische Unterschiede in der Stichprobe weniger ausgeprägt sind, als dies auf Basis der genannten Literatur zu erwarten war. Als möglicher Grund kommt die verhältnismäßig gleich große Popularität der Damen und Herren in Frage, die mindestens im Biathlon und im Ski Alpin angenommen werden kann.

Literaturverzeichnis

Cohen, J. (1992). A power primer. Psychological Bulletin, 112 (1), S. 155–159.

FAZ 2020: Alles anders in der Corona-Weltcupsaison, Meldung vom 16.11.2020, abrufbar unter: https://www.faz.net/aktuell/sport/wintersport/trotz-corona-problemen-500-stunden-wintersport-bei-ard-und-zdf-17054727.html, letzter Aufruf vom 28.02.2022.

Geurin-Eagleman, Andrea N.; Burch, Lauren M. (2016): Communicating via photographs: A gendered analysis of Olympic athletes’ visual self-presentation on Instagram, in: Sport Management Review, 19 (2), S. 133-145.

Goffmann, Erving (1959): The Presentation of Self in Everyday Life, New York.

IfD Allensbach (2021): Beliebteste Sportarten in Deutschland nach Interesse der Bevölkerung an dem Sport in den Jahren 2019 bis 2021. Auszug aus der Allensbacher Markt- und Werbeträger-Analyse - AWA 2021, abrufbar unter: https://de.statista.com/statistik/daten/studie/171072/umfrage/sportarten-fuer-die-besonderes-interesse-besteht/, letzter Aufruf vom 28.02.2022.

Reichert Smith, Lauren; Sanderson, Jimmy (2015): I'm Going to Instagram It! An Analysis of Athlete Self-Presentation on Instagram, in: Journal of Broadcasting & Electronic Media, 59 (2), S. 342-358.

Römmelt, B. (2017). Social Media und Facebook-Nutzung bei Bundesligaclubs: Studie auf Basis einer Beobachtung des Social Media Kommunikationsverhaltens bei Clubs der 1. Fußball Bundesliga. Heidelberg.

Romney, Miles; Johnson, Rich G. (2020): The Ball Game is for the Boys: The Visual Framing of Female Athletes on National Sports Network's Instagram Accounts, in: Communication & Sport, 8 (6), S. 738-756.

Panel 6: Governance

Notwendigkeit und Möglichkeiten für Markteingriffe. Eine Pro- und Contraanalyse von Playoffs in der Fußball-Bundesliga 56

Führt die wahrgenommene Ungerechtigkeit bei Fans im deutschen Profifußball zum Exit? Eine Zusammenhangsanalyse auf Basis empirischer Ergebnisse einer Fanbefragung 58

Governance des russischen Profifußballs: Ein mehr asiatischer oder europäischer Ansatz? 61

Notwendigkeit und Möglichkeiten für Markteingriffe. Eine Pro- und Contraanalyse von Playoffs in der Fußball-Bundesliga

Sebastian Faulstich[55], Frank Daumann[56]

Abstract

Nach neun Meistertiteln des FC Bayern in Serie und pünktlich zum Ende der NFL-Playoffs, jener Phase, in der die NFL in hoch spannenden Partien im Play-off-Modus ihren Champion kürt, werden vielerorts Stimmen nach Eingriffen in den Spielmodus der Fußball Bundesliga laut. Geleitet werden diese von der Angst eines von den Zuschauern als langweilig empfundenen Wettbewerbs, was entgegen dem Stand der Forschung aus Sicht von DFL und Medien zu einer geringeren Nachfrage führen könnte. Verkannt werden die strukturellen Unterschiede der offenen europäischen Wettbewerbe und der geschlossenen Major Leagues in den USA. Zudem stellt sich ordnungspolitisch die grundsätzliche Frage, ob der Ligaveranstalter in das Leistungsgefüge eingreifen sollte und ob Play-Offs geeignet sind, um der „Langeweile“ zu begegnen.

Der erste Teil des Beitrags analysiert die Wettbewerbsintensität in der Fußball Bundesliga und bestätigt die gefestigten Strukturen an der Tabellenspitze, entdeckt daneben aber auch die Entwicklung von Subgruppen, die um, bestimmte, sportliche Ziele (Qualifikation für die internationalen Wettbewerbe, Nichtabstieg, Relegation) kämpfen. Während die Anzahl der Titelaspiranten sehr begrenzt ist, bemüht sich eine große und sehr volatile Gruppe um die internationalen Startplätze, was dazu führt, dass einzelne Klubs in konsekutiven Spielzeiten sowohl

in der Champions-League als auch im Abstiegskampf vertreten sein können. Aufbauend auf diese Befunde analysiert der Beitrag die Verteilung von Siegen, Unentschieden und Niederlagen in den einzelnen Tabellensegmenten und kann dadurch die Ursachen der Differenzen erklären.

Im zweiten Teil des Beitrags werden die Grundzüge des europäischen Fußballs und der US-Major-Leagues vorgestellt. Zudem wird der Frage nachgegangen, ob Markteingriffe durch die DFL legitim sind, zumal sie eine bestimmte Gruppe benachteiligen, ohne ex ante zu gewährleisten, dass das damit verbundene Ziel

[55] Friedrich-Schiller-Universität Jena, sebastian.faulstich@uni-jena.de
[56] Friedrich-Schiller-Universität Jena, frank.daumann@uni-jena.de

erreicht werden kann. Darüber hinaus besitzen sie das Potenzial, Werte von Investoren und Klubs nachhaltig zu schädigen.

So stellen die US-Major-Leagues das höchste Level der jeweiligen Sportart dar, während die nationalen Meisterschaften im europäischen Fußball als eine Art Vorrunde interpretiert werden können, da die besten Teams der nationalen Meisterschaften im Folgejahr in den europäischen Super-Wettbewerben gegeneinander antreten. Dies stellt Anforderungen an die Kader, die mit den Major-League typischen Spielerregularien (Salary Cap, Draft-System, Beschränkung der Kadergröße) nicht vereinbar sind. So muss der Kader eines Bundesligisten im ersten Jahr die internationale Teilnahme ermöglichen und im Folgejahr dort performen. Die Folge davon ist, dass die einzelnen Kader über einen längeren Zeitraum Topniveau haben müssen, was sich auf die Ligaperformance überträgt.

Im dritten Teil des Beitrags werden die seitens der DFL präferierten Play-offs bzgl. ihrer Eignung für die Bundesliga diskutiert.

Die empirischen Befunde zeigen eine zunehmende Anzahl an Siegen des Meisters, auch gegen direkte Konkurrenten, weswegen die Ausrichtung direkter Duelle nur bedingt geeignet scheint, um die Spannung zu erhöhen.

Zudem dürfte die Konzentration der Topleistungen auf ein bestimmtes Spiel eher dazu führen, dass die Titelaspiranten ihre Ressourcenvorteile nutzen und sich weiter verstärken, während Teams ohne Titelchancen weniger investieren (Trittbrettfahrerhypothese), was die Vorrunde langweiliger machen und die Nachfrage nach den regulären Ligaspielen sinken lassen dürfte. Dies wird durch den Fakt verstärkt, dass die Kulmination der Leistung auf einen bestimmten Tag eher die starken Klubs bevorteilt, während einzelne Niederlagen in einer Round Robin weniger negativ wirken und dadurch den Kleinen helfen.

Die Einführung der Play-Offs zwingt die Klubs mit internationalen Ambitionen ferner zwischen den Wettbewerben zu priorisieren. So wäre denkbar, dass die Topklubs ihre Topspieler in der Vorrunde schonen (Play-Off-Quali ausreichend, Punktevorsprung egal), oder gar eine Mannschaft für die Wichtigen und eine Mannschaft für die unwichtigeren Spiele unterhalten, worunter ebenfalls die Nachfrage leiden dürfte

Führt die wahrgenommene Ungerechtigkeit bei Fans im deutschen Profifußball zum Exit? Eine Zusammenhangsanalyse auf Basis empirischer Ergebnisse einer Fanbefragung

Martin Kaden[57], Axel Faix[58], Sebastian Björn Bauers[59], Christoph Wolf[60], Gregor Hovemann[61]

Problemstellung

Im Profifußball kritisieren Fans seit längerem eine beständig zunehmende Kommerzialisierung mit Tendenz zur Überkommerzialisierung. Indizien für eine Überkommerzialisierung sind hohe Ablösesummen und Gehälter, der Anstieg von Werbung, Sponsoring und Merchandising und vor allem die Dominanz wirtschaftlicher Interessen, wie sie auch in den Plänen zur European Super League zum Ausdruck kommt (Bauers et al., 2020; Walsh & Giulianotti, 2007). In einer Erhebung des FC PlayFair! aus dem Jahr 2017 stimmten 51% der befragten Fans in Deutschland dem Statement zu, sich früher oder später vom Profifußball abzuwenden, sollte sich die Kommerzialisierung in der bestehenden Form fortsetzen. Vor diesem Hintergrund ist es nachvollziehbar, dass die zunehmende Kommerzialisierung verstärkt diskutiert wird (z.B. Bauers & Hovemann, 2019; Lammert et al., 2021). Trotz der hohen Relevanz sind empirische Untersuchungen zur umfassenden Bestandsaufnahme und Beurteilung der Gründe für eine Abwendung von Fußballfans in diesem Kontext bisher jedoch weitestgehend ausgeblieben.

Forschungsmethodik

Theoretische Grundlage bildet die Exit-Voice-Theorie nach Hirschman (1974), wobei diese um die gerechtigkeitstheoretischen Ansätze der Tausch- und Leistungsgerechtigkeit sowie der sozialen Gerechtigkeit ergänzt und auf die spezifische Situation von Fußballfans adaptiert wird. Im Rahmen der Online-Befragung von Fußballfans kann somit überprüft werden, ob „eine von Fans wahrgenommene Ungerechtigkeit im Profifußball die Fan-Loyalität beeinträchtigt, wodurch der Exit von Fußballfans wahrscheinlicher wird“ (Bauers et al., 2020, S. 203).

57 Universität Leipzig, martin.kaden@uni-leipzig.de
58 Fachhochschule Dortmund, axel.faix@fh-dortmund.de
59 Universität Leipzig, sebastian_bjoern.bauers@uni-leipzig.de
60 Technische Hochschule Wildau; Christoph.Wolf94@web.de
61 Universität Leipzig, hovemann@uni-leipzig.de

Diesen Ansätzen folgend gliedert sich das zugrundeliegende Erhebungsinstrument in (1) Fragen zur Tauschgerechtigkeit, wobei die Gleichwertigkeit finanzieller Leistungen und Gegenleistungen im Verhältnis von Fans und Klubs erfasst werden, (2) Fragen zur Leistungsgerechtigkeit, welche vor allem die Integrität des sportlichen Wettbewerbs fokussieren und (3) Fragen zur sozialen Gerechtigkeit, welche die Partizipationsmöglichkeiten von Fans erfassen. Zusammenfassende Beurteilungen (4) der wahrgenommenen Gerechtigkeit, des Ausmaßes der Kommerzialisierung und der Wahrscheinlichkeit eines Exits, sowie (5) eine Erhebung von soziodemografischen Merkmalen komplementieren den Fragebogen.

Ergebnisse und Diskussion

Die Präsentation stellt zentrale Ergebnisse der Untersuchung vor. Nach einer Übersicht über die deskriptiven Befunde werden die Resultate der angestellten multivariaten Analysen (insbesondere Regressionsanalysen) behandelt. Deren Darstellung und Diskussion erfolgt unter Berücksichtigung der drei Gerechtigkeitsarten, für die jeweils zusammenfassende Konstrukte bestimmt (und im Blick auf ihre Reliabilität überprüft) werden. Neben den Konsequenzen, die verschiedene Einzelmerkmale (z.B. hohe Spielergehälter) für „ihre“ Gerechtigkeitsart (hier: Tauschgerechtigkeit) aufweisen, untersuchen wir unter Bezugnahme auf die zusammenfassenden Konstrukte die relative Stärke von „Störungen“ auf die Loyalität und die jeweiligen Wirkungen auf die potenzielle Gefahr eines Exits. Darauf aufbauend werden Handlungsimplikationen für Entscheidungsträger im Profifußball abgeleitet, die sich vor dem Hintergrund der gewonnenen Daten auf konkrete Einzelphänomene (z.B. Partizipation von Fans) stützen können. Die Diskussion der Ergebnisse endet mit einer Identifikation von Ansatzpunkten für künftige Forschungsprojekte.

Literaturverzeichnis

Bauers, S. B. & Hovemann, G. (2019). Regulation von beherrschendem Einfluss im deutschen Profifußball – Eine empirische Vergleichsanalyse von Faninteressen der Jahre 2011 und 2017. Sport und Gesellschaft, 17 (2), 155-180.

Bauers, S. B., Faix, A., Wolf, C. (2020). Exit als Folge von Ungerechtigkeit im Profifußball? Gerechtigkeitstheoretische Ansätze zur systematischen Begründung einer möglichen Abwendung von Fußballfans, FuG – Zeitschrift für Fußball und Gesellschaft, 2-2020, S. 201-220.

FC PlayFair! (2017). Situationsanalyse Profifußball 2017. Aktuelle Probleme, Herausforderungen und Lösungsansätze im (deutschen) Profifußball 2017. Abgerufen von https://www.fcplayfair.org/studie/

Hirschman, A. O. (1974). Abwanderung und Widerspruch. Reaktionen auf Leistungsabfall bei Unternehmungen, Organisationen und Staaten. Tübingen: Mohr.

Lammert, J., Faix, A., Kopfer, L. et al. (2021). Stadionbesuch während der Corona-Pandemie. Eine Studie aus Fanperspektive, Auswertung einer FanQ-Datenerhebung, Köln 2021

Walsh, A. J. & Giulianotti, R. (2007). Ethics, Money and Sport. This sporting Mammon. London: Routledge

.

Governance des russischen Profifußballs: Ein mehr asiatischer oder europäischer Ansatz?

Ilia Sannikov[62], Yang Ma[63], Kristoff Reichel[64], Markus Kurscheidt[65]

Die Russische Föderation ist mit ca. 146 Millionen Einwohnerinnen und Einwohnern das bevölkerungsreichste Land Europas. Dabei haben der Sport und vor allem der Fußball in Russland eine große gesellschaftliche Bedeutung. So beträgt die Zahl der organisierten Fußballspielerinnen und -spieler in Russland fast 2,7 Millionen. Die höchste Spielklasse im Männerfußball ist die Russische Premierliga (RPL). Im internationalen Vergleich der Profiligen rangiert die RPL jedoch weiterhin sportlich und wirtschaftlich deutlich hinter den sog. „Big Five" des europäischen Fußballs, trotz erheblicher Investitionen und öffentlicher Förderung im Zusammenhang mit der FIFA-Weltmeisterschaft 2018 in Russland.

Vor dem Hintergrund stellt sich die Frage, wie der russische (Profi-)Fußball im Detail organisiert ist und an welchen Strukturen die Fortentwicklung scheitert. In dem Zuge kann auch der Vergleich zur Governance anderer aufstrebender Schwellenligen im Weltfußball Aufschluss bieten wie insbesondere der Chinese Super League (CSL) (Ma & Kurscheidt, 2019). Im Falle des interkulturell eurasisch sowie postsozialistisch geprägten Russlands stellt sich ohnehin die Teilfrage, ob sich der Profifußball mehr an asiatischen oder europäischen Governancemodellen orientiert. Angesichts fehlender internationaler Literatur zum russischen Fußball (z.B. Wilson, 2006) liefert der vorliegende Beitrag eine erste organisationstheoretisch fundierte Analyse des russischen Profifußballs bis zu den aktuellen Krisen der Coronapandemie und der Invasion in der Ukraine. Die Erkenntnisse sind bedeutsam für die Gestaltung der sportpolitischen und wirtschaftlichen Beziehungen nach einer erhofften Bewältigung der Krisen.

Der theoretische Ansatz des Beitrags stützt sich auf eine institutionelle Analyse nach dem integrativen Modell der Organisationsentwicklung von Cunningham (2002). Qualitativ-empirische Daten wurden erhoben durch (1) sieben halbstrukturierte Experteninterviews mit ausgewählten Fußballverantwortlichen (purpo-

62 Universität Bayreuth, ilia.sannikov@uni-bayreuth.de
63 Shanghai University, China, lqxmdy@hotmail.com
64 Universität Bayreuth, kristoff.reichel@uni-bayreuth.de
65 Universität Bayreuth, markus.kurscheidt@uni-bayreuth.de

seful sampling), (2) eine Dokumentenanalyse von Verbands-, Ligen- und Medienpublikationen sowie (3) der Auswertung russischer Fachliteratur. Das international und fachlich divers besetzte Autorenteam stellt die Reflexivität in der Datenauswertung sicher (Berger, 2015).

Zu den vorläufigen Ergebnissen der Studie ist zunächst eine anhaltende Diskrepanz zwischen den sozioökonomischen Potenzial des russischen Profifußballs und den sportlichen Resultaten festzustellen. Die russische Nationalelf belegt aktuell nur den 35. Platz in der Weltrangliste der FIFA und den 10. Rang im UEFA-Länderkoeffizienten der Vereinsmannschaften. In nationalen Debatten wird der maßgebliche Grund hierfür in der ineffizienten Organisation und in einem generellen Missmanagement gesehen, allerdings ohne konkrete Ansatzpunkte für Verbesserungen zu benennen (Alekseev, 2009; Dmitriev, 2011). In der internationalen Literatur wird von einer „Oligarchen-Liga“ gesprochen, was Organisationsverzerrungen aufgrund von Machtpositionen einzelner Investoren suggeriert (Wilson, 2006; Renz, 2020). Diese Studie findet hingegen, dass nur 11% der RPL-Einnahmen aus marktbasierten Erlösen wie Ticketing und TV-Rechten stammt, während 76% durch staatliche Körperschaften oder staatsnahe Unternehmen erwirtschaften werden. Den Rest machen Einnahmen aus europäischen Wettbewerben aus.

Das Governancemodell der RPL ähnelt somit mehr der asiatischen CSL als europäischen Ligen in dem Sinne, dass es stark politisch gesteuert und öffentlich alimentiert ist. Jedoch ist die Marktorientierung im Falle der CSL deutlich ausgeprägter. Es finden sich aber vergleichbare Logikkonflikte und staatliche Abhängigkeiten. Dies belegen die Interviewergebnisse, in denen die russischen Fußballmanager mangelnde Ausbildung der Handelnden und die Dominanz von politischen Kontakten in den Strukturen beklagen. Daher sind die Einsichten vergleichbar. Die politischen Einflussnahmen müssten begrenzt und marktwirtschaftliche Anreize auf Klubebene gestärkt werden.

Literaturverzeichnis

Alekseev, V. (2009). Das Management- und Entwicklungssystem des russischen Fußballs im aktuellen Kontext [in Russisch]. Dissertation. Staatliche Universität Adygeja, Maykop, Russland.

Berger, R. (2015). Now I see it, now I don’t: Researcher’s position and reflexivity in qualitative research. Qualitative Research, 15(2), 219–234. doi: 10.1177/1468794112468475

Cunningham, G. B. (2002). Removing the blinders: Toward an integrative model of organizational change in sport and physical activity. Quest, 54(4), 276–291. https://doi.org/10.1080/00336297.2002.10491779

Dmitriev, A. G. (2011). Modelle der Optimierung der Transferstrategie eines Profifußballvereins [in Russisch]. Dissertation. Moskauer Universität für Industrie und Finanzen, Russland. Zugriff am 14.02.2022. Verfügbar unter: https://www.dissercat.com/content/modeli-optimizatsii-transfernoi-strategii-professionalnogo-futbolnogo-kluba

Ma, Y., & Kurscheidt, M. (2019). Governance of the Chinese Super League: A struggle between governmental control and market orientation. Sport, Business and Management: An International Journal, 9(1), 4–25. https://doi.org/10.1108/SBM-11-2017-0070

Renz, M. (2020). Internationaler Wettbewerb europäischer Profifußballligen: Ökonomisch-rechtliche Analyse der Wettbewerbskonzentration und Ligenstrukturen. Wiesbaden: Springer Gabler.

Wilson, J. (2006). Behind the curtain. Travels in Eastern European football. London: Orion.

Panel 7: Zahlungsbereitschaft

The Impact of Environmental Sustainability on German Runners' Willingness to Pay for Sport Apparel 66

How Much Are We Willing to Pay for Common Property Goods in Leisure Sports? An Analysis of Slope Touring 69

Runners' Willingness to Pay for the Environmental Sustainability of a Participatory Sport Event 73

The Impact of Environmental Sustainability on German Runners' Willingness to Pay for Sport Apparel

Viktoria Spindler[66], Holger Schunk[67], Thomas Könecke[68]

Introduction

The environmental awareness of the German population has increased in recent years as 64% of the respondents, ranked environmental protection and climate action as priority challenges in 2018. This is eleven percentage points more than in 2016. In addition, 92% articulated their dissatisfaction with the industry regarding their actions promoting environmental sustainability (ES) (German Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation and Nuclear Safety, 2020). The textile industry is one of the branches with a high impact on the environment through its usage of natural resources and waste generation (European Environment Agency, 2019; La Rosa & Johnson Jorgensen, 2021; Neumann et al., 2020). In addition, this industry produces more greenhouse gas emissions than maritime shipping and all international flights combined (European Parliament, 2021).

Against this backdrop, this presentation focuses on the sports apparel sector, a subcategory of the textile industry. Sports apparel is generally a very worthy research field because it caters to every gender and age group and shows increasing sales volumes in Germany. These have developed from 2.938 million euros in 2012 to 4.015 million in 2020 and the prognosis for 2021 is 4.722 million (Statistisches Bundesamt, 2021).

Research Gap and Research Aims

Research on ES in the sports sector is still underdeveloped (Könecke et al., 2021) and, especially, the economic impact of implementing sustainability in the sports apparel industry has virtually not been a topic of discussion yet. One example of this gap is the lack of research concerning sustainability as a purchase criterion in sports contexts. This means that companies and organizations in this field miss an academic basis as to whether a higher priority on sustainability is economically

66 RheinMain University of Applied Sciences, Wiesbaden, Viktoria.Spindler@hs-rm.de
67 RheinMain University of Applied Sciences, Wiesbaden, Holger.Schunk@hs-rm.de
68 Katholieke Universiteit Leuven, Belgium, thomas.koenecke@kuleuven.be

viable and pays off. This presentation will contribute to the state of the art by analyzing the effect of sustainability, branding, and price on the purchase intention of German runners when buying sports apparel.

Method

Intending to answer this research question, a questionnaire was designed, and a survey was conducted in collaboration with a panel provider between July 7th and July 22nd, 2021. The questionnaire consisted of various single- and multiple-choice questions and a choice-based conjoint design with 16 sets of product concepts that also included “none” as an option. After initial screening, 1,000 data sets were included for further analysis. During analysis, the utilities and importance of the attributes were calculated, and the choice-based conjoint analysis has been used to determine the willingness-to-pay (WTP) for various brands and different levels of social and environmental sustainability.

Major Findings

The results indicate an increasing WTP for higher levels of environmental and social sustainability as well as variating WTPs across different brands. The same tendency can be recognized among the individual utilities of the different levels of the attributes. Another interesting finding is that environmental and social sustainability each have a higher importance for the customer than the attribute “brand”, but the price is still the most relevant criterion for German runners when buying sports apparel.

Discussion

In conclusion, the average utilities show that a product branded by Adidas with a relatively low price and a high percentage of ecological/social sustainability is preferred by the respondents. Furthermore, the results of the willingness-to-pay analysis underscore that a higher percentage of sustainability can indeed be economically viable. Especially the first increase from 0% to 25% sustainability shows a steep rise in the respondents’ willingness-to-pay.

Apart from their academic importance, the insights gained in this study have high practical relevance and yield important managerial implications for companies within the sports apparel and other industries.

References

European Environment Agency. (2019). Textiles in Europe's circular economy. URL: https://www.eea.europa.eu/publications/textiles-in-europes-circular-economy

European Parliament. (2021). The impact of textile production and waste on the environment (infographic). URL: https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/society/20201208STO93327/the-impact-of-textile-production-and-waste-on-the-environment-infographic

German Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation and Nuclear Safety (2020). Environmental Awareness in Germany 2018. Results of a representative survey. URL: https://www.umweltbundesamt.de/publikationen/environmental-awareness-in-germany-2018

Könecke, T., Schunk, H., Schappel, T., Hugaerts, I., Wagner, F., & Malchrowicz-Mosko, E. (2021). German Marathon Runners' Opinions on and Willingness to Pay for Environmental Sustainability. Sustainability, 13(18), 10337.

La Rosa, A., & Johnson Jorgensen, J. (2021). Influences on Consumer Engagement with Sustainability and the Purchase Intention of Apparel Products. Sustainability, 13(19), 10655.

Neumann, H. L., Martinez, L. M., & Martinez, L. F. (2020). Sustainability efforts in the fast fashion industry: consumer perception, trust, and purchase intention. Sustainability Accounting, Management and Policy Journal, 12(3), 571-590.

Statistisches Bundesamt. (2021). Sales Volume of sports apparel in Germany between 2012 and 2021 (in million euros) [data set]. URL: https://de.statista.com/statistik/daten/studie/671649/umfrage/umsatz-mit-sportbekleidung-in-deutschland/

How Much Are We Willing to Pay for Common Property Goods in Leisure Sports? An Analysis of Slope Touring

Martin Schnitzer[69], Elisa Ambach[70]

Introduction

Slope touring is a booming leisure sport in Alpine regions and a current topic for discussion in the media and science (Ernstbrunner et al., 2020). Despite the rising number of people using groomed slopes in ski resorts, slope tourers barely contribute to the resorts' economic success as they rarely pay for using the slopes (Pröbstl-Haider & Lampl, 2017).

With their limited capacity of groomed slopes, ski resorts fit the definition of common property goods: there is no legal basis for excluding someone from using ski slopes, leading to rivalry in consumption (Ostrom & Schlager, 1996). Currently, ski resort owners are trying to charge slope tourers for using their groomed slopes by charging them for parking instead.

The main goal of this study is to assess ski tourers' willingness to pay for the use of safe and easily accessible ski infrastructure.

Methods

To address the research question, an online experiment was conducted between August and September 2021. The questionnaire was distributed via different online channels (e.g. Alpine Clubs and social media targeting slope tourers). A pre-study, conducted a few months earlier, revealed that 44% of the ski tourers owned season tickets. Thus, the experiment covered three types of season ticket for slope tourers (see Table 1), examining the attractiveness as well as the willingness to pay for such tickets. In total, 334 questionnaires were completed and used for further analysis (51% male; age: m=36 ±11.6 years).

To estimate willingness to pay for these fictitious slope touring products, the Van Westendorp-Method (Van Westendorp, 1976) was selected and the optimum price point (OPP) as well as the acceptable price range (APR) were calculated

69 Universität Innsbruck, Martin.Schnitzer@uibk.ac.at
70 Universität Innsbruck, Elisa.Ambach@uibk.ac.at

as shown in Figure 1. To determine willingness to pay, each participant was randomly assigned one of three ticket variants. The participant had to decide a price they perceived as too cheap, cheap, expensive or too expensive.

Results

In total 36% of respondents owned a season ticket for a ski area. Of these, 48% would be willing to pay more for their ticket if slope touring was included in the offer. Of the 64% who did not own a ticket, 53% would be willing to buy one if it included slope touring. 51% of all participants showed an interest in a slope-touring ticket and would be willing to buy one.

The OPP and the APR are displayed in Table 1. The “Basic” ticket was the preferred option for 49% of respondents and is shown in Figure 1.

Discussion and implications

The results reflect an interest in a season ticket for slope tourers; the right to use the slopes and the parking facilities are crucial elements of a season ticket. Currently, however, Austrian ski resorts and legislators cannot agree on a solution. As a result, ski tourers currently have no incentive to support the ticket option. This study shows great market potential for a slope-touring ticket; however, for a sustainable solution to be found, a legal basis for the use of the slopes must be established.

This study suggests that it could be possible to make a common property good marketable by means of a carefully considered bundling of a common property good with selected private goods.

References

Ernstbrunner, L., Imam, M. A., & Fröhlich, S. (2020). Ski Touring. In Injury and Health Risk Management in Sports (pp. 525-529). Springer, Berlin, Heidelberg.

Ostrom, E., & Schlager, E. (1996). The Formation of Property Rights. In S. Hanna, C. Folke & K.-G. Maler (Eds.), Rights to Nature (pp. 127-156). Island Press.

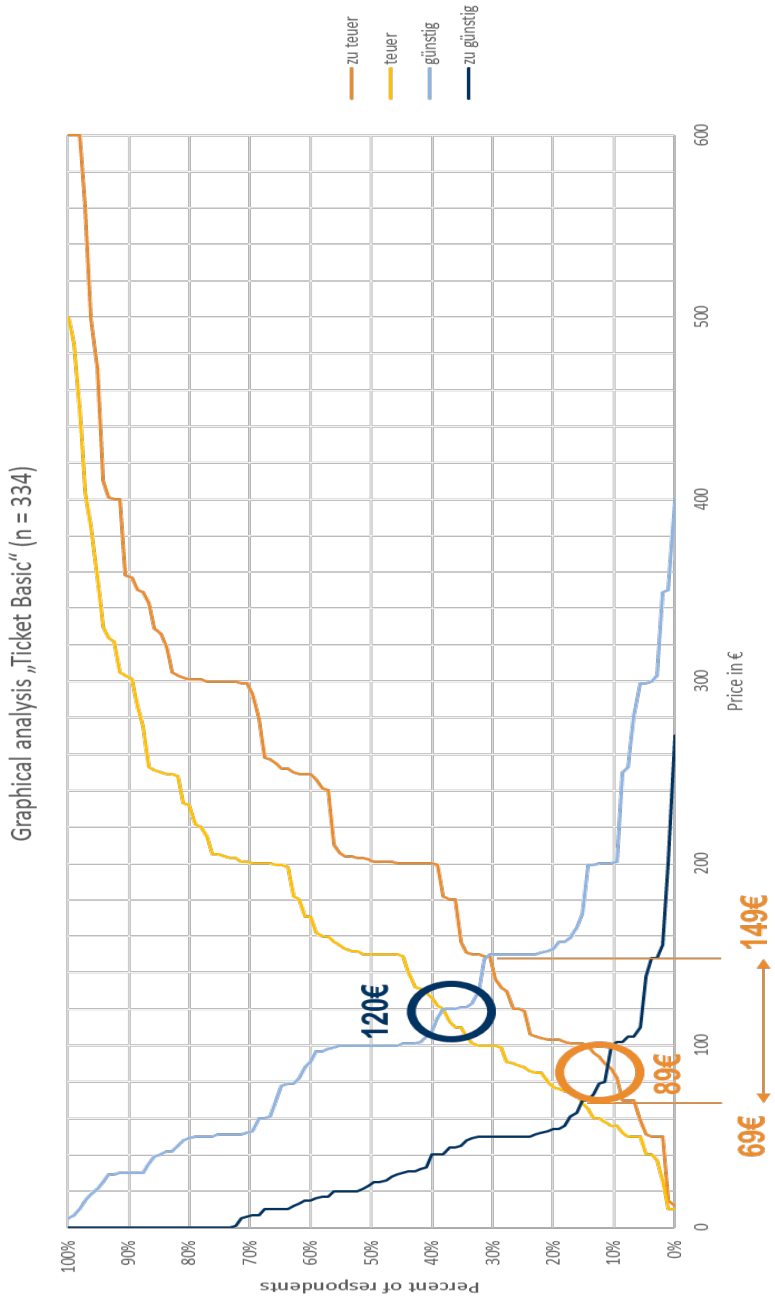
Pröbstl-Haider, U., & Lampl, R. (2017). From conflict to Co-creation: Ski-touring on groomed slopes in Austria. In A. Correia, M. Kozak, J. Gnoth, & A. Fyall (Eds.), Co- creation and well-being in tourism. Tourism on the verge. Springer. https://doi.org/ 10.1007/978-3-319-44108-5_6.

Van Westendorp, P. H. (1976). NSS Price Sensitivity Meter (PSM)–A new approach to study consumer perception of prices. In Proceedings of the 29th ESOMAR Congress (Vol. 139167).

Table 1:

Ticket Large	Ticket Light	Ticket Basic
all-year-round ticket	season ticket	season ticket
right to slope use	right to slope use	right to slope use
free parking	free parking	free parking
10 rail rides	5 rail rides	
1 ski service	1 ski service	
2 day passes for sports of choice with partners		
Website with recommendations for ski resorts and upcoming courses	Website with recommendations for ski resorts and upcoming courses	Website with recommendations for ski resorts and upcoming courses
OPP € 157.00	OPP € 105.00	OPP € 88.70
APR € 130.79 – € 216.20	APR € 100.00 – € 180.00	APR € 68.92 – € 149.00

Figure 1:


zu teuer
teuer
günstig
zu günstig
Graphical analysis „Ticket Basic“ (n = 334)
Percent of respondents
100%
90%
80%
70%
60%
50%
40%
30%
20%
10%
0%
0
100
200
300
400
500
600
Price in €
120€
89€
149€
69€

Runners' Willingness to Pay for the Environmental Sustainability of a Participatory Sport Event

Thomas Könecke[71]*, Ine Hugaerts*[72]

Introduction

Awareness is rising that sport events can serve as a platform to stimulate pro-environmental behavior among their stakeholders (Hugaerts et al., 2021; Triantafyllidis & Darvin, 2021). To fulfill this role, however, organizers might have to invest in the environmental sustainability (ES) of their events, which can be expensive (Greenhalgh & Drayer, 2020). But to date, research that assesses to what extent participants care about ES at sport events and how much they would be willing to pay to enhance their sustainability is scarce (Könecke et al., 2021; Saayman et al., 2016). Therefore, this study examines the extent to which the participants of a large running event in Antwerp (Belgium) would be willing to pay to increase the event's ES.

Theoretical Background

The theory of planned behavior was used as a theoretical background to comprehend the factors determining the participants' WTP for an increased ES. This theory defines three independent determinants as main drivers of someone's intentions: (i) the attitude of an individual towards the behavior in question, (ii) the subjective norm, i.e. the social pressure a person might experience to execute a certain behavior, and (iii) the perceived behavioral control, meaning how convenient or complicated it might be to show a certain behavior (Ajzen, 1991).

Method

Data was collected by sending an invitation to an online survey to participants of the Antwerp 10 Miles, a traditional city run staged within the city limits of Belgium's second largest city. This survey was conducted in October 2021 and contained a contingent valuation measurement (CVM) to assess the runners' willingness to pay (WTP) for an increase in the ES of the event. Moreover, specific initiatives for which the respondents would be willing to pay extra to improve a running event

[71] Katholieke Universiteit Leuven, thomas.koenecke@kuleuven.be
[72] Katholieke Universiteit Leuven, ine.hugaerts@kuleuven.be

were listed, so that the respondents could indicate their preferences on a five-point-scale.

After data cleaning, 1058 fully completed surveys could be included in the analysis. The factors influencing the runners' WTP were assessed by calculating two regression models. The first one was a binary logistic regression with the dependent variable being the yes/no-question whether or not participants would be willing to pay extra for a more environmentally sustainable event. In the second model, a negative binomial regression, the dependent variable was the specific amount of money in EUR, which participants would be willing to pay for a more sustainable event. This regression was only calculated for those runners who actually had indicated to be willing to pay for an increased ES of the event.

Results

It turned out that the majority of the respondents (58.9%) were willing to pay an extra fee to increase the sustainability of the event, with all aspects of the theory of planned behavior as significant predictors. The average amount that these respondents were willing to pay extra was 7.75 EUR. When including those respondents in the calculation that had declared no WTP at all for an increased ES, the average WTP for the whole sample turn out to be 4.56 EUR. Regarding the specific event-related initiatives that the respondents would support financially, most environment-related initiatives scored considerably better if compared to social and other non-environmental initiatives.

Discussion

Despite some limitations, this study adds valuable insights to the current body of literature on ES in sport contexts and particularly in the context of participatory sport events. It also yields important practical implications for sport (event) managers and their opportunities to increase the ES of their events. Results, limitations and implications will be discussed in the presentation at the conference.

References

Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In J. Kuhl & J. Beckmann (Eds.), Action-control: From cognition to behavior (pp. 11-39). Springer.

Greenhalgh, G., & Drayer, J. (2020). An assessment of fans' willingness to pay for team's environmental sustainability initiatives. Sport Marketing Quarterly, 29(2), 121-133. https://doi.org/10.32731/SMQ.292.062020.04

Hugaerts, I., Scheerder, J., Helsen, K., Corthouts, J., Thibaut, E., & Könecke, T. (2021). Sustainability in Participatory Sports Events: The Development of a Research Instrument and Empirical Insights. Sustainability, 13(11), 6034. https://doi.org/10.3390/su13116034

Könecke, T., Schunk, H., Schappel, T., Hugaerts, I., Wagner, F., & Malchrowicz-Mośko, E. (2021). German marathon runners' opinions on and willingness to pay for environmental sustainability. Sustainability, 13(18), 10337. https://doi.org/10.3390/su131810337

Saayman, M., Krugell, W., & Saayman, A. (2016). Characterisation of cyclists' willingness to pay for green initiatives at Africa's largest cycle tour. South African Journal of Economic and Management Sciences, 19(3), 432-447. https://doi.org/10.17159/2222-3436/2016/v19n3a9

Triantafyllidis, S., & Darvin, L. (2021). Mass-participant sport events and sustainable development: gender, social bonding, and connectedness to nature as predictors of socially and environmentally responsible behaveior intentions. Sustainability Science, 16(1), 239-253. https://doi.org/10.1007/s11625-020-00867-x

Panel 8: Wettbewerb III

Do Women Perceive a Payoff from Working without Pay? –
A Gender Comparison of Volunteering in European Grassroots Football 78

„Promoting or Restricting Competition? –
The 50plus1-Rule in German Football" 80

Lebenszufriedenheit von Fußballerinnen der Frauen-Bundesliga und 2. Frauen-Bundesliga unter besonderer Berücksichtigung des beruflichen Ausbildungsstatus 82

Do Women Perceive a Payoff from Working without Pay? – A Gender Comparison of Volunteering in European Grassroots Football

Katrin Scharfenkamp[73], Pamela Wicker[74], Tim F. Thormann[75], Larissa E. Davies[76]

Although volunteering is unpaid work in the sense that volunteers do not get a salary, a considerable number of men and women decide to invest time and energy to volunteer in sport (Wicker, 2017). While volunteering in sport is known to improve subjective well-being as a non-monetary benefit (Wicker & Downward, 2020), other perceived outcomes include future monetary benefits e.g. enhanced earnings (Wallrodt & Thieme, 2019). Previous research found volunteering to improve job performance (Mojza et al. 2011; Rodell 2013), wages (Duerrenberger & Warning, 2019; Hackl, Halla, & Pruckner, 2007), labor market participation (Fortin 2005; Spera et al. 2015), job satisfaction (Peterson 2004), job searches (Ruiter & de Graaf 2009), and turnover (Jones 2010). However, gender differences in the evaluated benefits of sport volunteering on the individual job market situation are less researched.

Previous studies on gender differences in sport volunteering revealed that significantly less women volunteer in sport than men (Hallmann, 2015; Taylor, 2012; Themudo, 2009), especially in grassroots football (Breuer, Feiler, & Rossi, 2018). Hence, this study analyzes whether women evaluate the positive effect of volunteering in grassroots football on their individual job market situation significantly differently than men.

Following signaling theory (Mincer 1958; Becker 1964; Spence 1973), individuals might use sport volunteering as a signal of altruism, intrinsic motivation, collective values, and ability to work in teams (e.g. Spera et al. 2015; Hustinx et al. 2010), but also leadership and communication skills, resulting in an improved job market situation (Day & Devlin, 1998; Green & Brock, 2005). Therefore, both genders might have a general interest in sport volunteering to utilize it as a positive signal in the job market.

[73] Bielefeld University, katrin.scharfenkamp@uni-bielefeld.de
[74] Bielefeld University, pamela.wicker@uni-bielefeld.de
[75] Bielefeld University, tim.thormann@uni-bielefeld.de
[76] Sheffield Hallam University, L.E.Davies@shu.ac.uk

However, women might even have a higher incentive to invest in sport volunteering due to the gender gap. While 47% of the labor force in European countries is female, only few reach top positions in business corporations (Bozhinov, Joecks, & Scharfenkamp; 2021; Eurostat, 2021; OECD, 2018) or in sports (Wicker, Feiler, & Breuer, 2020). According to social role theory, gender is critical to the expectations attached to behavior (Eagly & Crowley, 1986; Fyall & Gazley, 2015). When filling job or leadership positions, the attributes of applicants are compared to the attributes of current/previous officeholders (Eagly & Karau, 2002). Since men have dominated many jobs in history, role incongruities between women and jobs/leaders were established which women might overcome by using sport volunteering as a signal.

Quantitative data were collected from November 2020 to June 2021 in seven European countries (Germany, Switzerland, France, Italy, England, Norway, Poland) using online surveys. The link was distributed by the national football associations, resulting in a sample of n=21,558 respondents. A standardized questionnaire was adapted to each country and translated by the respective national association. Participants were asked to rate their agreement on a 5-point scale to the following statements: “Volunteering experience will look good on my CV” and “Volunteering allows me to explore different career options” (Clary et al., 1998). By building dummy variables, we only consider agreements to the statements (coded as 1), and zero otherwise.

The estimation of linear probability models reveal that women were significantly more likely to agree to the statement that volunteering is a good signal to the job market in terms of ‘looks good on my CV’. By contrast, we find no significantly different evaluation of sport volunteering as an opportunity to explore different career options. The findings support the importance of differently evaluated benefits of sport volunteering on the individual job market situation for men and women. They have implications for the recruitment of female volunteers in e.g. grassroots football.

„Promoting or Restricting Competition? – The 50plus1-Rule in German Football"

Philipp Kunz-Kaltenhäuser[77]*, Oliver Budzinski*[78]

Motivation

The 50plus1-rule in German football is a controversially discussed institution that regulates investment behavior of professional football teams. The premise of the discussion around it is that, without the regulation, a plethora of market failures would occur in German football leagues. This research project critically discusses the occurrence of these market failures from a sports economics perspective. It assesses the effectiveness of the 50plus1-rule to prevent market failures due to (i) financial imbalances from jeopardizing competitive balance, (ii) influence of external investors (iii) loss of the integrity of the sport, and (iv) excessive indebtedness and overinvestment.

Data and Methods

To this end, we analyze investment behavior of football clubs in the Bundesliga and their sporting success. We use a unique longitudinal data set on 47 football clubs in the first (major) football league of Germany ("Erste Bundesliga") over 30 years (seasons 1989/90 to 2018/19).

We evaluate inequality in team´s player budgets as well as points by the end of the season on standard measures of inequality (HHI, HICB, C5ICB, Gini-Coefficients). We apply a Generalized Differences-in-Differences approach with multiple pre- and post-treatment periods to estimate the effect of the intervention.

Results and Discussion

In our empirical analysis, we do not find indicators for the effectiveness of the 50plus1-rule. We do not observe the equalizing properties of the intervention on budgets or sporting success. At best, the data shows a short-term deceleration of the trend of sporting and financial oligopolization that continues after implementation of the rule. While the limitation on the investment behavior of the

77 Technische Universität Ilmenau, philipp.kunz-kaltenhaeuser@tu-ilmenau.de
78 Technische Universität Ilmenau, Oliver.Budzinski@tu-ilmenau.de

50plus1-rule may not be in itself distortive for the national competition, the exceptions for some incumbent clubs make it distortive, according to our analysis. On the national level of competition, the exceptions from the rule for Bayer 04 Leverkusen, VfL Wolfsburg, and TSG 1899 Hoffenheim give these clubs a competitive advantage over other competitors that chose the form of stock corporations to attract external investments. However, nonprofit member clubs do not have this possibility to begin with; therefore, they are at a competitive disadvantage from this perspective. This distortion of the competition in the national market represents a considerable issue and may – if at all – only be acceptable, if the regulation effectively addresses the supposed market failures. The intervention misses the goal of effectively preventing divergence in budgets, therefore does not inhibit the comparison of purchasing power. With empirics showing very clearly growing financial imbalances, justifications of “solidarity among the competitors” seem implausible.

The existing differences in budgets create a situation where external catch-up investments would be necessary to disrupt the spiraling effects of sporting success bringing in revenues through broadcasting rights, tickets and merchandise, causing successive sporting success. Catching-up investments of other competitors would be necessary to challenge dominant market positions. The 50plus1 rule prevents clubs from gathering these catching-up investments. This makes it a form of insider protection/outsider discrimination where the cartel of league participants is obtaining insider rents, and the league is protecting them against the competitive pressure of an open market.

Aside from sentiments that merely show in stated preferences of fans (but not in revealed preferences), it is difficult to provide justification for such a restrictive and discriminatory rule on investments from an economic perspective. Since it is very limiting on the strategies that are available to competitors and disincentives market entry, we do not support the continued application of this regulation. The 50plus1-rule with incumbent exceptions cannot be justified from an economic perspective; it is clearly anticompetitive. A 50plus1-rule without exceptions may represent an acceptable choice of league organization that without accompanying general (commercial, financial) level-playing field policy of DFB/DFL, still represents anticompetitive foreclosure.

Lebenszufriedenheit von Fußballerinnen der Frauen-Bundesliga und 2. Frauen-Bundesliga unter besonderer Berücksichtigung des beruflichen Ausbildungsstatus

Peter Ehnold[79], Lena Lotzen, Torsten Schlesinger[80]

Problemstellung

Lebenszufriedenheit hat im Bereich des Spitzensports vermehrt an Bedeutung gewonnen und wird verstärkt als subjektives Maß einer gelingenden Leistungssportkarriere angesehen. Bisherige Studien fokussieren vor allem psychologische (z.B. Smith, Ntoumanis, Duda & Vansteenkiste, 2011) und zum Teil sozioökonomische und sportliche Faktoren im Hinblick auf den Einfluss auf die Lebenszufriedenheit von aktiven Leistungssportler*innen (Wicker, Dallmeyer & Breuer, 2020; Breuer, Wicker, Dallmeyer & Ilgner, 2018), während der berufliche

Ausbildungsstatus, der in Lebenszufriedenheitsforschung als bedeutsam gilt (Diener, 2000), kaum betrachtet wird. Zudem fehlen spezifische Studien zur Lebenszufriedenheit von weiblichen Athletinnen in einer zwar hoch professionellen Sportart wie dem Fußball, der allerdings im Frauenbereich – im Vergleich zu den Männern – weit geringere Verdienstmöglichkeiten aufweist. Der Beitrag geht folgender zentralen Fragstellung nach: (i) Wie fällt die Lebenszufriedenheit von aktiven Fußballerinnen aus und durch welche Faktoren wird diese beeinflusst?

Theoretischer Rahmen

Die Lebenszufriedenheit wird als Teil des Konzepts des subjektiven Wohlbefindens verstanden (Fritz-Schubert, 2017). Das subjektive Wohlbefinden wird in eine affektiv-emotionale und eine kognitiv-evaluierte Komponente unterteilt, wobei die Lebenszufriedenheit letzterer zugeordnet wird (z.B. Lischetzke & Eid, 2005). Die Lebenszufriedenheit wird von verschiedenen Faktoren beeinflusst, die einerseits als stabil und nicht mehr veränderbar oder kontextgebunden gelten, andererseits jedoch auch aktuelle Lebensumstände widerspiegeln (Raffelhüschen, Moog & Vatter, 2011). Im vorliegenden Beitrag soll der Fokus auf aktuelle Lebensumstände von Fußballerinnen gelegt werden. Die Lebenszufriedenheit

79 IST Hochschule für Management Düsseldorf, pehnold@ist-hochschule.de
80 Technische Universität Chemnitz, torsten.schlesinger@hsw.tu-chemnitz.de

wird in Abhängigkeit (1) des beruflichen Ausbildungsstatus, (2) leistungssport-sportbezogener Faktoren (Erfolg, Zufriedenheit mit Fußballkarriere, Verletzungen, Planung Karriereende, Bekanntheit) sowie (3) soziökonomischer Faktoren (Alter, Beziehungsstatus, Zufriedenheit Einkommen) modelliert.

Methodik

Für die Analyse wurde mittels Onlinebefragung eine Stichprobe von n = 200 Fußballerinnen der Frauen Bundesliga und 2. Frauen Bundesliga generiert. Zur Beantwortung der Forschungsfrage erfolgte neben deskriptiven Analysen die Schätzung linearer Regressionsmodelle (blockwise).

Befunde

Die Fußballerinnen weisen sowohl im Vergleich zu anderen Spitzensportlern (Breuer; Wicker, Dallmeyer & Ilgner, 2018) als auch im Vergleich zur Bevölkerung (Raffelhüschen & Renz, 2020) höhere Zufriedenheitswerte auf. Eine isolierte Betrachtung des Einflusses des aktuellen beruflichen Ausbildungsstatus zeigt, dass Fußballerinnen ohne beruflichen Abschluss, die sich zudem aktuell nicht in einer beruflichen Ausbildung befinden sowie Fußballerinnen die aktuell eine Berufsausbildung absolvieren, geringere Zufriedenheitswerte im Vergleich zu Fußballerinnen mit bereits abgeschlossenem Studium aufweisen. Unter Einbezug weiterer Faktoren sinkt die Stärke dieses Effektes allerdings und wird im Gesamtmodell von anderen Faktoren überlagert. Ein signifikant negativer Effekt geht von sportlichen Verletzungen aus, während die allgemeine Einkommenszufriedenheit positiv mit der Lebenszufriedenheit korreliert.

Literatur

Breuer. C., Wicker, P., Dallmeyer, S., & Ilgner, M. (2018). Die Lebenssituation von Spitzensportlern und -sportlerinnen in Deutschland. Bundesinstitut für Sportwissenschaft.

Diener, E. (2000). Subjective Well-Being. The Science of Happiness and a proposal for a National Index. American Psychologist, 55, 34-43.

Fritz-Schubert, E. (2017). Lernziel Wohlbefinden. Beltz.

Lischetzke, T., & Eid, M. (2005). Wohlbefinden. In H. Weber & T. Rammsayer (Hrsg.), Handbuch der Persönlichkeitspsychologie und Differentiellen Psychologie (S. 413-422). Hogrefe.

Raffelhüschen, B., Moog, S., & Vatter, J. (2011). Wie zufrieden ist Deutschland? In Köcher, R. (Hrsg.), Glücksatlas Deutschland 2011 (S. 29-138). Knaus.

Raffelhüschen, B. & Renz, T. (2020). Stand und Entwicklung der Lebenszufriedenheit. In R. Grimm & B. Raffelhüschen (Hrsg.), Deutsche Post Glücksatlas 2020 (S. 25-104). Penguin.

Smith, A. L., Ntoumanis, N., Duda, J. L., & Vansteenkiste, M. (2011). Goal Striving, Coping, and Well-Being: A Prospective Investigation of the Self-Concordance Model in Sport. Journal of Sport and Exercise Psychology, 33(1), 124-145.

Wicker, P. Dallmeyer, S., & Breuer, C. (2020). Elite Athlete Well-Being: The Role of Socioeconomic Factors and Comparisons with the Resident Population. Journal of Sport Management, 34 (4), 341-353.

Panel 9: Fußball-Bundesliga: Governance und Krise

Qualitative Aspekte der Bilanzanalyse von professionellen Fußballclubs am Beispiel ausgewählter Clubs der Fußball-Bundesliga 86

„ […] und dann ist man sehenden Auges in die Krise marschiert." Ursachen sportlicher und wirtschaftlicher Krisen im Profifußball..... 90

Partzipation im deutschen Profifußball – Entwicklung von Indikatoren zur Ermittlung und Steuerung der Mitbestimmungsmöglichkeiten von Vereinsmitgliedern..... 92

Qualitative Aspekte der Bilanzanalyse von professionellen Fußballclubs am Beispiel ausgewählter Clubs der Fußball-Bundesliga

Petra Biebl[81]*, Markus Breuer*[82]

Einführung

Während die sportliche Situation wöchentlich am jeweiligen Tabellenstand ablesbar ist, lässt sich die wirtschaftliche Lage eines Clubs für einen Außenstehenden nicht so einfach erkennen. Eine Möglichkeit besteht in der Analyse von veröffentlichten Jahresabschlüssen. Ziel des vorliegenden Papers ist die qualitative Analyse von Jahresabschlüssen deutscher Profi-Fußballclubs. Für die Analyse wurden die Bundesliga Clubs der Saison 2018/19 ausgewählt, da diese Abschlüsse als letzte nicht von der Corona-Pandemie beeinflusst waren.

Forschungsstand

Der Analyse von Bilanzen im Profifußball wird in der Literatur bisher jedoch wenig Rechnung getragen. Einige Untersuchungen konzentrieren sich auf einzelne Clubs (Stadtmann et al (2004): Borussia Dortmund; Littkemann et al. (2014): HSV). Einen praxisorientierten Ansatz verfolgen Hierl und Weiß (2015) zur Bilanzanalyse von Fußballvereinen. Die Autoren ermitteln verschiedene Kennzahlen aus den Bilanzen von 25 europäischen Fußballclubs und vergleichen diese, um ein Ranking der wirtschaftlich erfolgreichsten Clubs zu ermitteln. Weber (2017) behandelt allgemein die Besonderheiten der Bilanzanalyse von Fußballclubs. Im Herbst 2020 erschienen in der Zeitschrift für Internationale und kapitalmarktorientierte Rechnungslegung von Küting und Strauß (2020a, 2020b) zwei Beiträge, die sich den Folgen der SARS-CoV 2-Pandemie widmen.

Es zeigt sich, dass i) die Gesamtzahl der Beiträge gering ist, dass ii) oftmals einzelne Clubs analysiert werden und dass iii) bislang keine qualitative Analyse stattgefunden hat.

81 SRH Hochschule Heidelberg, petra.biebl@outlook.com
82 SRH Hochschule Heidelberg, Markus.Breuer@srh.de

Methodik

Die Bilanzen der ausgewählten Clubs für die Jahre 2018 bis 2019 wurden - sofern öffentlich verfügbar - von der Webseite des Bundesanzeigers heruntergeladen; insgesamt liegen 12 Jahresabschlüsse der 18 Bundesligaclubs zur Analyse vor.

Im Rahmen der qualitativen Bilanzanalyse wurden vor allem Anhang und Lagebericht untersucht, da diese beiden Bestandteile des Jahresabschlusses neben den allgemeinen verbalen Informationen auch zukunftsorientierte Informationen enthalten, die aus den Bilanzzahlen so nicht abgeleitet werden können.

Die semiotische Bilanzanalyse erfolgt auf insgesamt vier Ebenen: Auf einer syntaktischen Ebene wird der Grad der Bestimmtheit von Aussagen und deren Beziehungsstruktur – z. B. vage vs. eindeutige Informationen – analysiert. Die semantische Ebene untersucht vorrangig die präferierte Wortwahl. Die Intensität und der Detailgrad der freiwilligen Berichterstattung werden auf der pragmatischen Ebene beleuchtet, während auf visueller Ebene die Verwendung grafischer Darstellungen untersucht wird (Küting/Weber (2015), Brösel (2017)). Die zuletzt genannte Ebene wurde in der weiteren Analyse jedoch ausgeschlossen, da in den untersuchten Bilanzen mit Ausnahme der Abschlüsse von Borussia Dortmund und dem FC Bayern München keine Grafiken verwendet wurden.

Ergebnisse

Die Analyse der syntaktischen Ebene lässt sich knapp zusammenfassen. In den Lageberichten überwiegen vor allem genaue Punktaussagen, die in Verbindung mit komparativen Aussagen wie „gestiegen“ oder „gesunken“ getroffen werden.

Hinsichtlich der semantischen Ebene wurden die Bilanzen mithilfe bestimmter Wortfelder analysiert. Dafür wurde eine Liste mit positiven und negativen Wertungen erstellt und mit Hilfe von MAXQDA ausgewertet. Das Vorkommen der positiven Wertungen ist deutlich umfangreicher als die der negativ konnotierten Wörter (80% vs. 20 %).

Ziel der Analyse der pragmatischen Ebene ist die Prüfung des Umfangs der verbalen Berichterstattung. Anhand einer Checkliste wurden die Inhalte der Lageberichte ausgewertet. Zusammenfassend lässt sich über den Umfang der verbalen Berichterstattung sagen, dass die betrachteten Clubs sich zum großen Teil auf eine knappe Darstellung der Pflichtangaben wie Wirtschafts- und Risiko-/Prognosebericht beschränken. Dies deutet darauf hin, dass die Clubs den Bilanzleser über die Unternehmenslage eher im Unklaren lassen wollen. An dieser knappen

Aufzählung lässt sich erkennen, dass generell die Angabe freiwilliger Bestandteile im Lagebericht bei den Clubs nicht weit verbreitet ist. So fehlen zum Beispiel Nachhaltigkeitsberichte oder allgemeine Berichterstattung über Umwelt- oder Arbeitnehmerbelange.

Insgesamt gesehen lesen sich die Abschnitte in den einzelnen Lageberichten nahezu wie eine Blaupause. Lediglich zwei Clubs beziehen Daten hinsichtlich der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen von Wirtschaftsinstituten ein oder gehen auf die gesamtwirtschaftliche Lage ein. Vielmehr wird die Unabhängigkeit der Clubs von wirtschaftlichen oder konjunkturellen Gegebenheiten betont.

Diskussion

Die erste Untersuchung dieser Art zeigt das Potential der qualitativen Jahresabschlussanalyse als Ergänzung zur quantitativen Analyse auf. Das zentrale Problem liegt in der unzureichenden Datenqualität bzw. in deren lückenhafter Verfügbarkeit. In einem nächsten Schritt wäre die Ausweitung des Forschungsprojekts auf andere Länder möglich, um einen internationalen Vergleich zu ermöglichen.

Literatur

Brösel, Gerrit; Schult, Eberhard (2017): Bilanzanalyse: Unternehmensbeurteilung auf der Basisvon HGB- und IFRS-Abschlüssen. 16., neu bearbeitete Auflage. Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG, Berlin.

Hierl, Ludwig Matthias; Weiß, Raimund (2015): Bilanzanalyse von Fußballvereinen. Praxisorientierte Einführung in die Jahresabschlussanalyse. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler.

Küting, Peter; Strauß, Marc (2020a): SARS–CoV–2: Anstoß für Wege ins fußballerische Abseits? – zur Erfolgs– und Liquiditätskrise sowie deren (potenzieller) Überwindung im Profifußball (Teil 1). In: Zeitschrift für Internationale und kapitalmarktorientierte Rechnungslegung, Nr. 09/2020, S.391–399.

Küting, Peter; Strauß, Marc (2020b): SARS–CoV–2: Anstoß für Wege ins fußballerische Abseits? – zur Erfolgs– und Liquiditätskrise sowie deren (potenzieller) Überwindung im Profifußball (Teil 2). In: Zeitschrift für Internationale und kapitalmarktorientierte Rechnungslegung, Nr. 10/2020, S.446–457.

Küting, Peter; Weber, Claus–Peter; Küting, Karlheinz (2015): Die Bilanzanalyse. Beurteilung von Abschlüssen nach HGB und IFRS. 11., überarb. Aufl.

Littkemann, Jörn; Oldenburg–Tietjen, Florian; Hahn, Thomas (2014): Hamburger Sportverein e. V. – quo vadis? Eine Analyse der wirtschaftlichen Lage. In: Sciamus – Sport und Management (4), S. 1–16.

Stadtmann, Georg; Weigand, Jürgen; Wissmann, Markus (2004): Borussia Dortmund in der Kritik – "Wichtig ist nicht nur auf dem Platz". In: Sport und Gesellschaft 1 (2), S. 145–164.

Weber, Christian (2017): Besonderheiten der Bilanzanalyse von Profifußballclubs. In: Der Konzern (6), S. 285–295

„[…] und dann ist man sehenden Auges in die Krise marschiert.“ Ursachen sportlicher und wirtschaftlicher Krisen im Profifußball.

Sebastian Faulstich[83], Frank Daumann[84]

Abstrakt

Sportliche und wirtschaftliche Krisen professioneller Sportorganisationen können ursächlich für sportliche Abstiege und Insolvenzen sein, aber auch Beginn einer strategischen Neuausrichtung.

Trotz ihrer großen Bedeutung sind Krisen in Profisportorganisationen bislang wenig erforscht, sodass weder über die Einzelursachen noch die Krisenverläufe dezidierte Aussagen möglich sind. Dies wiederum erschwert den Klubs die Identifikation und Bewältigung von Krisen.

Aus diesen Gründen geht der Beitrag den Fragen nach, welche Ursachen sportliche und wirtschaftliche Krisen in Profifußballorganisationen haben und ob „typische“ Krisenverläufe existieren.

Die theoretische Relevanz des Themas besteht im Fehlen bzw. der Verbesserungswürdigkeit der bestehenden Theorien (Doherty 2013), während die praktische Relevanz auf das organisationsinterne Krisenmanagement im Sinne der Ressourcenkonzentration auf die krisenrelevanten und beeinflussbaren Variablen abzielt (Schulenburg 2008, S. 10 f., 392).

Der Beitrag ist wie folgt gegliedert:

Der erste Teil des Beitrags stellt den Forschungsstand zu den Ursachen sportlicher und wirtschaftlicher Krisen in Profifußballorganisationen vor. Hierbei kann festgestellt werden, dass gerade die internationale Forschung mit ihren Erklärungen hauptsächlich auf externe Ursachen abzielt und endogenen Ursachen wenig Bedeutung zumisst.

Im zweiten Teil werden die angewandte Methodik sowie die Fallauswahl und Datenerhebung beschrieben. Die Studie umfasst die drei höchsten deutschen Spielklassen im Zeitraum zwischen 1990 und 2018 und beschreibt neben insolventen

[83] Friedrich-Schiller-Universität Jena, sebastian.faulstich@uni-jena.de
[84] Friedrich-Schiller-Universität Jena, frank.daumann@uni-jena.de

Klubs auch Fälle, in denen Klubs über mehrere Ligen hinweg sportlich abgestiegen sind. Die Datenerhebung erfolgte mittels qualitativer Experteninterviews mit Vertretern der jeweiligen Klubs und formuliert in Form von Flussdiagrammen einen individuellen Krisenverlauf für jeden Klub.

Im dritten Abschnitt werden die extrahierten Einzelverläufe abstrakter gefasst und auf Gemeinsamkeiten und Unterschiede hin untersucht. Ziel hierbei ist die Identifikation von Typen, weswegen nur acht Fälle, diese aber sehr detailliert analysiert werden (vgl. Druker 2020, S. 126). Zudem werden durch die qualitative Einzelfallanalyse Zeitverlaufsmuster analysiert (Töpfers 1985), wodurch „[…] ein dynamischeres Bild von den destruktiven Kräften, die bereits früh, oft noch in der von Erfolg geprägten Phase eines Unternehmens auftreten und erhebliche Auswirkungen auf spätere Phasen haben“, gezeichnet werden kann (Habersang et al. 2019, S. 216).

Im Ergebnis wird ein Krisenverlaufsmuster formuliert, dass in allen untersuchten Klubs nachweisbar ist und die bislang vorherrschenden Krisenverlaufsmuster der wirtschaftswissenschaftlichen und sportökonomischen Forschung weiter spezifiziert. Dazu greift die Arbeit mit der Herausbildung von Pfadabhängigkeiten einen evolutionstheoretischen bzw. populationsökologischen Ansatz auf und stellt fest, dass Krisen zwar meist einen relativ gleichen Verlauf nehmen, an vielen Knotenpunkten aber seitens des Managements bewusst Entscheidungen getroffen werden (bspw. Aufrechterhaltung von Governancedefiziten, Akzeptanz von Marketingdefiziten, Verpflichtung unpassender Spieler, häufige Personalwechsel auf Schlüsselpositionen (bspw. Trainer & Sportdirektor), die den Erkenntnissen der einschlägigen Forschung entgegenlaufen und die die Krise verstärken. Dies widerspricht dem auf exogene Ursachen bezogenen internationalen Forschungsstand und rückt die unternehmensinternen Bereiche (Strategie, Governance, Finanzierung, Personalmanagement) in den Fokus der Krisenvermeidung.

Zudem kann die Analyse zeigen, dass in allen untersuchten Fällen wirtschaftliche Schwierigkeiten zu sportlichen Problemen führten (nicht umgekehrt!) und dadurch mit der Legende brechen, dass „der ach so gesunde Verein“ durch die Defizite einzelner Spieler oder des Trainers abgestiegen ist.

Die Arbeit leistet somit wichtige Grundlagenforschung im Bereich der Krisenursachenforschungen Profifußballorganisationen und schließt mit einigen praktischen Handlungsempfehlungen.

Partzipation im deutschen Profifußball – Entwicklung von Indikatoren zur Ermittlung und Steuerung der Mitbestimmungsmöglichkeiten von Vereinsmitgliedern

Sebastian Björn Bauers[85], Sandy Adam[86], Gregor Hovemann[87]

Problemstellung

Die Partizipation von Mitgliedern deutscher Fußballvereine rückt aktuell zunehmend in den Fokus von Diskussionen – beispielsweise im Zusammenhang mit den Handlungsempfehlungen der Taskforce „Zukunft Profifußball“ der DFL (2021, S. 6). Möglichkeiten einer Partizipation in Form der Mitbestimmung haben Vereinsmitglieder insbesondere im Rahmen der Mitgliederversammlung des Vereins, wodurch sie Einfluss auf „ihren“ Fußballklubs ausüben können (Adam et al., 2020). Diese traditionsgeprägten Strukturen werden einerseits sehr geschätzt, andererseits auch intensiv diskutiert (Bauers & Hovemann, 2019). Fraglich ist in dieser Diskussion jedoch, welche konkreten Möglichkeiten der Partizipation in welchem Grad existieren. Somit ergeben sich zwei zentrale Fragestellungen: (1) Welche Möglichkeiten der Partizipation haben Vereinsmitglieder im deutschen Profifußball aktuell? (2) Wie kann der Grad der Mitgliederpartizipation – beispielsweise in Form eines Partizipationsindex – ermittelt werden? Aufbauend auf diesbezüglich thematisch relevante Studien (z.B. Prigge et al., 2016; Adam et al., 2019; Coates et al., 2021; Uhrich, 2021) nutzt die vorliegende Untersuchung eine ganzheitliche Analyse von Vereinssatzungen, um erstmalig einen systematischen Überblick hinsichtlich der Partizipationsmöglichkeiten zu verschaffen und Indikatoren zu erarbeiten, die zur Ermittlung der Mitbestimmungsmöglichkeiten von Vereinsmitgliedern herangezogen werden können.

Forschungsmethodik

Im Rahmen einer Dokumentenanalyse erfolgte in der Saison 2020/21 die Sammlung der Satzungen von Vereinen der Bundesliga, 2. Bundesliga, der 3. Liga und der Regionalligen. Ermöglicht wird dadurch die Erhebung institutionalisierter Mitbestimmungsmöglichkeiten von Mitgliedern professioneller Fußballklubs in

[85] Universität Leipzig, sebastian_bjoern.bauers@uni-leipzig.de
[86] Universität Leipzig, sandy.adam@uni-leipzig.de
[87] Universität Leipzig, hovemann@uni-leipzig.de

Deutschland. Im Zuge der systematischen Datenauswertung erfolgt (1) die Identifizierung und Strukturierung von partizipationsbezogenen Kategorien, (2) die Ableitung von Partizipationsindikatoren innerhalb der Kategorien sowie (3) die Entwicklung eines Bewertungsmodells zur Beurteilung der Indikatorenausprägung.

Ergebnisse und Diskussion

Auf Grundlage der Datenauswertung werden die Möglichkeiten der institutionalisierten Mitgliederpartizipation aufgezeigt, welche sich formell aus den Satzungen der Vereine ergeben. Darauf aufbauend wird ein Indikatorenkatalog präsentiert, der ein Instrument zur Ermittlung der Mitgliederpartizipation für verschiedene Stakeholder darstellt. So wird es Klubs, Fans bzw. Fanvertretern und Lizenzgebern in Zukunft möglich sein, anhand der Indikatoren Rückschlüsse auf den Grad der Mitgliederpartizipation zu erhalten. Ebenfalls ergibt sich aus dem Instrument eine Möglichkeit der Partizipationssteuerung – insbesondere in Form einer Reduktion und Ausweitung der Partizipation. Die Untersuchung leistet damit einen zentralen Beitrag in der Partizipationsforschung, bietet praxisorientierte Anknüpfungspunkte für das Sportmanagement und zeigt darauf aufbauend die Notwendigkeit weiterer Untersuchungen auf. Zukünftige Forschungen erscheinen insbesondere vor dem Hintergrund neuer Herausforderungen wichtig – beispielsweise hinsichtlich einer möglicherweise zunehmenden digitalen Partizipation.

Literatur

Adam, S., Lammert, J. & Hovemann, G. (2019). Die Qualität der Club Governance im deutschen Profifußball – Kritische Analyse der Ergebnisse einer Praxisstudie. Zeitschrift für Corporate Governance, 14 (3), 106-111, DOI: 10.37307/j.1868-7792.2019.03.04.

Adam, S., Bauers, S. B. & Hovemann, G. (2020). Inevitable need for change – Identifying and removing barriers to supporter participation in German professional football. Sport in Society, 23 (5), 938-958, DOI: 10.1080/17430437.2019.1596082.

Bauers, S. B. & Hovemann, G. (2019). Regulation von beherrschendem Einfluss im deutschen Profifußball – Eine empirische Vergleichsanalyse von Faninteressen der Jahre 2011 und 2017. Sport und Gesellschaft, 17 (2), 155-180. DOI: 10.1515/sug-2019-0009.

Coates, D., Fahrner, M. & Pawlowski, T. (2021). Decision-making in professional football: an empirical analysis of club members' voting behaviour. European Sport Management Quarterly, DOI: 10.1080/16184742.2021.1939396.

DFL (2021). Zusammenfassender Ergebnisbericht der Taskforce Zukunft Profifußball 03. Februar 2021. Abruf unter: https://www.dfl.de/de/aktuelles/ergebnisbericht-taskforce-zukunft-profifussball/.

Prigge, S., Juschus, A. & Leister, R. (2016). Die Corporate-Governance-Tabelle. Eine Bestandsaufnahme der Corporate Governance in der Ersten Fußballbundesliga. Zeitschrift für Corporate Governance, 11 (5), 212-220, DOI: 10.37307/j.1868-7792.2016.05.05.

Uhrich, S. (2021). Antecedents and consequences of perceived fan participation in the decision making of professional European football clubs. European Sport Management Quarterly, 21 (4), 504-523, DOI: 10.1080/16184742.2020.1757734.

Profile der beteiligten Organisationen

Arbeitskreis Sportökonomie e. V.

Der Arbeitskreis Sportökonomie wurde 1997 gegründet und ist seitdem die zentrale Austauschplattform in Deutschland für das Fachgebiet Sportökonomie. Bis auf die Corona-Zwangspause 2020 hat der AK Sportökonomie jedes Jahr ausgesprochen erfolgreiche Jahrestagungen organisiert und etwa 20 Sammelbände als Dokumentationen der Jahrestagungen herausgegeben.

Eine Besonderheit des AK Sportökonomie bestand von Anfang an in der gleichzeitigen Förderung von herausragender Wissenschaft und ihres Bezugs zur Praxis, durch die Einbeziehung von Universitäten und Fachhochschulen, Sportvereinen und Sportverbänden sowie durch den Einsatz eines breiten Spektrums an Methoden aus der VWL und BWL, Soziologie und Psychologie.

Weitere Informationen finden Sie unter **arbeitskreis-sportoekonomie.de/**

FOM – Deutschlands Hochschule für Berufstätige

Mit über 57.000 Studierenden ist die FOM eine der größten Hochschulen Europas und führt seit 1993 Studiengänge für Berufstätige durch, die einen staatlich und international anerkannten Hochschulabschluss (Bachelor/Master) erlangen wollen.

Die FOM ist der anwendungsorientierten Forschung verpflichtet und verfolgt das Ziel, adaptionsfähige Lösungen für betriebliche bzw. wirtschaftsnahe oder gesellschaftliche Problemstellungen zu generieren. Dabei spielt die Verzahnung von Forschung und Lehre eine große Rolle: Kongruent zu den Masterprogrammen sind Institute und KompetenzCentren gegründet worden. Sie geben der Hochschule ein fachliches Profil und eröffnen sowohl Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern als auch engagierten Studierenden die Gelegenheit, sich aktiv in den Forschungsdiskurs einzubringen.

Weitere Informationen finden Sie unter **fom.de**

Folgende Bände sind bisher in dieser Reihe erschienen:

Band 1 (2020)
P. an de Meulen / T. Christiaans / M. Drewes / S. Frohwerk / M. Göke / P. Hennecke / T. Holtfort / K. Obermann / L. Rebeggiani / A. Spermann / C. Thielscher / A.-K. Voit / C. B. Wilke / M. Wohlmann
Was kostet uns Corona? Volkswirtschaftliche Auswirkungen einer globalen Pandemie
ISBN (Print) 978-3-89275-168-7 ISSN (Print) 2701-9403
ISBN (eBook) 978-3-89275-169-4 ISSN (eBook) 2701-9411

Band 2 (2021)
A. M. Prasuhn / C. B. Wilke
Reformoption Bürgerversicherung? Eine Nutzwertanalyse vor dem Hintergrund aktueller und künftiger Herausforderungen des deutschen Krankenversicherungssystems
ISBN (Print) 978-3-89275-172-4 ISSN (Print) 2701-9403
ISBN (eBook) 978-3-89275-173-1 ISSN (eBook) 2701-941

Band 3 (2021)
C. Fritsche
On Migration and Immigration Policy in Europe
ISBN (Print) 978-3-89275-220-2 ISSN (Print) 2701-9403
ISBN (eBook) 978-3-89275-221-9 ISSN (eBook) 2701-9411

Band 4 (2021)
L. Rebeggiani / C. Roppel / F. Schrickel
Gibt es in Deutschland zu viele Krankenkassen?
Eine Analyse der Wettbewerbsintensität in der gesetzlichen Krankenversicherung Deutschlands
ISBN (Print) 978-3-89275-254-7 ISSN (Print) 2701-9403
ISBN (eBook) 978-3-89275-255-4 ISSN (eBook) 2701-9411

ISBN (Print) 978-3-89275-272-1 ISSN (Print) 2701-9403
ISBN (eBook) 978-3-89275-273-8 ISSN (eBook) 2701-9411

KCV KompetenzCentrum
für angewandte Volkswirtschaftslehre
der FOM Hochschule für Oekonomie & Management

FOM Hochschule

FOM – Deutschlands Hochschule für Berufstätige.

Mit über 57.000 Studierenden ist die FOM eine der größten Hochschulen Europas und führt seit 1993 Studiengänge für Berufstätige durch, die einen staatlich und international anerkannten Hochschulabschluss (Bachelor/Master) erlangen wollen.

Die FOM ist der anwendungsorientierten Forschung verpflichtet und verfolgt das Ziel, adaptionsfähige Lösungen für betriebliche bzw. wirtschaftsnahe oder gesellschaftliche Problemstellungen zu generieren. Dabei spielt die Verzahnung von Forschung und Lehre eine große Rolle: Kongruent zu den Masterprogrammen sind Institute und KompetenzCentren gegründet worden. Sie geben der Hochschule ein fachliches Profil und eröffnen sowohl Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern als auch engagierten Studierenden die Gelegenheit, sich aktiv in den Forschungsdiskurs einzubringen.

Weitere Informationen finden Sie unter **fom.de**

KCV

Das KCV KompetenzCentrum für angewandte Volkswirtschaftslehre deckt ein breites Spektrum von der mikro- zur makroökonomischen sowie von der theoretischen zur empirischen Forschung ab. Besondere inhaltliche Schwerpunkte liegen in den großen Herausforderungen unserer Zeit: dem demografischen Wandel, der Globalisierung, dem Klimawandel sowie der Digitalisierung.

Neben dieser inhaltlichen Ausrichtung übernimmt das KCV eine Querschnittsfunktion im Bereich der Methodik und Data Literacy an der FOM Hochschule, indem fächerübergreifend vernetztes, analytisches Denken gefördert und sowohl für die Forschung als auch für die Lehre nutzbar gemacht wird.

Weitere Informationen finden Sie unter **fom-kcv.de**

FOM forscht.
Der Wissenschaftsblog
der FOM Hochschule

Der Wissenschaftsblog der FOM Hochschule bietet Einblicke in die vielfältigen Themen, zu denen an der FOM geforscht wird: **fom-blog.de**