

Quelle: Wirtschaftsblatt
Datum: 10.06.2006

SAMSTAG, | 7
10. JUNI 2006

MILLIARDENMARKT

Fussball – eine Industrie wie jede andere auch

„Fussball ist sonntags ein Sport und an Werktagen eine Industrie wie jede andere auch“ – Worte aus dem Munde eines Mannes, der es wissen muss: Luciano Moggi, im Zuge der Korruptionsaffäre bei Juventus Turin gefeuerter Manager.

Welch gewichtige Industrie die des runden Leders ist, untermauert eine aktuelle Studie von FAS.research im Auftrag des club research (ein Projekt im Rahmen des Dialogprogrammes „innovatives österreich“). Demnach ist der Markt für Spielertransfers in der vergangenen Saison rund 2,2 Milliarden € schwer gewesen.

Harald Katzmair, Chef des Netzwerkanalysen-Spezialisten FAS.research: „Wir haben uns die Transfervolumina der Top 16-Mannschaften in Europa angesehen. Das Resultat: Wir haben hier einen extrem globalisierten und zentralisierten Markt.“ Was diese Analyse aus finanztechnischer Betrachtung zeigt: Erfolg hat nicht notwendigerweise der Verein, der am meisten Geld für Spieler ausgibt.

Chelsea vs. Porto

So steht der FC Chelsea zwar mit seinem ökonomischen Potenzial (Spielertransfer in der Höhe von 330 Millionen €) nur hinter Real Madrid, sportlich gesehen lagen die Briten dagegen an vorletzter Stelle. Umgekehrt war der FC Porto der einzige Verein, der beim Spielertransfer positiv war (also um 28 Millionen € mehr einnahm als ausgab) und gleichzeitig eine sehr erfolgreiche sportliche Performance hinlegte.

Was die Analyse noch zeigt: Europas Top-Clubs

kann man in zwei Klassen einteilen, so Wolfgang Neurath vom Rat für Forschung und Technologieentwicklung (RFT): „Zum einen gibt es Vereine, die Fussballer ausbilden und später verkaufen. Zum anderen gibt es Vereine, die Spieler ‚verbrauchen‘ und ihr Geld anderswo verdienen müssen.“

Anti-Beispiel Italien

Das führe dazu, dass der Verein selbst zur Marke werde. Das Paradebeispiel dafür ist Real Madrid. Was passiert, wenn diese Markenbildung nicht geschafft wird, zeige das Beispiel Italien. Dort führte das Scheitern dieses Geld-hinzu-Verdienens in den Korruptionssumpf. Alternative zum Manipulieren von Spielen: Die Vereine müssen sich an andere Brands anhängen oder Kooperationen suchen. (est)

TRANSFERKOSTEN

Mio. Euro, Spielsaison 04/05
(Differenz aus Ein- und Verkäufen)



Quelle: FAS.research WB-Grafik Cmund