

RONALD WADSACK

Wettbewerb und Sport

Für eine ökonomische Betrachtung von Sport ist Wettbewerb, vielleicht wie kein anderes Phänomen, ein zentraler Begriff. Einerseits ist Wettbewerb eines der Schlüsselemente sportlichen Tuns und andererseits als Ordnungs- oder Organisationsprinzip grundlegendes Element einer marktwirtschaftlichen Ordnung. Die Nähe der beiden Bereiche wird bei der Berücksichtigung des Wortursprunges noch verstärkt. Wettbewerb gilt als Eindeutschung von Konkurrenz, was wiederum aus dem mittellateinischen *concurrentia* herührt und als Mit- bzw. Wettlauf übersetzt wird (vgl. MACKENSEN 1985).

Die folgende Darstellung ist dabei weniger eine an Wettbewerbstheorien orientierte Diskussion als eine phänomenologische Erschließung verschiedener Zugänge für das Thema „Wettbewerb und Sport“ aus ökonomischer Sicht. Aufgrund des Arbeitsschwerpunktes des Verfassers ist die managementorientierte Sichtweise vordergründig.

Der Beitrag umfaßt vier Schritte. Zunächst wird eine kurze Charakterisierung von Wettbewerb vorgenommen, die dann in eine nähere Bezugnahme auf den Sport mündet. Den dritten Punkt bilden Hinweise auf Wettbewerbseinschränkungen, um letztlich einige Konsequenzen für die Wettbewerbssituation im Sport anzudiskutieren.

Wettbewerb und Markt

Wettbewerb sei hier zusammenfassend nach WEI-SE (1985, 263) definiert: Danach

„... ist Wettbewerb ein Prozeß, der sich darin ausdrückt, daß Produktqualitäten, Technologien, Verfügungsbeschränkungen und Organisationen fortwährend verändert werden; indem man andere in den Aktivitäten beschränkt und veränderte Qualität, Technologien und Organisationen einführt, erzielt man bei endlicher Reaktionsgeschwindigkeit der Konkurrenten Profite. Diese bilden in einer unsicheren Welt den Anreiz für derartige Entwicklungen“.

Wettbewerb in diesem Sinne impliziert Leistungsstreben (vgl. GAHLEN u.a. 1978, 43).

Wettbewerbsbereiche im Sport

Für die folgende Darstellung möchte ich vier Betrachtungsbereiche für die Verknüpfung von Wettbewerb und Sport unterscheiden. Dreh- und Angelpunkt vielen Sportgeschehens ist der *Wettbe-*

werb im Sport. Er meint eben den Wettlauf oder sonstige Gelegenheiten, bei denen sportliche Leistungsfähigkeiten in Beziehung gebracht werden (vgl. DIGEL 1991; LÜHNENSCHLOß 1995). Dies gilt für jegliche Art von Wettkampfsport und findet ihre extremste Ausprägung im Spitzensport (vgl. WADSACK 1994). Auf diesem Kernbestandteil beruhen vielfältige Wettkampfsysteme z.B. in Ligenform oder Pokalrunden, verbunden mit Transfermärkten und weiterführenden Chancen auf wirtschaftliche Geschäftsbetriebe.

Bei Zuspitzung der Betrachtung aus der Produktionssperspektive findet hier der Verwertungsprozeß eines komplexen Vorkombinationsprozesses statt, in dem v.a. Trainings-, Betreuungs- und Organisationsleistungen dazu durchgeführt werden, die Leistungsfähigkeit für den Wettkampfzeitpunkt (Endkombination) aufzubauen (vgl. BENNER 1992, 42; KAPPLER/WADSACK 1994). Der Wettkampf wird quasi zu einem Vergleich von Leistungsbündeln, welche in den AthletInnen und den sie umgebenden Wettkampfbetreuern ihren Kristallisationspunkt finden.

In der nicht-spitzensportlichen Ausrichtung fallen hierunter die Wettbewerbsbeziehungen zwischen verschiedenen Angebotsformen für Sportausübung, welche sich an Breiten- und Freizeitsportler/innen richten. Sie ergeben sich aus der Bereitstellung von Infrastruktur für die (angeleitete) Sportausübung ggf. auch mit Vergleichsmöglichkeiten der erreichten Leistungsfähigkeiten in unterklassigen Wettkampfbereichen. Der Marktbezug erhält dabei teilweise eine Öffnung hin auf ein breiteres Spektrum an Freizeitaktivitäten, indem Sport als ein Angebot unter mehreren zum Verbringen knapper Zeit zu sehen ist. Ziel des Wettbewerbes ist das Erlangen von Mitgliedschaften.

Eine zweite Ebene ist der *Wettbewerb für Sport*. Sie umfaßt die Bemühungen, sich für die Beteiligung an sportlichen Wettkämpfen die angemessenen Ausgangsbedingungen zu verschaffen. Dies beginnt bei Trainern, bezieht sich darüber hinaus z.B. auf medizinische Versorgung, den Zugang zu (wissenschaftlichen) Know How-Reserven und entsprechenden Trainingsmöglichkeiten. Für den Spitzensportbereich hat sich in Deutschland ein komplexes Netzwerk von Ansprechpartnern herausgebildet, welches in jüngerer Zeit als Produktionskooperative Spitzensport diskutiert wurde (vgl. KAPPLER/WADSACK 1994).

Auf der dritten Ebene erfolgt der *Wettbewerb mit Sport*, es ist die Verwertungsebene. Sie bezieht

sich einerseits auf den Spitzensportbereich. Hierunter fallen die Lizenzverwertungen für Sportübertragungen, die zuschauerorientierte Sportverwertung, die Vermarktung von Werbemöglichkeiten im und mit Sport (WADSACK/WALLERATH 1994). Eng damit verbunden ist auch die Kreation und Vermarktung von Produkten, welche ihre Attraktion aus dem Bezug zum Sportbereich ziehen (z.B. Merchandising, Sportmode).

Andererseits ist der Sport ein Mittel im Wettkampf um öffentliche Mittel. Die Bewerbung um die Austragung großer Sportereignisse oder die Ansiedlung eines Leistungsstützpunktes ziehen ihre Attraktivität nicht zuletzt aus den daraus resultierenden Mittelzuflüssen.

Es folgt eine vierte Betrachtungsweise, welche den *Wettbewerb durch Sport* umfaßt. Der konkurrierende Vergleich auf der Grundlage von Sportausübung und Zugehörigkeit meint die Exklusivität von Sportausübung in bestimmten Bereichen aber auch die Zugehörigkeit zu privilegierten Kreisen in Verbindung zu Sportveranstaltungen (VIP-Logen, -Bereiche; exklusive Vereine etc.). Eine eng damit verbundene Facette ist die Möglichkeit, Konsum durch die Sportausübung zu demonstrieren (Kleidung, Gerät usw.) und ggf. auch in den Lebensbereich außerhalb der Sportausübung zu verlängern (Tragen von Sportkleidung auch in der „Freizeit“).

Einschränkungen des Wettbewerbs

Wettbewerb gilt als verheißungsvolles Element marktwirtschaftlicher Ordnungen in ihrer idealtypischen Ausprägung, welches in der Realität bedroht ist und damit Ordnungsmaßnahmen herausfordert (vgl. GAHLEN u.a. 1978, 36). Aus ökonomischer und damit nutzenmaximierender oder einkommensoptimierender Sicht ist es durchaus sinnvoll, Wettbewerb zu umgehen oder einzugrenzen. Eng damit verbunden ist der Aufbau wirtschaftlicher Macht als Möglichkeit, Interessen auch entgegen der typischen Marktmechanik durchzusetzen. Typische Formen sind Kartellbildungen als Absprachen zur Umgehung von Wettbewerb mit einer relativen Nutzenverteilung zwischen den Beteiligten oder die Ausnutzung von Vorteilen jenseits der vom Gesetzgeber vorgegebenen Aktionsgrenzen z.B. durch Bestechung, Überschreitung von Umweltvorgaben usw. (vgl. GÄRTNER 1988, 44f.).

Im sportlichen Wettbewerb (Wettbewerb im Sport) gibt es entsprechende Bemühungen, die Wettbewerbssituation offen zu halten. Sie schlagen sich in Regeln für die Wettkampfdurchführung und -ergebniswertung sowie in Ehrenkodizes (z.B. die

„Fair Play“-Aktion) nieder. Überschreitungen treten in Erscheinung z.B. durch Doping, Verwendung unerlaubten Materials, Ergebnisabsprachen.

Wirkungen der Verbindung von Wettbewerb und Sport

Eine Beteiligung an Wettbewerb stellt Anforderungen an die Entscheidungsträger, welche die jeweiligen Akteure in bezug auf das Marktverhalten vertreten. Management ist als strategisches Handeln aufzufassen, verbunden mit Merkmalen der Unsicherheit, des Risikos, des investiven Denkens usw. Eine Typologie von marktorientierten Verhaltensweisen unterscheidet z.B. Verteidiger (eines angestammten Geschäftsbereiches), Risikostreuer (durch Schaffung und Verteidigung mehrerer Standbeine), Architekten (von Neuerungen auf der Basis eines angestammten Geschäftes), Innovatoren und Prospektoren (als ständig auf der Suche nach Neuheiten befindlich). Als weiteren Typ gibt es den Reagierer, der sich insbesondere durch seine schnelle Einstellung auf veränderte Angebots- bzw. Nachfragebedingungen auszeichnet (vgl. STAEHLE 1994, 629ff.; KAPPLER 1983, 22-24).

Für eine sportökonomische Betrachtung ist es z.B. interessant, eine nähere Analyse der Wettbewerbsformen und -strategien der beteiligten Akteure vorzunehmen und Grundlagen für ein strategisches Management im Sport zu erarbeiten. Ansätze finden sich in der Darstellung zur Produktions-Kooperative Spitzensport, wie sie im Rahmen des BISP-Projektes „Organisationsentwicklung für Olympiastützpunkte“ erarbeitet wurde (vgl. KAPPLER/WADSACK 1994).

Weiter oben wurden die vier Wettbewerbsformen für den Sport nach Bereichen unterschieden. Diese sind miteinander verknüpft, insbesondere für den Spitzensport. Insofern ist es teilweise berechtigt, von einem Wettbewerb der Wettbewerbsformen zu schreiben. Für den Spitzensport hat die Form Wettbewerb *mit* Sport die Ausprägung als härteste Realität, da die entsprechende Verwertung die meisten Geldmittel für dieses Sportsegment beinhaltet. Insofern gibt es Anzeichen und es liegt nahe, die abhängigen Komponenten Wettbewerb *für* Sport und Wettbewerb *im* Sport unter Maximen der Verwertung (Medientauglichkeit, Spannungsorientierung etc.) auszurichten. Die damit verbundene Tendenz zur Sport-Inszenierung stellt wiederum andere Anforderungen an die Gestaltung des Wettbewerbs-Systems und der dafür notwendigen Regularien.

In dem vorliegenden Beitrag konnte nur ein kurzer und bruchstückhafter Abriß eines sinn- und reiz-

vollen Themenspektrums aus dem anspruchsvollen Feld der Sportökonomie dargestellt werden. Die Bedingungen und Veränderungen der sportlichen Landschaft in den letzten Jahren und die zu erwartenden Veränderungen im Wettbewerb um Ressourcen, läßt eine konstruktiv-kritische Auseinandersetzung notwendig erscheinen.

Literatur

- BENNER, G.: Risk Management im professionellen Sport. Bergisch Gladbach, Köln 1992
- DIGEL, H.: Wettkampfsport in Verein und Verband: eine multikulturelle und pädagogische Notwendigkeit. In: DIGEL, H. (Hrsg.): Wettkampfsport. Wege zu einer besseren Praxis. Aachen 1991, 9-18
- GÄRTNER, M.: Sport in marktwirtschaftlichen Ordnungen: Was kann der Marktmechanismus im Sport leisten? In: ANDERS, G./STRÄHL, E. (Hrsg.): Sport und Wirtschaft. Magglingen 1988, 41-63
- GAHLEN, B. u.a.: Volkswirtschaftslehre. Tübingen 1978

- KAPPLER, E.: Planung ohne Prognose. In: KAPPLER, E. u.a. (Hrsg.): Entscheidungen für die Zukunft. Frankfurt/Main 1983, 9-32
- KAPPLER, E./WADSACK, R.: Organisationsentwicklung für Olympiastützpunkte. (Projektbericht). Witten 1994
- LÜHNENSCHLOß, D.: Wesen, Merkmale und Funktionen sportlicher Wettkämpfe. In: Leistungssport 25 (1995), 1, 6-11
- MACKENSEN, L.: Ursprung der Wörter. Wiesbaden 1985
- STAEHLE, W.: Management. Eine verhaltenswissenschaftliche Perspektive. München 1994
- WADSACK, R.: Produkt: Sportliche Leistung. In: DEUTSCHE SPORTJUGEND (Hrsg.): Das andere Olympiabuch: Albertville – Barcelona 1992. Frankfurt/Main 1992, 47-49
- WADSACK, R.: Sport ist Ökonomie – Was ist dann Sportökonomie? In: Olympische Jugend 39 (1994), 6, 4-5
- WADSACK, R./WALLERATH, U.: Wettbewerb im Sport – Sport im Wettbewerb. In: TROSIEN, G. (Hrsg.): Die Sportbranche: Wachstum, Wettbewerb, Wirtschaftlichkeit. Frankfurt/New York 1994, 48-62
- WEISE, P.: Neue Mikroökonomie. Würzburg 1985

Dr. Ronald WADSACK
Winkelstr. 26
58452 Witten

Anzeige

