

SCIAMUS

SPORT und MANAGEMENT



Ausgabe 2/2021

[www.sport-und-management.de](http://www.sport-und-management.de)

# Impressum

**Herausgeber** Prof. Dr. Frank Daumann  
Prof. Dr. Benedikt Römmelt

**Editorial Board** Prof. Dr. Gerd Nufer  
Prof. Dr. André Bühler  
Prof. Dr. Rainer Cherkeh

**Reviewer Board** Prof. Dr. Markus Breuer  
Prof. Dr. Michael Dinkel  
Prof. Dr. Eike Emrich  
Prof. Dr. Albert Galli  
Prof. Dr. Andreas Hebbel-Seeger  
Prof. Dr. Gregor Hovemann  
Prof. Dr. Gerhard Schewe

**Chefredakteur/  
Editor-in-Chief** Dr. Anne Engelhardt  
E-Mail: [redaktion@sciamus.de](mailto:redaktion@sciamus.de)

**Layout/ Design** Dr. Anne Engelhardt

**Verlag/ Publisher** Sciamus GmbH  
Waldsteinweg 14  
D-95182 Döhlau  
E- Mail: [redaktion@sciamus.de](mailto:redaktion@sciamus.de)

**Erscheinungsweise** Die Zeitschrift Sciamus – Sport und Management erscheint mehrmals jährlich; die Themenhefte erscheinen in unregelmäßigen Abständen.

**Für Autoren/  
Anzeigen** Wenn Sie Interesse an der Veröffentlichung eines eigenen Beitrages haben oder eine Anzeige schalten möchten, können Sie über die folgende Adresse Kontakt mit uns aufnehmen:

Sciamus GmbH  
Waldsteinweg 14  
D-95182 Döhlau  
- Redaktion -

E-Mail: [redaktion@sciamus.de](mailto:redaktion@sciamus.de)

**ISSN** 1869-8247  
Ausgabe 1/2021  
© 2010 - 2021 Sciamus GmbH, Döhlau

**Copyright** Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist unzulässig. Der Nachdruck sowie die Übersetzung und andere Verwertungen sind nur mit ausdrücklicher Genehmigung der Redaktion und des Verlages unter Angabe der Quellen gestattet.

**Elektronische  
Volltexte** [www.sport-und-management.de](http://www.sport-und-management.de)

## **Inhaltsverzeichnis**

Norbert Meiners, Hannah Freese & Milena Brandt

### **Wirtschaftsfaktor Basketball:**

**Ökonomische und gesellschaftliche Bedeutung des Basketball-Bundesligisten RASTA Vechta für die Stadt und die Region..... 1**

Bernd Frick, David Meinus & Paul Schumacher

**Die Auswirkungen von COVID-19 auf die Transferaktivitäten der Fußballvereine der fünf europäischen Top-Ligen im Sommer 2020..... 24**

---

Norbert Meiners, Hannah Freese & Milena Brandt

# **Wirtschaftsfaktor Basketball: Ökonomische und gesellschaftliche Bedeu- tung des Basketball-Bundesligisten RASTA Vechta für die Stadt und die Region**

## **Abstract**

Im Fokus dieser Fallstudie steht das Ziel, die ökonomische und gesellschaftliche Bedeutung eines deutschen Profi-Basketballclubs für dessen Standortkommune zu untersuchen. Als Grundlage dafür dient der Basketball-Bundesligist RASTA Vechta. Die forschungsleitende Frage lautet: Welche angebots- und nachfrageseitigen Effekte hat der Basketballclub RASTA Vechta auf die Kleinstadt Vechta und die Region? Die Datenerhebung wurde mittels mehrerer empirischer Befragungen (Online-, Spielstätten- und Passantenbefragungen) im Zeitraum von Dezember 2019 bis Februar 2020 durchgeführt. Insgesamt wurden die Daten von 1.831 Personen erhoben, ausgewertet und analysiert. Die Ergebnisse zeigen sowohl regionale Wertschöpfungs-, Beschäftigungs- und Umsatzeffekte als auch bekanntheitssteigernde und imageverbessernde Effekte (national und international) auf die Standortkommune des hier betrachteten Clubs.

**Schlüsselwörter:** Basketball, Wirtschaftsfaktor, Regionalentwicklung, Sport, Image

## **1. Hintergrund**

Einleitend wird zunächst die Relevanz der Thematik herausgestellt und der Stand der bisherigen Forschung beschrieben. Daraus wird anschließend der wissenschaftliche Beitrag dieser Studie abgeleitet, welcher auch die konkreten Zielsetzungen beinhaltet. Darüber hinaus wird eine Abgrenzung der Thematik vorgenommen und die Vorgehensweise erläutert.

### **1.1. Relevanz der Thematik**

Sport ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor in Deutschland, denn der Sport beeinflusst die Wertschöpfung, Beschäftigung und den Konsum. Im Jahr 2016 verzeichnete der Sport eine Bruttowertschöpfung von 62,4 Mrd. EUR, das entspricht einem Beitrag

von 2,3% am gesamten Bruttoinlandsprodukt (BIP). Der sportbezogene Arbeitsmarkt bot 1.242.000 Arbeitsplätze.<sup>1</sup> Eine besondere Stellung nimmt dabei der Fußball ein, da diese Sportart die meisten Zuschauer an sich bindet. So besuchen 20% der Deutschen ein Fußballspiel, während sich ein Basketballspiel lediglich 2% anschauen.<sup>2</sup> Dennoch erlebt der deutsche Basketball in der jüngeren Vergangenheit einen medialen Präsenzaufschwung aufgrund sportlicher Erfolge und nicht zuletzt wegen deutscher NBA-Größen wie Dirk Nowitzki, Dennis Schröder und Daniel Theis.<sup>3</sup> Hierzulande sorgt in der Basketballbundesliga (BBL) unter anderem der norddeutsche Traditionsverein RASTA Vechta für Aufsehen. Das Team aus einer Kleinstadt in Niedersachsen spielte in der Saison 2018/2019 als Aufsteiger direkt im oberen Drittel der BBL mit und erreichte den Tabellenplatz vier.<sup>4</sup>

## 1.2. Stand der Forschung und Forschungsfrage

Sport als Wirtschaftsfaktor hat in großen Teilen der Welt eine enorme Bedeutung und entfaltet daher auch diverse Forschungsaktivitäten. Vor allem in den Industrienationen zeigt sich der Trend, dass die Freizeitaktivitäten der Erwerbstätigen zunehmen. Somit steigt auch das Angebot von Sportveranstaltungen.<sup>5</sup> Die gesellschaftliche Bedeutung dieses Trends spiegelt sich vor allem in Großveranstaltungen wider, welche eine starke Anziehungskraft aufgrund des „Außergewöhnlichen“ darstellt.<sup>6</sup> In dessen Fokus rücken sowohl die Wertschöpfung und der Konsum als auch die Beschäftigung in globalem Hinblick.<sup>7</sup>

Eine richtungsweisende Position nimmt die USA, als Sportnation Nummer eins, ein. Der Grund dafür ist, dass dort derartige Studien expandieren. Dessen Forschungsinteresse umfassen diverse Sportarten, woraus sich keine explizite Positionierung des Forschungsgebietes schließen lässt. Die Studien widmen sich unter anderem der ökonomischen Untersuchung der Sportarten American Football<sup>8</sup> und Basketball<sup>9</sup>.

Auf europäischer Ebene gibt es wissenschaftliche Ausarbeitungen zu den ökonomischen Auswirkungen von Großevents, wie z.B. den Olympischen Spielen von London 2012.<sup>10</sup>

---

<sup>1</sup> Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, 2018, S.14ff

<sup>2</sup> Digel, 2018

<sup>3</sup> Deutscher Basketballbund, 2020

<sup>4</sup> Easycredit Basketball Bundesliga, 2019

<sup>5</sup> Kurscheid, 2009, S.10

<sup>6</sup> Kurscheidt, 2009, S.13 (Hrsg.) aus Gebhard, Hitzler, Pfadenhauer, 2000

<sup>7</sup> BMWi, 2012, S.1

<sup>8</sup> Maennig, 2019, S.356; Heuwinkel, 2020, S.85ff

<sup>9</sup> Brown, Rascher, Nagel & McEvoy, 2016, S.322f.; Kaplan, Ramamoorthy, Gupte, Sagar, Premkumar, Wilbur & Zilberman, 2019, S. 16ff; Dinces, 2018, S.2ff

<sup>10</sup> Deutscher Bundestag, 2014

Hierzulande richtet sich das Forschungsinteresse vorrangig auf den Profifußball. So beschäftigt sich bereits eine Vielzahl von empirischen Studien mit den regionalwirtschaftlichen Effekten von Fußballvereinen in Deutschland.<sup>11</sup> Neben den Profifußballvereinen findet sich auch eine Literaturlage zu Sportgroßveranstaltungen, wie der Fußball-Weltmeisterschaft 2006, sowie den NOK-Bewerbungen um die Olympischen Sommerspiele 2012.<sup>12</sup> Zudem erarbeitet das Bundesinstitut für Sportwissenschaften (BISp) und das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) ein Sportsatellitenkonto, welches Daten über den Sportkonsum in Deutschland vermittelt.<sup>13</sup>

Der Profibasketball in Deutschland kommt bislang nur ein niedriger Stellenwert zu. Eine einzige vergleichbare Studie widmet sich dem Basketballverein Brose Bamberg und lenkt den Blick auf drei Untersuchungsaspekte. Diese verkörpern volkswirtschaftliche, medienanalytische und meinungsbildende Effekte, welche sowohl quantitativ als auch qualitativ erforscht werden. Die Ergebnisse der benannten Studie überzeugen jedoch nicht in allen Punkten. Zum einen werden sie lediglich in Auszügen auf der vereinseigenen Homepage veröffentlicht und stammen aus dem Jahr 2016/2017. Zum anderen fokussiert die Untersuchung auf einen Traditionsverein aus einer Mittelstadt mit rund 77.500 Bewohnern (Stand 2019).<sup>14</sup> Aufgrund dieser Punkte stellt die Erforschung des Wirtschaftsfaktor Basketball in Deutschland ein Desiderat dar.

Vor diesem Hintergrund soll die vorliegende Fallstudie klären, welchen Stellenwert RASTA Vechta für die Standortkommune hat. Daraus leitet sich folgende Forschungsfrage ab: Welche angebots- und nachfrageseitigen Effekte hat der deutsche Basketballclub RASTA Vechta auf die Kleinstadt Vechta und die Region?

### **1.3. Wissenschaftlicher Beitrag und Zielsetzung**

Der wissenschaftliche Beitrag dieser empirischen Studie ergibt sich aus der Betrachtung regionalwirtschaftlicher Effekte, die ein professionell geführter Basketballverein auf seine Standortkommune in Deutschland hat. Damit soll etwas Licht in dieses von der Wissenschaft bisher kaum beachtete Dunkelfeld gebracht werden, was wiederum zur Wissensgenerierung im Forschungsfeld „Ökonomische und gesellschaftliche Bedeutung von Profi-Basketball“ beiträgt und den Basketball damit in seiner Rolle als bedeutender Wirtschaftsfaktor einer Region stärkt.

Im Fokus dieser Abhandlung steht dabei der Bundesliga-Neuling RASTA Vechta, der in der Kleinstadt Vechta mit rund 33.000 Bewohnern (Stand 2019) in der Region Oldenburger Münsterland im westlichen Niedersachsen beheimatet ist. Dabei

---

<sup>11</sup> Hamm, Jäger & Fischer, 2016, S.135ff.; BMWi, 2015, S.5ff; Sieweck, 2016, S.15ff, Digel, 2018; McKingsey & Company, Inc., 2020, S.31

<sup>12</sup> Kurscheid, 2009, S.11ff (Hrsg); vgl. auch Deutscher Bundestag, 2014

<sup>13</sup> GWS, 2016, S.4

<sup>14</sup> Bamberger Basketball GmbH, 2017

---

werden in dieser Studie nicht nur die nachfrageseitigen Effekte analysiert (Wertschöpfung, Beschäftigung, Umsatz etc.), sondern auch die angebotsseitigen Effekte, die über die Angebotsseite ausgelöst werden (Bekanntheit, Image etc.). Diese sind monetär jedoch nur schwer zu quantifizieren, weshalb sie in empirischen Studien kaum behandelt werden. Somit geht diese Studie über das Ziel vergleichbarer Studien deutlich hinaus und erzeugt dadurch einen wissenschaftlichen Mehrwert.

Die Studie verfolgt dabei drei Zielsetzungen: ein deskriptives, ein analytisches und ein pragmatisches Ziel. Das deskriptive Ziel beinhaltet zunächst die Darlegung theoretischer Überlegungen zu den nachfrage- als auch angebotsseitigen Wirkungen eines professionell betriebenen Basketballvereins auf seine Standortkommune. Vor diesem Hintergrund umfasst die analytische Zielsetzung die Ermittlung des regionalwirtschaftlichen Wertes, den RASTA Vechta für die Stadt Vechta und die Region Oldenburger Münsterland verkörpert. Das pragmatische Ziel besteht abschließend aus der Evaluation der Forschungsergebnisse und der Herleitung möglicher Transfersätze für die Standortkommune, um einen Mehrwert aus den erzielten Ergebnissen zu erzielen.

#### **1.4. Abgrenzung**

Die vorliegende Arbeit fokussiert nicht auf den gesamtwirtschaftlichen Aspekt des Sportes in Deutschland, sondern lediglich auf die (Rand-)Sportart Basketball als Wirtschaftsfaktor. Hierbei sollen primär die Bedeutung und der Stellenwert des norddeutschen Basketballvereins RASTA Vechta für die Stadt und die Region, in der der Club beheimatet ist, herausgestellt werden. Diese Aussagen sind hauptsächlich auf empirischen Befragungen (Online und Face-to-Face) zurückzuführen, sodass die Erkenntnisse dieser Arbeit kein umfassendes Bild darstellen sollen.

#### **1.5. Vorgehensweise**

Nachdem die Relevanz dieser Studie dargelegt und deren wissenschaftlicher Beitrag herausgestellt wurde, werden in Abschnitt 2 zunächst theoretische Überlegungen vorgenommen. Anschließend wird in Abschnitt 3 der Basketballclub RASTA Vechta kurz vorgestellt. Daraufhin werden in Abschnitt 4 die angewandte Methodik zur Datenerhebung und -analyse beschrieben. Die daraus gewonnenen Ergebnisse werden dann in Abschnitt 5 präsentiert und evaluiert. Abschließend erfolgt in Abschnitt 6 eine Zusammenfassung und Schlussbetrachtung der Arbeit. Dabei wird auch ein Ausblick auf die weitere Entwicklung des Wirtschaftsfaktors Basketball gegeben sowie eine kritische Würdigung vorgenommen.

## **2. Theoretische Überlegungen**

Im folgenden Abschnitt werden die theoretischen Grundlagen zu den regionalwirtschaftlichen Effekten eines Basketballvereins gelegt. Zunächst wird das forschungsleitende Modell beschrieben, anschließend wesentliche Begriffe zur Thematik erläutert.

### **2.1. Forschungsleitende Modell**

Für die vorliegende Studie wurde das aktuelle Modell von Hamm, Jäger & Fischer als theoretische Grundlage gewählt, welches sich auch in den angewendeten Datenerhebungsverfahren wiederfindet.<sup>15</sup> Hamm wie auch Hamm et al. untersuchen bereits seit mehr als 20 Jahren die regionalwirtschaftlichen (Wohlfahrts-)Effekte von Sportvereinen, wobei ihr Fokus primär auf Fußballclubs liegt.<sup>16</sup> Abweichend von anderen Studien, die sich überwiegend auf die Abschätzung regionaler Umsatz-, Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte konzentrieren – also auf die Bestimmung von Wirkungen, die über die Nachfrageseite ausgelöst werden –, bezieht das hier zugrundeliegende Modell von Hamm et al. auch die Aspekte mit ein, die in Abbildung 1 als angebotsseitig bezeichnet werden. Für sie wird in der einschlägigen Literatur häufig auch der Begriff der intangiblen, d.h. monetär nicht zu quantifizierenden, externen Effekte benutzt.<sup>17</sup> Mit dieser Erweiterung des Modells verfolgen Hamm et al. das Ziel, ein möglichst umfassendes Gesamtbild der regionalwirtschaftlichen (Wohlfahrts-)Effekte eines Fußballvereins zu zeichnen.

Von diesem forschungsleitenden Modell ausgehend werden in der vorliegenden Studie nun die nachfrage- wie auch die angebotsseitigen Effekte eines Basketballvereins analysiert.

---

<sup>15</sup> Hamm et al., 2016, S.135ff.

<sup>16</sup> Hamm, 1998, S.43ff.; Hamm, 1999, S.303ff.; Hamm et al, 2014; Hamm et al., 2016, S.135ff.

<sup>17</sup> Schwark, 2004, S.206; Breuer, Wicker & Orłowski, 2014, S.3ff.

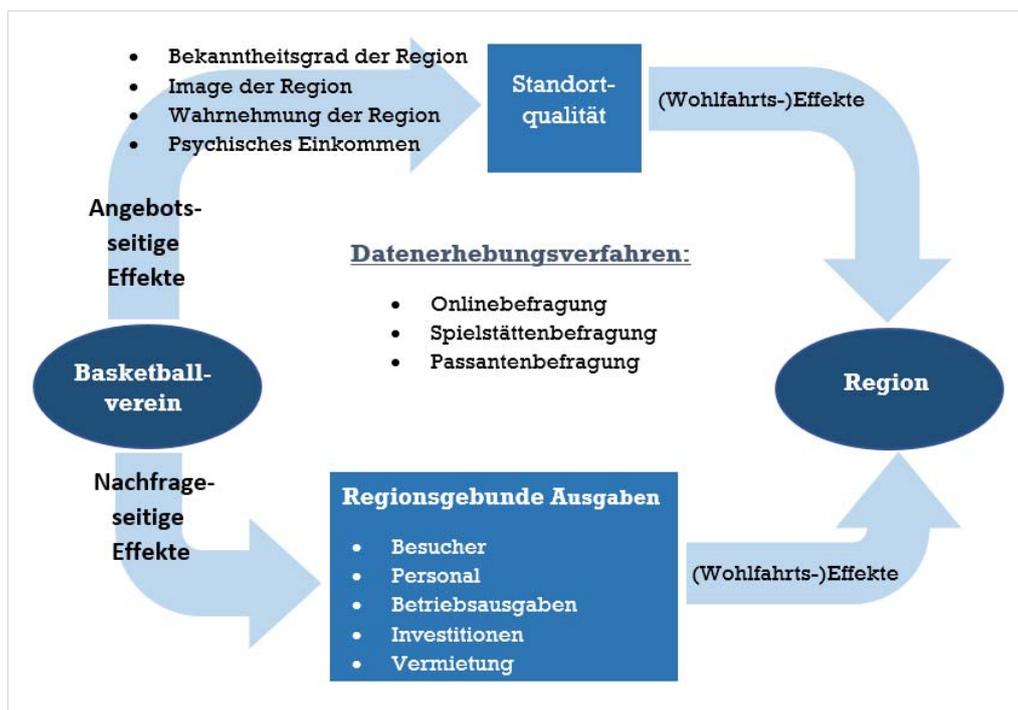


Abbildung 1: Regionalwirtschaftliche Effekte eines Basketballvereins  
(in Anlehnung an Hamm et al., 2016, S.136)

### 2.1.1.1. Nachfrageseitige Effekte

Der Aktionsradius professionell geführter Basketballclubs ist inzwischen so groß geworden, dass diese Vereine als mittelständische Wirtschaftsunternehmen betrachtet werden müssen. Die Existenz eines Basketball-Bundesligisten kann damit für eine Stadt bzw. Region auf unterschiedlichen Wegen spürbare nachfrageseitige Effekte auslösen. So benötigt ein professionell betriebener Basketballclub zur Erstellung seines Leistungsspektrums u.a. Sachkapital. Hierzu zählen Spielstätten, Trainingsanlagen oder Vereinsheime. Werden zur Erstellung oder Erhaltung der Gebäude und/oder Anlagen Unternehmen aus der Region beauftragt, ergeben sich nachfrageseitige Effekte für die Beschäftigung und somit das Einkommen deren Mitarbeiter. Vor dem Bau einer Spielstätte muss sich jeder Sportclub zudem mit der Frage des Standortes beschäftigen. Die Standortwahl bringt somit auch nachfrageseitige Auswirkungen mit sich, z.B. durch aufgenommene Bankdarlehen, beantragte Subventionen/Zuschüsse sowie eingeworbene Sponsorengelder. Ein professionell betriebener Basketballverein hat ebenso Bedarf an Mitarbeitern. Neben den Protagonisten eines Basketballvereins, den Spielern, braucht der Club auch Mitarbeiter im Management, in der Verwaltung, der Ausbildung der Spieler bzw. des Nachwuchses sowie in diversen weiteren Bereichen (z.B. Catering). Ein Basketballverein stellt in seiner Region somit Arbeitsplätze zur Verfügung und zahlt seinen Mitarbeitern ein entsprechendes Gehalt. Des Weiteren trägt ein Basketballverein Heimspiele in seiner Arena aus, zu denen häufig mehrere Tausend Fans und Gäste anreisen. Vermehrt aus der eigenen Region, aber auch Besucher aus ent-

fernten Regionen finden den Weg in die Arenen. Tätigen die Zuschauer am Vereinsstandort Ausgaben für Güter und Dienstleistungen (Speisen, Getränke, Hotelübernachtungen, Taxifahrten, etc.), so sind dies weitere nachfrageseitige Effekte, die auf den Basketballverein zurückzuführen sind. Für die Leistungserstellung fragen die Vereine wiederum Vorleistungen nach. Das Ausmaß dieser nachgefragten Vorleistungen dürfte ursprünglich eher gering gewesen sein. Es weist aber mit der Ausweitung der Aktivitätsfelder der Vereine (z.B. Gastronomieangebote, Verkauf von Fanartikeln) eine steigende Tendenz auf. Soweit ein Basketballclub die notwendigen Vorleistungen aus der Region bezieht, löst er auch hierdurch regionale Einkommens- und Beschäftigungseffekte aus.<sup>18</sup>

### **2.1.2. Angebotsseitige Effekte**

Ein professionell betriebener Basketballverein kann den Bekanntheitsgrad einer Stadt und der gesamten Region überregional steigern. Im Fall von Ligasport kann die Positionierung eines Basketballvereins sogar als Beleg für die Positionierung der Stadt angesehen werden. Spielt ein Verein in der ersten Bundesliga, so spielt auch die Stadt in der obersten Liga der deutschen Städte mit. Und durch die Teilnahme an der nationalen Basketballbundesliga (BBL) und den europäischen Pokalen ist der Verein, und somit auch der Name der Stadt, sowohl national als auch international medial präsent. Gewinnt der Club gar einen Titel oder spielt in einem Finale mit, so wird diese Medienpräsenz noch größer. Eine Steigerung des Bekanntheitsgrades der Region kann wiederum zu einem erhöhten Tourismusaufkommen führen. Dies zieht dann die Konsequenz nach sich, dass Branchen, wie z.B. die Gastronomie und der Handel davon profitieren können. Durch das Sponsoring der Unternehmen und die damit verbundene (Banden-)Werbung steigt die Bekanntheit der Sponsoren. Dies kann wiederum zu neuen Kundenaufträgen bei den Sponsoren führen, was wiederum zur Sicherung der Arbeitsplätze beiträgt. Auch für Start-Ups bzw. Unternehmensgründer kann ein erfolgreicher Basketballverein wichtig bei der Wahl des Wirtschaftsstandortes sein, was zur Folge hat, dass durch Unternehmensansiedlungen die Beschäftigung und die Wertschöpfung in der Region steigen. Auch das Image einer Stadt kann durch einen erfolgreichen Basketballverein ansteigen und ähnliche Effekte nach sich ziehen. Gerade in kleineren Städten mit einem geringen Spitzensportangebot kann ein erfolgreicher Basketballverein eine noch größere Strahlkraft erzeugen als beispielsweise in Großstädten wie Berlin, Hamburg oder München, in denen es eine Vielzahl von überregional bekannten Sportclubs gibt.<sup>19</sup>

## **2.2. Wesentliche Begriffe**

### **2.2.1. Bekanntheitsgrad**

---

<sup>18</sup> Hamm et al., 2016, S.135ff; Hamm, 1998, S.43ff.; Vöpel, Steinhardt, 2008, S.41; Siegfried, Zimbalist, 2000, S.105ff

<sup>19</sup> Hamm et al., 2016, S.135ff; Hamm, 1998, S.43ff.; Vöpel, Steinhardt, 2008, S.41; Crompton, 2004, S.43; Siegfried, Zimbalist, 2000, S.105ff

Unter Bekanntheitsgrad versteht man den prozentualen Anteil an Personen, die ein bestimmtes Objekt (Produkt, Organisation, Mensch oder eine Marke) kennen. Der Grad der Bekanntheit kann anhand von Stichproben eines zuvor definierten geografischen Bereichs ermittelt werden. Je höher der Bekanntheitsgrad, desto mehr Personen haben Kenntnis über die Existenz des Objekts. Die Bekanntheit alleine bringt jedoch noch keinen wirtschaftlichen Erfolg. Es kann aber festgehalten werden, dass Unbekanntheit den wirtschaftlichen Erfolg vermindert.<sup>20</sup>

### **2.2.2. Image**

Eine Person kann ein bestimmtes Vorstellungsbild von einem Objekt (Produkt, Organisation, Mensch oder eine Marke) haben. Diese Vorstellung wird als Image bezeichnet. Das Image ist somit ein imaginäres Bild, welches in die Wahrnehmungswelt der Person aufgenommen wird. Ein Image stellt damit den „Totaleindruck“ eines Objektes her, der durch Einstellungen der Person und/oder Erfahrungen mit dem Objekt geformt werden kann. Somit prägt das objektbezogene Empfinden die Gefühlsebene der Person und entscheidet, ob bei dem jeweiligen Objekt ein negatives oder positives Image zu Tragen kommt. Aus diesem Grund wird das Image auch als Stimmungs- oder Meinungsbild bezeichnet. Ein vorhandenes Image ist dabei sehr beständig und kann im Regelfall nur durch eine systematische und langfristig ausgelegte Imagepolitik verändert werden.<sup>21</sup>

### **2.2.3. Wertschöpfung, Beschäftigung und Umsatz**

Die betriebswirtschaftliche Wertschöpfung beschreibt den durch die Kombination der Produktionsfaktoren geschaffenen Mehrwert eines Unternehmens in einem bestimmten Zeitraum. Zu den Produktionsfaktoren zählen Betriebsmittel, Werkstoffe und die verrichtete Arbeit. Entstehen neue Arbeitsplätze als direktes Ergebnis der Tätigkeit eines Unternehmens, dann spricht man von Beschäftigungseffekte. Der Umsatz ist der Ausdruck für die Summe der an Kunden verkauften Produkte und Dienstleistungen. Er erfasst das wertmäßige, also mit Verkaufspreisen bewertete Verkaufsvolumen eines Unternehmens.<sup>22</sup>

## **3. Vorstellung RASTA Vechta**

Der Basketballclub S.C. RASTA Vechta e.V. ist ein eingetragener Verein aus der Kleinstadt Vechta, die in der Region Oldenburger Münsterland im westlichen Niedersachsen liegt. Gegründet wurde der Club 1979 von einer Gruppe Jugendlicher, die fasziniert von dem Basketballspiel waren. Heute ist der professionelle Teil des Vereins mit über 20 Teams in die RASTA Sport Marketing-GmbH ausgegliedert und wird durch den Geschäftsführer Stefan Niemeyer vertreten. Sportlich gesehen war der Club in den ersten 30 Jahren in den unteren und mittleren Ligen angesiedelt,

---

<sup>20</sup> Onpulson, 2020

<sup>21</sup> Caspers, 2019, S.22f

<sup>22</sup> Wöhe, 2020

bis 2009 der Aufstieg in die ProB und 2012 in die ProA gelang. 2013 wurde dann mit der Meisterschaft in der ProA und dem Aufstieg in die höchste Basketballliga Deutschlands (BBL) das bisher erfolgreichste Jahr in der Vereinsgeschichte. Nach dem direkten Abstieg gelang dem Club 2016 der Wiederaufstieg in die BBL. Nach einem erneuten Direktabstieg in die ProA konnte RASTA Vechta 2018 wieder in die BBL zurückkehren. Mit dem vierten Platz nach der Hauptrunde ging es in der Saison 2018/19 erstmals in die Playoffs. Im Halbfinale war gegen den späteren Meister FC Bayern München Schluss. Für RASTA Vechta bedeutete dies die erstmalige Teilnahme am Europapokal, sodass in der darauffolgenden Saison in der Basketball Champions League gespielt wurde. In der abgelaufenen Spielzeit 2019/2020 beendete RASTA Vechta die Saison beim Finalturnier auf dem 9. Tabellenplatz. Aus finanziellen Gründen verzichtet RASTA Vechta in der folgenden Saison 2020/2021 auf einen Startplatz am europäischen Wettbewerb. Ausgetragen werden die Heimspiele im RASTA Dome, der beim erstmaligen Aufstieg in die BBL (2013) auf 3.140 Plätze ausgebaut wurde.<sup>23</sup>

## 4. Methodologie

Im folgenden Abschnitt werden die Stichprobenmethode und die Datenerhebung beschrieben. Zudem wird das Befragungsinstrument dargestellt und die Datenauswertung erläutert.

### 4.1. Stichprobe und Datenerhebung

Die Stichprobenmethode wurde darauf ausgerichtet, für die Messung der regionalwirtschaftlichen Effekte von RASTA Vechta eine angemessen große und heterogene Stichprobe zu erfassen. Dabei orientierte sich das Forscherteam an dem Modell von Hamm et al.<sup>24</sup> Konkret wurde eine Stichprobe von insgesamt 1.831 Befragungsteilnehmern (mit breiter Streuung nach Alter und Geschlecht) generiert, die valide Aussagen zulässt. Mit 1.831 Befragungsteilnehmern übersteigt die Stichprobe der vorliegenden Studie sogar leicht die Stichprobe, die Hamm et al. bei ihrer Modellrechnung zugrunde gelegt haben (n=1.757).<sup>25</sup>

Um die angebots- und nachfrageseitigen Effekte von RASTA Vechta empirisch zu überprüfen, wurde im Wesentlichen das Instrument empirischer Befragungen eingesetzt. Die Datenerhebung zur Studie fand vom 18.12.2019 bis zum 15.02.2020 statt und entsprach dem Vorgehen des „Convenience Sampling“. Analog des Modells von Hamm et al. beruht sie auf eine Ad-hoc-Onlinebefragung, die um papierbasierte Spielstätten- sowie Passantenbefragungen (Face-to-Face) ergänzt wurde,

---

<sup>23</sup> RASTA, 2020

<sup>24</sup> Hamm et al., 2016, S.135ff.

<sup>25</sup> Hamm et al., 2016, S.135ff.

um die Limitationen einer reinen Onlinebefragung entgegenzuwirken (z.B. das Vorhandensein eines Internetzugangs).<sup>26</sup>

- Mit der Onlinebefragung, die auf der Plattform SurveyMonkey durchgeführt wurde, sollte eine möglichst große Stichprobe generiert werden, die auch Personen aus entfernteren Region mit einbezog. Hierzu erfolgte u.a. ein Aufruf zum Mitmachen seitens der Vereinsführung über die vereinsseitigen Kommunikationskanäle in den sozialen Medien (Instagram und Facebook). Außerdem wurden Presseartikel zur geplanten Befragung in den regionalen und überregionalen Zeitungen (Nordwest-Zeitung, Oldenburgischen Volkszeitung, etc.) veröffentlicht. Über die Onlinebefragung wurden im o.g. Zeitraum insgesamt 1.530 Befragungsteilnehmer generiert.
- Die papierbasierte Spielstättenbefragung (Face-to-Face) sollte die Onlinebefragung ergänzen und dazu dienen, stark basketballaffine Personen zu den regionalwirtschaftlichen Effekten von RASTA Vechta zu befragen. Bei dieser Befragung wurde die willkürliche Auswahl um das Selektionskriterium „Anwesenheit in der Spielstätte“ erweitert. Während dreier Heimspiele, wovon zwei Spiele im Rahmen der easycredit Bundesliga und ein Spiel im Rahmen der Basketball Champions League erfolgten, wurden im RASTA Dome insgesamt 275 Heim- und Auswärtsfans befragt.
- Durch die papierbasierte Passantenbefragung (Face-to-Face) sollte ergänzend noch ein weiterer Datenerhebungskanal geöffnet werden, um nachfrage- und angebotsseitige Effekte bei der regionalen Bevölkerung zu untersuchen. Bei dieser Befragung wurde eine willkürliche Auswahl der Passanten vorgenommen, die die Innenstadt von Vechta im o.g. Befragungszeitraum frequentiert hatten. Insgesamt wurden 26 Passanten mündlich befragt.

Die Soziodemographie der Befragungsteilnehmer wird in Tabelle 1 ersichtlich.

Variable	Kategorie	Anzahl	%
Befragungsart	Onlinebefragung	1.530	83,6
	Spielstättenbefragung	275	15,0
	Passantenbefragung	26	1,4
Alter	≤ 18 Jahre	55	3,0
	> 18 und ≤ 50 Jahre	1.305	71,3
	> 50 Jahre	471	25,7
Altersverteilung (in Jahren)	Durchschnittsalter	37	-
	jüngster Teilnehmer	10	-
	ältester Teilnehmer	85	-
Geschlecht	männlich	1.148	62,7
	weiblich	682	37,2

<sup>26</sup> 9 Interviewer führten die Befragungen unter Anleitung eines Projektverantwortlichen durch.

	divers	1	0,1
Wohnort	Stadt Vechta	647	35,3
	von außerhalb	1.184	64,7

*Tabelle 1: Soziodemografische Merkmale der Befragungsteilnehmer*

## 4.2. Fragebogen

Für die Datenerhebung wurde eigens ein Fragebogen konzipiert, der sich ausschließlich an Privatpersonen richtete. Zu Beginn wurde gefragt, in welcher Beziehung die befragte Person zum Basketballclub RASTA Vechta steht. Die dort erhobenen Daten dienen zur Einordnung der Person in die Kategorie „Fan“ bzw. „Kein Fan“. Der zweite Teilbereich des Fragebogens untersuchte die Meinung des Befragten zur regionalwirtschaftlichen Wirkung von RASTA Vechta auf die Stadt und die Region. Neben der Ermittlung der monetären Auswirkung (z.B. Konsumverhalten an den Spieltagen) wurde auch der Stellenwert des Clubs und die Auswirkung auf das Image und die Bekanntheit abgefragt. Die Effekte des Sponsorings (z.B. auf Kaufentscheidungen) wurde im dritten Fragenteil erforscht. Fragen zu den soziodemografischen Merkmalen (Alter, Geschlecht etc.) bilden den Abschluss des Fragebogens. Der Fragebogen umfasst insgesamt 26 (weitestgehend geschlossene) Fragen.

## 4.3. Datenauswertung

Die Auswertung des Datenmaterials erfolgte von März 2020 bis Juli 2020 mittels deskriptiver Statistik. Für die Analyse der nachfrage- und angebotsseitigen Effekte von RASTA Vechta wurde durchgängig das Gesamtsample (n=1.831) ausgewertet. Es wurde nicht zusätzlich noch mit einem verkleinerten Sample gearbeitet, welches z.B. nur die Teilnehmer der Passanten- oder Fanbefragung umfasst. Denn es bestand die Befürchtung, dass ein verkleinertes Sample ggf. einseitig verzerrte Ergebnisse liefern könnte. Daher blieben die Ergebnisse in den verkleinerten Samples in dieser Studie unberücksichtigt.

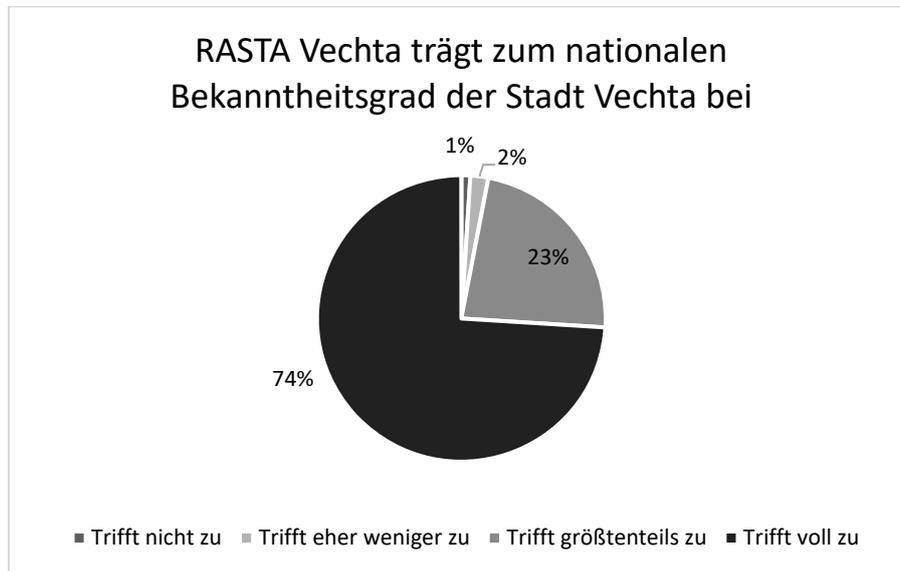
## 5. Ergebnisse

Im folgenden Abschnitt werden die Studienergebnisse im Detail präsentiert, wobei der Blick sowohl auf angebotsseitige Effekte (Bekanntheitsgrad, Image) wie auch auf nachfrageseitige Effekte (Wertschöpfung, Beschäftigung und Umsatz) gerichtet wird.

### 5.1 Bekanntheitsgrad

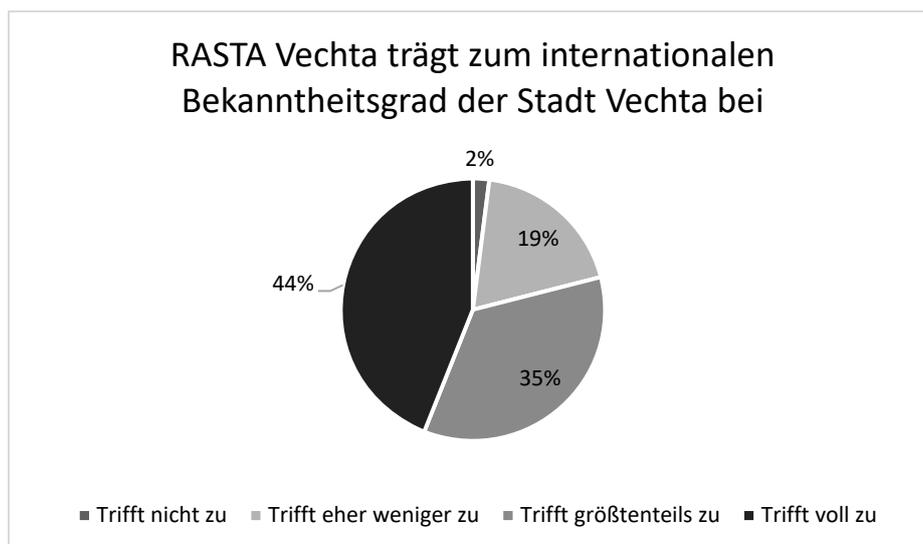
Zunächst wird dargelegt, ob bzw. in welchem Maß der Basketballverein RASTA Vechta die nationale Bekanntheit der Standortkommune Vechta erhöht. In Abbildung 2 wird ersichtlich, dass fast dreiviertel der befragten Personen (74%) der

Aussage zustimmen, dass RASTA Vechta im vollen Umfang zum nationalen Bekanntheitsgrad der Stadt Vechta beiträgt. Weitere 23% stimmen größtenteils zu. Lediglich 3 % sind der Meinung, dass der Verein nicht oder eher weniger zum nationalen Bekanntheitsgrad beiträgt.



*Abbildung 2: Nationaler Bekanntheitsgrad*

In Abbildung 3 wird der Beitrag des Vereins für den Bekanntheitsgrad im Ausland dargestellt. Der Unterschied zum nationalen Bekanntheitsgrad wird schnell deutlich. Denn weniger als die Hälfte (44%) stimmt jetzt nur noch der Aussage im vollen Umfang zu, dass RASTA Vechta zum Bekanntheitsgrad der Stadt beiträgt. Weitere 35% stimmen der Aussage größtenteils zu. Über 20% der Befragten sind jedoch der Meinung, dass der Verein nicht oder eher weniger zum internationalen Bekanntheitsgrad der Stadt Vechta beiträgt.



*Abbildung 3: Internationaler Bekanntheitsgrad*

Fragt man nach dem Stellenwert des Vereins für die Stadt Vechta, so sind 96% der Befragten der Meinung, dass RASTA Vechta mindestens einen hohen, wenn nicht sogar einen sehr hohen Stellenwert für die Stadt besitzt. Das gleiche gilt für die Frage, ob RASTA Vechta als Werbebotschafter für die Stadt agiert. 98 % sind der Meinung, dass der Verein diese Rolle übernimmt.

Kein eindeutiges Bild zeigt sich hingegen bei der Frage, wie die Befragungsteilnehmer die Rolle von RASTA Vechta als Werbebotschafter der Stadt bewerten (siehe Abbildung 4). 22% der Befragten sehen RASTA Vechta eher als „Identifikationsfigur“ der Standortkommune. 38% der Befragungsteilnehmer betiteln RASTA Vechta sogar als „Aushängeschild“. Der höchste Wert dieser Kategorie wird mit 57% der Rolle „Wiedererkennung“ zugeordnet. Mehrfachnennungen waren bei dieser Frage möglich.

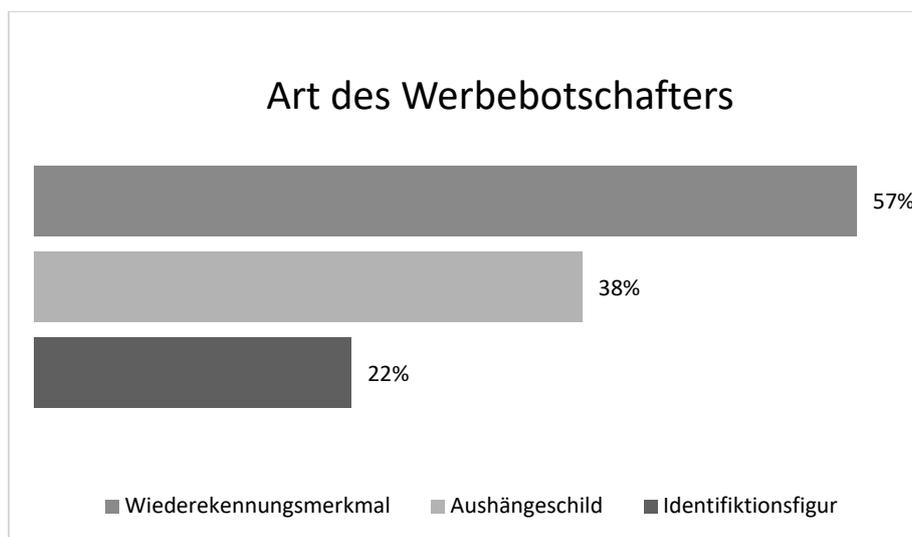
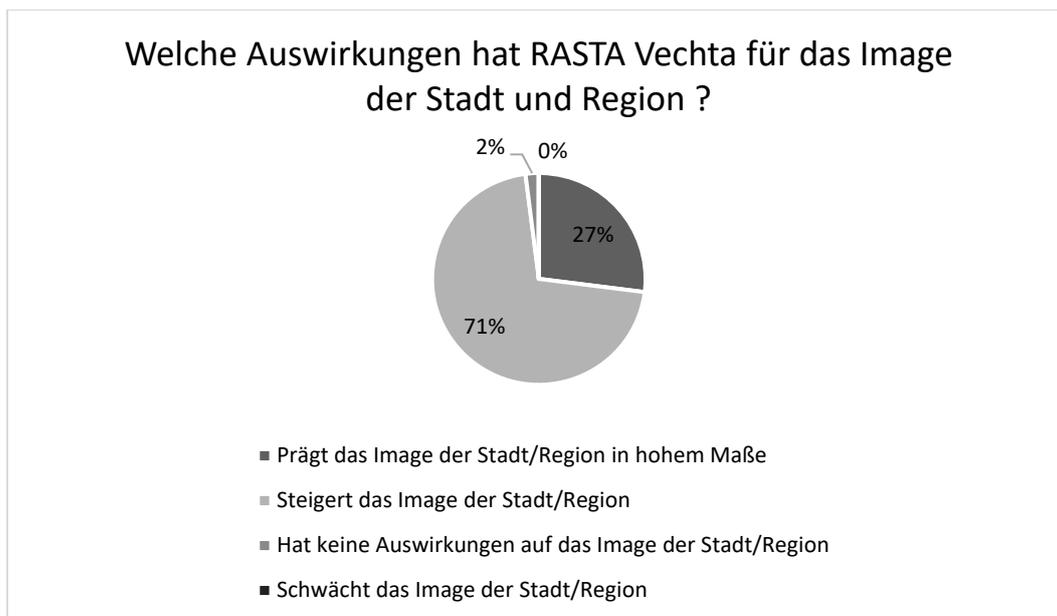


Abbildung 4: RASTA Vechta als Werbebotschafter

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass RASTA Vechta dazu beiträgt, den Bekanntheitsgrad der Standortkommune national wie auch international zu erhöhen, wenngleich der Wirkungseffekt auf die nationale Bekanntheit größer ist als auf die internationale Bekanntheit. Dabei wird die Rolle des Vereins als Werbebotschafter für die Stadt Vechta seitens der Befragten jedoch sehr differenziert gesehen.

## 5.2. Image

In dieser Studie soll auch der Frage nachgegangen werden, welche imagebildenden Effekte RASTA VECHTA auf die Stadt bzw. Region hat (siehe Abbildung 5). So sind 71% der Befragten der Meinung, dass RASTA Vechta das Image der Standortkommune steigert; weitere 27% geben an, dass der Club das Image sogar in hohem Maße prägt. Lediglich 2% der Befragten sind der Auffassung, dass RASTA VECHTA keine Auswirkung auf das Meinungsbild der Stadt und Region habe. Negative Auswirkungen werden hingegen nur von 0,27% der Befragten gesehen.



*Abbildung 5: Imageeffekt*

Um dieses Meinungsbild genauer zu erforschen wurden den Befragten 12 Attribute vorgegeben, die sie einzeln für RASTA Vechta bewertet sollten. Zur Auswahl standen den Befragten bei jedem Attribut die Antwortmöglichkeiten „Trifft nicht zu“, „Trifft eher weniger zu“, „Trifft größtenteils zu“ und „Trifft voll zu“, welche in der anschließenden Auswertung mit -2 Punkten, -1 Punkt, 1 Punkt und 2 Punkten bewertet wurden.

Bei der Betrachtung der Ergebnisse wird ersichtlich, dass laut den Befragten das Attribut „Sympathisch“ am stärksten der Wahrnehmung des Clubs entspricht (siehe Abbildung 6). 2.408 Punkte spiegeln hier den besten Wert wieder. Ebenfalls hohe Zustimmung erhalten die Attribute „Heimatverbunden“ (2.201 Punkte), „Emotional“ (2.161 Punkte) und „Bodenständig“ (2.112 Punkte). Den geringsten Zuspruch hat das Attribut „Traditionell“ mit 918 Punkten erhalten. Auch die Attribute „Innovativ“ (1.185 Punkte) und „Sozial engagiert“ (1.619 Punkte) entsprechen laut den Befragten weniger dem Gesamteindruck des Clubs.

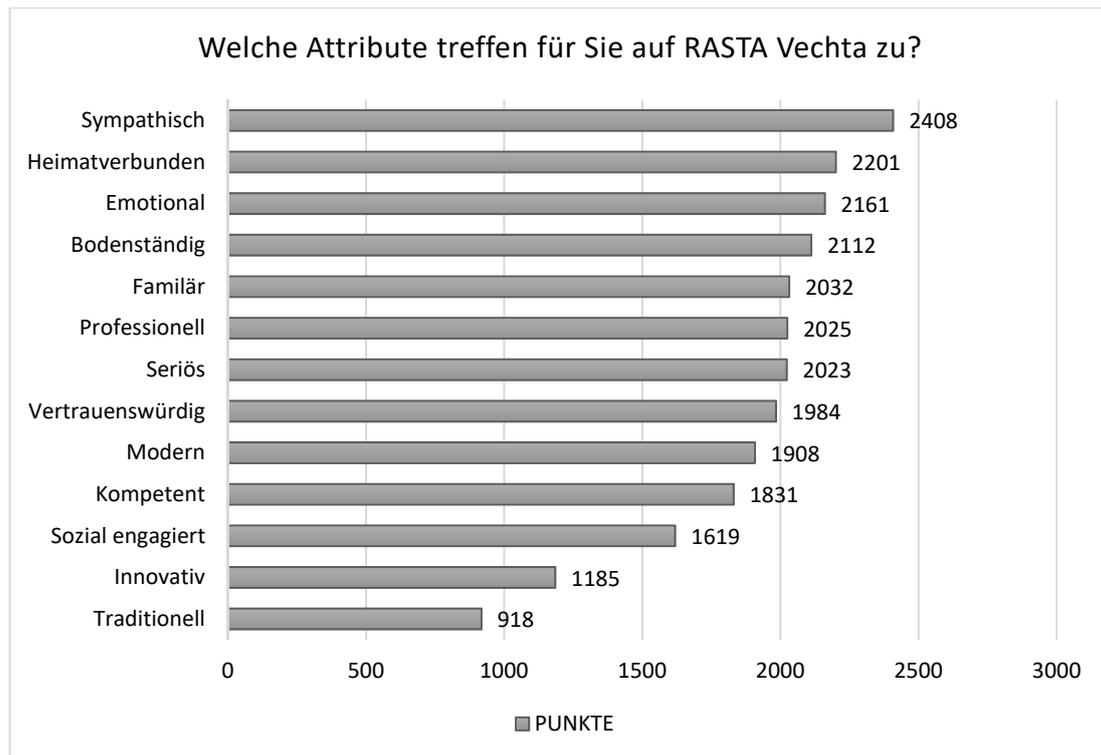


Abbildung 6: Verknüpfte Attribute

Insgesamt ist das Meinungsbild über RASTA Vechta jedoch sehr positiv. Kein Attribut weist negative Werte und somit eine gemeinschaftliche Aberkennung der positiven Deutung auf. Lediglich die Attribute „Traditionell“ und „Innovativ“ weisen Werte auf, die im Durchschnitt unter der Wertung der Antwortmöglichkeit „Trifft größtenteils zu“ liegt. Der Club vermittelt daher in Summe ein positives Bild über die Stadt Vechta und die Region Oldenburger Münsterland.

### 5.3. Wertschöpfung, Beschäftigung und Umsatz

Bei der Betrachtung der ökonomischen Bedeutung von RASTA Vechta für die Stadt Vechta und die Region Oldenburger Münsterland lässt sich die wirtschaftliche Wertschöpfung auf nachfrageseitige Effekte zurückführen. Hierbei werden regionalgebundene Ausgaben des Clubs für Investitionen, Personal und Betriebsausgaben betrachtet. Zudem wird der Blick auf die Ausgaben der Besucher gerichtet.

Mit dem Bau des RASTA Domes im Jahr 2011 und den Erweiterungen in 2013 und 2015 wurden Investitionen in Höhe von 4,9 Mio. Euro getätigt. Sowohl beim Bau und bei den Erweiterungen wurden vermehrt regional ansässige Unternehmen beauftragt, um die regionale Wirtschaft zu stärken.

RASTA Vechta beschäftigt in der Saison 2019/2020 16 Vollzeit-Mitarbeiter und 4 Teilzeit-Angestellte. Während eines Heimspiels im RASTA Dome sind außerdem im Durchschnitt 80 Mitarbeiter von Dienstleistungsunternehmen im Einsatz. Diese sind im Bereich Catering, Sicherheit und Presse tätig. Hinzu kommen 25 (Teil-)Ehrenamtliche Helfer, die dem Club bei verschiedenen Tätigkeiten unterstützen. Zu den

gesamten Personalausgaben können aufgrund der vielen externen Dienstleister keine exakten Angaben gemacht werden. Wird jedoch mit einem durchschnittlichen Bruttoverdienst von vollzeitbeschäftigten Arbeitnehmern in Niedersachsen von 50.000 € pro Jahr gerechnet<sup>27</sup>, so belaufen sich die jährlichen Gesamtausgaben für das eingesetzte Personal auf 2,9 Mio. Euro.<sup>28</sup>

Nach Angaben des Vereins hat RASTA Vechta eine Zuschauerauslastung in der Basketball-Bundesliga von 100%. Bei einer Kapazität von 3.140 Zuschauer und 17 BBL-Heimspielen besuchen pro Saison über 53.000 Personen den RASTA Dome. Hierdurch werden Einnahmen durch Ticketverkäufe in Höhe von ca. 1 Mio. Euro generiert (2019/2020). Hinzu kommen noch Besucher bei Playoffs-Spielen sowie beim internationalen Wettbewerb. Diese Zuschauerzahlen hängen jedoch sehr stark vom sportlichen Erfolg des Clubs ab und können jährlich stark schwanken. Des Weiteren tätigen Besucher Ausgaben in der Gastronomie (in der Arena/in der Stadt), Einkäufe im Einzelhandel (vor/nach den Spielen), Reisekosten (für die An-/Abreise) oder Übernachtungen. Konkrete Werte wurden mithilfe der Befragungen ermittelt. Den Antworten zufolge geben die Besucher im Schnitt 29,36 € im Zusammenhang mit einem Spielstättenbesuch aus (exklusive der Kosten für die Eintrittskarte). Der Großteil der Ausgaben ist mit rund 13,33 € (ca. 45%) auf die Gastronomie in der Arena zurückzuführen, gefolgt von 7,28 € (ca. 25%) für die Gastronomie in der Stadt. Die Ausgaben für die An- und Abreise belaufen sich auf durchschnittlich rund 4,09 € (ca. 14%) pro Besucher. Dieser geringe Betrag lässt darauf schließen, dass der Großteil der Besucher aus der Region Vechta kommt und nur eine kurze Anreise hat. Zusätzlich geben die Befragten an, 3,49 € (ca. 12%) im regionalen Einzelhandel zu tätigen. Lediglich 1,17 € (ca. 4%) ist durchschnittlich auf Übernachtungen zurückzuführen. Auch hier lässt sich ein hoher Anteil an regionalen Besuchern vermuten. Somit belaufen sich die Gesamtausgaben an einen Spieltag bei einer Vollausslastung mit 3.140 Zuschauer auf etwas über 92.000 €. Bei 17 Heimspielen pro Saison werden dementsprechend Einnahmen von über 1,5 Mio. € generiert.

Die wirtschaftliche Bedeutung von RASTA Vechta ist den Zahlen zufolge somit recht hoch und spiegelt einmal mehr den großen Mehrwert des Vereins für die Stadt Vechta und die Region wider.

## **6. Zusammenfassung und Schlussbetrachtung**

Im letzten Abschnitt wird die Aussagekraft dieser Studie anhand der Repräsentativität der Ergebnisse sowie der drei Gütekriterien Objektivität, Reliabilität und Validität geprüft. Abschließend erfolgt eine Schlussbetrachtung samt kritischer Würdigung.

---

<sup>27</sup> Statista, 2019

<sup>28</sup> 16 VZ-Mitarbeiter von RASTA Vechta á 50.000 € + 4 TZ-Mitarbeiter von RASTA Vechta á 25.000 € + 80 Mitarbeiter von Dienstleistungsunternehmen á 25.000 € (diese werden hinsichtlich ihres Bruttoverdienstes den TZ-Mitarbeiter von RASTA Vechta gleichgestellt)

## 6.1. Repräsentativität und Gütekriterien

Es ist nicht 100-prozentig auszuschließen, dass die verwendete Stichprobenmethode zu einer nicht repräsentativen Stichprobe geführt hat. Verzerrungen könnten z.B. durch das „Convenience Sampling“ (Auswahl aufs Geratewohl) entstanden sein. Bei diesem Verfahren lässt sich die Wahrscheinlichkeit, mit der eine bestimmte Person in die Stichprobe gelangt, nicht angeben. Die willkürliche Stichprobe ist daher nicht geeignet, inferenzstatistische Aussagen abzuleiten. So kann es z.B. bei Online-Befragungen zu einer Überrepräsentation von Teilnehmern kommen, die Internet nutzen und die Befragungsseite ansteuern. Und bei Spielstätten- bzw. Passantenbefragungen kann es zu einer Überrepräsentation von Teilnehmern kommen, die sich zum Befragungszeitpunkt am Befragungsort aufhalten. Mit einem Mix an unterschiedlichen Befragungsformen (Online wie auch Face-to-Face) sowie dem großen Stichprobenumfang (n=1.831 Befragungsteilnehmer) wurde seitens des Forschungsteams jedoch versucht, dass die Grundgesamtheit in all ihren Merkmalsausprägungen Einzug in die Stichprobe hält. So wurden Personen aller Geschlechter, in unterschiedlichen Altersklassen, an verschiedenen Orten und auf unterschiedlicher Weise befragt.

Die Gütekriterien Reliabilität, Validität und Objektivität können – mit geringen Einschränkungen – als erfüllt angesehen werden. So hat die Studie tatsächlich das gemessen, was sie messen sollte und somit glaubwürdige Ergebnisse geliefert. Zudem wurden die Daten so erhoben und analysiert, dass konsistente Ergebnisse erzielt wurden. Schließlich haben die Forschenden selbst keinen Einfluss auf den Forschungsprozess ausgeübt. Zur Erfüllung der drei Gütekriterien wurde u.a. vor der Hauptbefragung ein Pretest durchgeführt, die Daten wurden mit einem einheitlichen Fragebogen erhoben und die Ergebnisse wurden transparent analysiert.

Die Einschränkungen beinhalten u.a. eine persönliche Komponente (z.B. unterschiedliche Kompetenzen der Interviewer oder Fehlinterpretation der Aussagen), eine situative Komponente (z.B. Ablenkung der Befragungsteilnehmer durch das Spielgeschehen) sowie eine zeitliche Komponente (z.B. begrenzter Betrachtungszeitraum). Trotz der marginalen Einschränkungen lassen sich wissenschaftlich belastbare Aussagen zur forschungsleitenden Frage treffen.

## 6.2. Schlussbetrachtung und kritische Würdigung

Diese Abhandlung hat gezeigt, dass das Thema „Wirtschaftsfaktor Basketball in Deutschland“ von der Wissenschaft bisher kaum beachtet worden ist. Dies wird insbesondere durch den aktuellen Stand der Forschung, der innerhalb dieser Abhandlung präsentiert wurde (Abschnitt 1.2), deutlich. Im Fokus der vorliegenden Studie stand daher das Anliegen, etwas Licht in dieses von der Wissenschaft bisher vernachlässigte Dunkelfeld zu bringen. Die forschungsleitende Frage lautete: Welche angebots- und nachfrageseitigen Effekte hat der Basketballclub RASTA Vechta auf die Kleinstadt Vechta und die Region? Die Studie verfolgte dabei drei Zielsetzungen: ein deskriptives, ein analytisches und ein pragmatisches Ziel.

Ersteres Ziel beinhaltete die Darlegung theoretischer Überlegungen zu den nachfrage- als auch angebotsseitigen Wirkungen eines professionell betriebenen Basketballvereins auf seine Standortkommune. Vor diesem Hintergrund umfasste die analytische Zielsetzung die Ermittlung des regionalwirtschaftlichen Wertes, den der hier betrachtete Verein RASTA Vechta für die Stadt sowie die Region verkörpert.

Die beiden ersten Ziele konnten durch eine Literaturrecherche sowie durch neu gewonnene Erkenntnisse aufgrund empirischer Datenerhebungen (Online-, Spielstätten- und Passantenbefragungen) erreicht werden. Dabei konnten diverse regionalwirtschaftliche Effekte des Basketball-Clubs RASTA Vecha für die Standortkommune herausgearbeitet und mittels belastbarer Ergebnisse nachgewiesen werden. So liegt der wirtschaftliche Effekt von RASTA Vechta pro Saison bei ca. 2,5 Mio. € und impliziert dabei rund 100 Voll-/Teilzeitarbeitskräfte. Zudem trägt RASTA Vechta dazu bei, das Image und den Bekanntheitsgrad der Standortkommune national wie auch international zu erhöhen.

Abschließend bestand das pragmatische Ziel aus der Evaluation der Forschungsergebnisse und der Herleitung von möglichen Ansätzen für die Standortkommune, um einen Mehrwert aus den erzielten Ergebnissen zu erzielen. Auch dieses Ziel konnte erreicht werden – wenngleich mit geringen Einschränkungen. So lassen sich nach kritischer Prüfung der Ergebnisse (hinsichtlich Repräsentativität und Gütekriterien) durchaus belastbare Aussagen zur forschungsleitenden Frage treffen. Die Studienergebnisse lassen u.a. den Schluss zu, dass RASTA Vechta sich zu einem bedeutsamen Imageträger der Stadt und der Region entwickelt hat. Untermuert wird dieses Ergebnis z.B. durch eine Maßnahme des damaligen Oberbürgermeisters Helmut Gels. Dieser hat im Jahr 2019 im Bereich der Rasta-Halle ein großes Ortsschild aufstellen lassen mit der Aufschrift „Vechta Basketballstadt“. Bei Deutschlandfunk Kultur wird Gels wie folgt zitiert: „Sie können hingehen, wo Sie wollen: das Thema Basketball ist ständig präsent“.<sup>29</sup> Und sollten sich die positiv konnotierten Attribute des Vereins (sympathisch, heimatverbunden etc.) auf die Standortkommune übertragen lassen, könnte Vechta als „Marke“ künftig noch stärker emotionalisiert werden.

Einschränkend muss jedoch betont werden, dass aufgrund des forschungspraktischen Vorgehens und des Studiendesigns kein umfassendes Bild zu den regionalwirtschaftlichen Effekten des Basketballclubs RASTA Vechta ermittelt werden konnte. So basieren die Ergebnisse primär auf quantitativen Daten aus empirischen Befragungen, womit der im angloamerikanischen Diskurs erhobenen Forderung nach „Methodenpluralismus“ bzw. dem Mixed-Methods-Ansatz nicht entsprochen wird. Die Kombination qualitativer und quantitativer Verfahren ist somit weiteren Untersuchungen im Forschungsfeld „Wirtschaftsfaktor Basketball in Deutschland“ vorbehalten. Zudem lassen sich – bedingt durch das verwendete Stichprobenver-

---

<sup>29</sup> Schindler, 2019

fahren – keine inferenzstatistischen (verallgemeinernd schätzende) Aussagen ableiten. Mögliche Probleme können ggf. durch Verzerrungen in Richtung des Auswahlmechanismus und der Selbstselektion auftreten. Schließlich wäre auch ein kritischer Abgleich mit vergleichbaren Studien erkenntnissteigernd gewesen. Wenngleich sich bereits eine Vielzahl von Studien mit den regionalwirtschaftlichen Effekten von deutschen Fußballvereinen beschäftigt haben, so existiert jedoch nur eine einzige Fallstudie für den Profi-Basketball in Deutschland. Diese Fallstudie ist aber nur in Auszügen veröffentlicht und fokussiert zudem auf einen Traditionsverein aus einer Mittelstadt. Unter diesen Umständen ist eine Gegenüberstellung der jeweiligen Forschungsergebnisse – im Sinne von Referenzwerten – kaum möglich.

**Zu den Autoren**

**Prof. Dr. rer. pol. habil. Norbert Meiners** ist Professor für Betriebswirtschaftslehre an der PHWT in Vechta. Seine Spezialgebiete sind Marketing, Innovationsmanagement und Entrepreneurship. Zudem ist er u.a. Visiting Research Fellow an mehreren führenden Universitäten (z.B. Stanford und Oxford), Fulbright-Fellow sowie RSA Fellow (Royal Society of Arts).

Kontakt:

PHWT – Private Hochschule für Wirtschaft und Technik  
Rombergstraße 40  
49377 Vechta  
Deutschland  
E-Mail: [meiners@phwt.de](mailto:meiners@phwt.de)



**Hannah Freese** ist B.A. Candidate (6. Semester) am Fachbereich Betriebswirtschaft der PHWT in Vechta.

Kontakt:

PHWT – Private Hochschule für Wirtschaft und Technik  
Rombergstraße 40  
49377 Vechta  
Deutschland  
E-Mail: [h.freese@stud.phwt.de](mailto:h.freese@stud.phwt.de)



**Milena Brandt** ist B.A. Candidate (6. Semester) am Fachbereich Betriebswirtschaft der PHWT in Vechta.

Kontakt:

PHWT – Private Hochschule für Wirtschaft und Technik  
Rombergstraße 40  
49377 Vechta  
Deutschland  
E-Mail: [m.brandt@stud.phwt.de](mailto:m.brandt@stud.phwt.de)

## Literatur

an der Heiden, I., Meyrahn, F., Repenning, S., Ahlert, G. & Preuß, H. (2015). Wirtschaftsfaktor Fußball. Aktuelle Daten zur Sportwirtschaft. (Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, Hrsg.) Verfügbar unter [https://www.bisp.de/SharedDocs/Downloads/Publikationen/Publikationssuche\\_SK/Wirtschaftsfaktor\\_Fussball.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=7](https://www.bisp.de/SharedDocs/Downloads/Publikationen/Publikationssuche_SK/Wirtschaftsfaktor_Fussball.pdf?__blob=publicationFile&v=7) [27.10.2020]

Bamberger Basketball GmbH (2017). News. Verfügbar unter <https://www.brosebamberg.de/saison/news/nachricht/artikel/wertschoepfung-von-20-millionen-euro-pro-saison-brose-bamberg-ist-weitaus-mehr-als-nur-ein-standort/> [27.10.2020]

Behrenbeck, K., Tacke, T., Schreiber, N., Schlappa, M., Krüger, H., Frevel, N., & Beiderbeck, D. (2020). Unternehmen Bundesliga. Die ökonomische Bedeutung des Profifußballs in Deutschland. (I. McKinsey & Company, Hrsg.) Verfügbar unter [https://media.dfl.de/sites/2/2020/09/2020\\_Bundesliga\\_Studie\\_Deutsch.pdf](https://media.dfl.de/sites/2/2020/09/2020_Bundesliga_Studie_Deutsch.pdf) [27.10.2020]

BMWi. Wirtschaftsfaktor Sport (2012). Die wirtschaftliche Bedeutung des Sports in Deutschland. Verfügbar unter [https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Downloads/Monatsbericht/02-2012-I-4.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=3](https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Downloads/Monatsbericht/02-2012-I-4.pdf?__blob=publicationFile&v=3) [29.01.2021]

Breuer, C., Wicker, P. & Johannes Orlowski, J. (2014). Zum Wert des Sports: Eine ökonomische Betrachtung. Wiesbaden: Springer.

Brown, M. T., Rascher, D. A., Nagel, M. S. & McEvoy, C. D. (2016). Financial Management in the sport industry. New York: Routledge Taylor & Francis Group.

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie. (2018). Die ökonomische Bedeutung des Sports in Deutschland - Sportsatellitenkonto (SSK) 2015. Verfügbar unter [https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Wirtschaft/sportwirtschaft-fakten-und-zahlen.pdf%3F\\_\\_blob%3DpublicationFile%26v%3D12](https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Wirtschaft/sportwirtschaft-fakten-und-zahlen.pdf%3F__blob%3DpublicationFile%26v%3D12) [27.10.2020]

Caspers, J. (2019). Vorstandsvorsitzende aus der Sicht ihrer Stakeholder. Wiesbaden: Springer.

Crompton, J. (2004). Beyond Economic Impact: An Alternative Rationale for the Public Subsidy of Major League Sports Facilities. In Journal of Sport Management. 18. S.40-58.

Deutscher Basketball Bund. (2020). Über uns: Der Deutsche Basketball Bund. Verfügbar unter: <https://www.basketball-bund.de/dbb/ueber-uns> [27.07.2020]

---

Deutscher Bundestag. (2014). Sportliche Großveranstaltungen als Wirtschaftsfaktor. Zur Wirtschaftlichen Bedeutung der Olympischen Sommerspiele 2012. Verfügbar unter <https://www.bundestag.de/resource/blob/410208/65fa321d2ffcb5278cf493c47da4ab0d/WD-10-051-14-pdf-data.pdf> [29.01.2021]

Digel, H. (2018). Wirtschaftsfaktor Sport. Verfügbar unter [http://sportquergedacht.de/wiss\\_beitrag/wirtschaftsfaktor-sport/](http://sportquergedacht.de/wiss_beitrag/wirtschaftsfaktor-sport/)[27.07.2020]

Dinces, S. (2018). Bulls Markets: Chicago's Basketball Business and the New Inequality. Chicago: The University of Chicago Press.

easyCredit Basketball Bundesliga. (kein Datum). Gesamttabelle Saison 2018/2019. Verfügbar unter [easyCredit BBL: https://www.easycrredit-bbl.de/de/saison/tabelle/gesamt/](https://www.easycrredit-bbl.de/de/saison/tabelle/gesamt/)[27.07.2020]

Gebhardt, W., Hitzler, R. & Pfadenhauer, M. (2000). Events: Soziologie des Außergewöhnlichen. Wiesbaden: Springer.

GWS Gesellschaft für Wirtschaftliche Strukturforchung mbH (2016). Die ökonomische Bedeutung des Sports in Deutschland – Sportsatellitenkonto (SSK) 2016. Verfügbar unter [https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Wirtschaft/sportsatellitenkonto-2016.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=8](https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Wirtschaft/sportsatellitenkonto-2016.pdf?__blob=publicationFile&v=8) [29.01.2021]

Hamm, R. (1998). Regionalwirtschaftliche Effekte eines Fußballbundesligisten. Theoretische Überlegungen und einige empirische Ergebnisse. In *Raumforschung und Raumordnung*. 56. S.43-48.

Hamm, R. (1999). Regionalwirtschaftliche Effekte von Events und Probleme bei ihrer Quantifizierung – Überlegungen am Beispiel eines Fußball-Bundesligavereins. In *Tourismus Journal*. 3. S.303-324.

Hamm, R., Jäger, A. & Fischer, C. (2014). Regionalwirtschaftlichen Effekte eines Fußball-Bundesliga-Vereins – Dargestellt am Beispiel des Borussia VfL 1900 Mönchengladbach. In *Mönchengladbacher Schriften zur wirtschaftswissenschaftlichen Praxis*. Band 27.

Hamm, R., Jäger, A. & Fischer, C. (2016). Fußball und Regionalentwicklung. Eine Analyse der regionalwirtschaftlichen Effekte eines Fußball-Bundesliga-Vereins – dargestellt am Beispiel des Borussia VfL 1900 Mönchengladbach. In *Raumforschung und Raumordnung*. 74. S.135-150.

Heuwinkel, K. (2020). Sporttourismus - Tourismus der körperlichen Bewegung . In D. Pietzcker, & C. Vaih-Baur (Hrsg.). *Ökonomische und soziologische Tourismustrends* (S.85-103). Berlin: Springer Gabler.

- Kaplan, S., Ramamoorthy, V., Gupte, C., Sagar, A., Premkumar, D., Wilbur, J., & Zilberman, D. (2019). The Economic Impact of NBA Superstars: Evidence from Missed Games using Ticket Microdata from a Secondary Marketplace. Verfügbar unter: [http://www.sloansportsconference.com/wp-content/uploads/2019/04/KaplanEtAl\\_13389\\_FullPaperSubmission\\_RevisedEquations.pdf](http://www.sloansportsconference.com/wp-content/uploads/2019/04/KaplanEtAl_13389_FullPaperSubmission_RevisedEquations.pdf) [30.09.2020]
- Kurscheid, M. (2009). Ökonomische Analyse von Sportgroßveranstaltungen: Ein integrierter Evaluierungs- und Management-Ansatz am Beispiel von Fußball-Weltmeisterschaften. Verfügbar unter: <https://digital.ub.uni-paderborn.de/ubpb/urn/urn:nbn:de:hbz:466-20091218020> [29.01.2021]
- Maennig, W. (2019). Major Events: Economic Impact. The SAGE Handbook of Sports Economics. London: SAGE references.
- Onpulson. (2020). Bekanntheitsgrad. Verfügbar unter <https://www.onpulson.de/lexikon/bekanntheitsgrad/> [30.09.2020]
- RASTA Vechta. (kein Datum). Ein Kultklub mit fantastischen Fans. Verfügbar unter <https://www.rasta-vechta.de/verein/geschichte/>[05. 07 2020]
- Rudnicka, J. (2019). Statista. Verfügbar unter <https://de.statista.com/themen/293/durchschnittseinkommen/>[05.07 2020]
- Schinder, H. (2019). Rasta Vechta mischt die Basketball-Bundesliga auf. Verfügbar unter [https://www.deutschlandfunkkultur.de/aufsteiger-aus-dem-oldenburger-muensterland-rasta-vechta.966.de.html?dram:article\\_id=447926](https://www.deutschlandfunkkultur.de/aufsteiger-aus-dem-oldenburger-muensterland-rasta-vechta.966.de.html?dram:article_id=447926) [30.09.2020]
- Schwark, J. (2004). Regionale Wertschöpfung von Sport(groß)veranstaltungen. In Krüger, A. & Dreyer, A. (Hrsg.). Sportmanagement: Eine themenbezogene Einführung (S.193-210). München, Wien: Oldenbourg.
- Siegfried, J. & Zimbalist, A. (2000). The Economics of Sports Facilities and Their Communities. In Journal of Economic Perspectives. 14(3). S.95-114.
- Sieweck, J. (2016). Wirtschaftsfaktor Fußball: Der Milliarden-Markt rund um den Fußball. Norderstedt: Books on Demand.
- Vöpel, H. & Max, S. (2008). Hamburgs Welt Wirtschafts Institut. Verfügbar unter [https://www.hwwi.org/fileadmin/hwwi/Publikationen/Partnerpublikationen/HSH/Fussballstudie\\_14\\_B.pdf](https://www.hwwi.org/fileadmin/hwwi/Publikationen/Partnerpublikationen/HSH/Fussballstudie_14_B.pdf) [05. 07 2020]
- Wöhe, G. & Döring, U. (2020). Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. München: Vahlen.

**Bernd Frick, David Meinus & Paul Schumacher**

# **Die Auswirkungen von COVID-19 auf die Transferaktivitäten der Fußballvereine der fünf europäischen Top-Ligen im Sommer 2020**

## **Abstract**

Die Studie analysiert das Transferverhalten der Vereine der englischen Premier League, der spanischen Primera División, der deutschen Bundesliga, der italienischen Serie A und der französischen Ligue 1 im Transferfenster des Sommers 2020. Die seit Beginn der COVID-19 Pandemie rückläufigen Umsätze der Clubs haben bereits kurzfristig einen erheblichen Einfluss auf deren Transferaktivitäten. Im Vergleich mit dem Transferfenster im Sommer 2017 waren die Transfereinnahmen wie die -ausgaben im Sommer 2020 um jeweils 13 Mio. € je Club niedriger. Abgesehen von statistisch signifikanten Unterschieden in den Einnahmen und Ausgaben der Vereine in den fünf Ligen beeinflussen auch die Teilnahme an der Champions bzw. Europa League und die Vorjahresplatzierung die Transfermarktaktivitäten der Vereine.

**Schlüsselwörter:** Fußball, Transfermarkt, COVID-19, Premier League, Serie A, Bundesliga, Ligue 1, Primera División

## 1. Einleitung

Vor dem Hintergrund der voranschreitenden Ausbreitung des Coronavirus SARS-CoV-2 in Europa verkündete der damalige italienische Ministerpräsident Giuseppe Conte am 9. März 2020 eine Unterbrechung des Spielbetriebs der Serie A. Diese war damit die Erste der europäischen Top-5 Fußballligen<sup>1</sup>, die ihren Spielbetrieb einstellte, nachdem zuvor bereits mehrere Spiele in Italien vor leeren Rängen stattgefunden hatten (Milutinovic, 2020). Es folgten am 12. März die Primera División, am 13. März die Premier League, die Bundesliga und die Ligue 1 (Bond/Parnell/Widdop/Wilson, 2020). Weitere umsatzschwächere europäischen Ligen stellten ihren Spielbetrieb ebenfalls ein. Mit Ausnahme der Spiele des belarussischen Verbandes wurden auf europäischer Ebene bis zur Wiederaufnahme des Spielbetriebes der Bundesliga am 16. Mai 2020 keine Fußballbegegnungen auf professionellem Niveau ausgetragen.

Während die Vereine der Bundesliga und später auch die Vereine der Primera División (Wiederbeginn des Spielbetriebes am 11. Juni), der Premier League (am 17. Juni) und der Serie A (am 20. Juni) nach den Unterbrechungen die Saison 2019/20 beenden konnten, wenn auch in leeren Stadien, wurde die Ligue 1 nach ihrem Abbruch und nach nur 28 ausgetragenen Spieltagen für beendet erklärt.<sup>2</sup>

Die Zwangsunterbrechungen bzw. der komplette Abbruch in Frankreich hatten drastische finanzielle Konsequenzen. In Frankreich werden die Einnahmeverluste der Profivereine der ersten französischen Spielklasse auf 605 Mio. EUR geschätzt (Ernst&Young/Première Ligue, 2020).<sup>3</sup> Daneben sind auch die anderen vier europäischen Top-Ligen von erheblichen finanziellen Einbußen geplagt. Wichtige Einnahmequellen wie etwa die Ticketverkäufe und sonstige Spieltagerlöse entfielen. Zusätzlich entstanden Streitigkeiten um Spieler- und Fernseherübertragungsverträge.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Als Top-5 oder Big Five gelten die höchsten Spielklassen der fünf besten Verbände in der Fünfjahreswertung der Union of European Football Associations (UEFA, 2020): die Primera División (Spanien), Premier League (England), Bundesliga (Deutschland), Serie A (Italien) und Ligue 1 (Frankreich).

<sup>2</sup> Die Bundesliga nahm den Spielbetrieb am 16. Mai wieder auf, die Primera División am 11. Juni, die Premier League am 17. Juni und die Serie A am 20. Juni.

<sup>3</sup> Da für die erste englische, italienische, spanische und deutsche Spielklasse lange unklar war, wie die restliche Saison ausgespielt werden soll, liegen uns zum Zeitpunkt der Veröffentlichung nur Prognosen für die Verluste der Ligen vor (KPMG Football Benchmark, 2020a).

<sup>4</sup> In vielen professionellen Ligen in Europa wurde Kurzarbeit der Spieler in Erwägung gezogen, um Personalkosten einzusparen (Steinmann, 2020). In Frankreich verweigerte die spanische Firma *Mediapro*, welche die Übertragungsrechte der Ligue 1 erworben hatte, die vertraglich vereinbarten Zahlungen aufgrund der frühzeitig beendeten Saison 2019/20 (Altwegg, 2020).

Das vorliegende Papier beschäftigt sich mit der Frage, welchen Einfluss die COVID-19-Pandemie und die damit einhergehenden geringeren Einnahmen der Vereine auf das Transferverhalten der Vereine im Transferfenster des Sommers 2020 hatten.

Bislang liegen erst wenige wirtschaftswissenschaftliche Arbeiten und statistisch-analytische Untersuchungen zum Einfluss der COVID-19-Pandemie auf den Transfermarkt vor. Während die wirtschaftliche Situation der Vereine in Europa nach den Spielunterbrechungen von Cockayne, Bond, Parnell und Widdop (2020) und von Daumann, Drewes und Follert (2020) diskutiert wurde, haben Besson, Poli und Ravenel (2020) und Agini (2020) deskriptive Analysen zum Transferverhalten vorgelegt. Frick, Lang, Maguire und Quansah (2020) ist die einzige uns bekannte Studie, die die Entwicklung der Transfers und Spielergehälter für die englische Premier League ökonomisch analysiert und im Rahmen von drei realistischen Szenarien die kurzfristige Entwicklung der wirtschaftlichen Situation der englischen Klubs prognostiziert.

Die Studie analysiert die Entwicklung der Transferaktivitäten der Vereine in den fünf größten europäischen Fußballligen in den Sommertransferfenstern 2017 bis 2020.

Das Papier ist wie folgt gegliedert: Zunächst wird auf die Spezifika des Transferegeschehens im Fußball eingegangen. Danach werden die Methodik und die Ergebnisse der ökonomischen Analyse des Transfermarktes dargestellt und mögliche Limitationen der Analyse diskutiert. Letztlich folgt ein Ausblick, um zukünftige Entwicklungen sowie das Ausmaß der Pandemie auf die wirtschaftliche Verfassung der Profi-Vereine in Europa zu veranschaulichen.

## **2. Der Transfermarkt im Sommer 2020**

### **2.1 Theoretische Betrachtung des Transferverhaltens und der Marktwertberechnung**

Die seit Jahren steigenden Ablösesummen für gekaufte bzw. geliehene Spieler sind ein Merkmal der zunehmenden Ökonomisierung des Profi-Fußballs (Chamberlain/Gardette, 2019). In den fünf größten europäischen Ligen stiegen die Ausgaben für Spielertransfers vom Sommer 2017 bis Sommer 2019 von 4.572 Mrd. auf 5.556 Mrd. EUR, was einer Zunahme von 21,5 % entspricht. Entgegen dem Trend der wachsenden Transferausgaben steht das Transferverhalten der Vereine im Sommer 2020. In dieser Transferperiode wurden von den Vereinen der fünf europäischen Top-Ligen lediglich 3.360 Mrd. EUR für neue Spieler ausgegeben, was einem Rückgang im Vergleich zum Vorjahressommer um 39,52 % entspricht.

Ein Verein ist verpflichtet, eine Ablösesumme für einen Spieler zu zahlen, wenn sich dieser zum Zeitpunkt des Kaufes bei einem anderen Verein in einem Vertragsverhältnis befindet. Durch das sogenannte Bosman-Urteil des Europäischen Gerichtshofs vom Dezember 1995 kann ein Profi-Fußballer innerhalb der Europäi-

schen Union nach dem Auslaufen seines Vertrags ablösefrei zu einem anderen Verein wechseln (vgl. zum Bosman-Urteil ferner auch Simmons, 1997; Frick, 2013). Um jene ablösefreien Wechsel zu vermeiden, werden die zwischen Spieler und Verein abgeschlossenen Verträge immer häufiger nicht mehr erfüllt (Follert, 2017). Ein mehrjähriger Vertrag dient demnach nicht nur der langfristigen Bindung eines Spielers, sondern auch zur Generierung einer höheren Ablösesumme im Falle eines Verkaufs (Follert, 2018).

Im Zuge vermehrter Wechsel von Spielern trotz laufender Verträge stellt sich die Frage nach der Höhe der Ablösesumme bzw. nach dem Marktwert eines Spielers als Richtwert in den Verhandlungen über die Ablöse (Gerhards/ Mutz/Wagner 2014). Da es keine allgemein akzeptierte Formel zur Berechnung des Marktwertes eines Spielers geben kann (dieser ist stets das Ergebnis der subjektiven Einschätzungen der handelnden Akteure), werden zu dessen Ermittlung typischerweise sportliche Kennziffern auf Individual- und Teamebene herangezogen. Dazu gehören beispielsweise Einsatzminuten, Tore und Vorlagen, Berufungen in nationale Auswahlmannschaften oder die Verletzungshistorie eines Spielers sowie die sportliche und die wirtschaftliche Performance des abgebenden wie des aufnehmenden Vereins (Wagner, 2018). In letzter Zeit gewinnen zudem Faktoren wie das Vermarktungspotenzial eines Spielers an Gewicht (Frick, 2001; Emrich/Frenger/Follert/Richau, 2019). Wichtige Plattformen zur Bestimmung des Marktwertes eines Spielers sind *Transfermarkt.de* und *KPMG Football Benchmark*. *Transfermarkt.de* (2020b) basiert auf dem Prinzip der „Schwarmintelligenz“. Hier kann jeder registrierte Nutzer seinen Vorschlag in der Marktwertanalyse kurz begründet einbringen. Eventuelle Fehleinschätzungen werden durch die Masse an Bewertungen ausgeglichen (Ackermann/Follert, 2018). Die *KPMG Football Benchmark* basiert auf einem firmeninternen Algorithmus zur Berechnung des Marktwertes eines Spielers (KPMG, 2020c). Ausschlaggebend für diesen Algorithmus sind neben der Position und der individuellen Performance des Spielers auch das Zeitfenster des möglichen Wechsels sowie die wirtschaftliche Situation des verkaufenden Klubs und des potenziell kaufenden Vereins.

Im Hinblick auf die ungewisse Entwicklung der Pandemie und deren wirtschaftliche Folgen haben viele Fußball-Datenbanken die geschätzten Spielerwerte stark abgewertet. *KPMG Football Benchmark* (2020b) spricht von einer Abwertung der 100 wertvollsten Spieler um 19,6 % seit dem Beginn der Pandemie.<sup>5</sup> Die Datenbank *Transfermarkt.de* (2020a) rechnet mit einem Minus von über 9 Mrd. EUR.<sup>6</sup> Dies ist angesichts der ohnehin niedrigeren Einnahmen für viele der auf Spielerverkäufe angewiesenen Klubs eine erhebliche zusätzliche Belastung. In der deutschen Bundesliga steuerten die Transfererlöse in der Saison 2018/19 knapp 17 % der Gesamteinnahmen bei. Damit waren sie die drittgrößte Einnahmequelle nach Erlösen durch mediale Verwertung und Werbung (DFL Deutsche Fußball Liga, 2020). Insbesondere jene Vereine, deren Fokus bei der Ausbildung von Jugendspielern liegt oder die als Sprungbrett für talentierte Spieler dienen, könnte dies also verstärkt

---

<sup>5</sup>Stand Oktober 2020

<sup>6</sup>Stand April 2020

treffen, da sie einen großen Anteil ihres Umsatzes mithilfe von Transferaktivitäten generieren. Das finanzielle Ungleichgewicht zwischen reichen und ärmeren Vereinen wird somit vermutlich wachsen (DB Research, 2020, S.11). Nichtsdestotrotz bleibt die Verstärkung der Mannschaften durch Transfers ein probates Mittel, um die Wahrscheinlichkeit sportlichen Erfolges zu erhöhen und sich somit einen Wettbewerbsvorteil zu verschaffen (CIES Football Observatory, 2017; Frick, 2019).

## 2.2 Terminliche Besonderheiten des Transfersommers 2020

Neben dem Ablösevolumen änderte sich aufgrund der Spielunterbrechungen im März und April 2020 auch das Zeitfenster, innerhalb dessen Transfers getätigt werden durften. Da sich der Zeitpunkt des Saisonendes 2019/20 und die epidemiologischen Entwicklungen in den einzelnen Ländern stark unterschieden, wurden die Fristen für Transferaktivitäten in den Ligen angepasst (siehe Tabelle 1).

Als erster Verband eröffnete die Französische Fußballföderation am 8. Juni 2020 das Sommertransferfenster. Dieses blieb bis zum 9. Juli 2020 für innerfranzösische Transfers geöffnet. Da die Fédération Internationale de Football Association (FIFA) (2020b) die Überschreitung von 12 Wochen für eine Registrierungsphase nicht erlaubt, musste das französische Transferfenster bis zum 15. August pausieren, um einen gemeinsamen letzten Transfertag mit den anderen vier Ligen sicherzustellen. Der spanische wie auch der italienische Verband verschoben ihre Transferphasen, da die dortigen Erstliga-Wettbewerbe verhältnismäßig spät am 19. Juli bzw. am 2. August 2020 endeten. Der englische und der deutsche Verband beschlossen eine eintägige Registrierungsphase vor dem Beginn eines zweiten längeren Fensters, um vorzeitig vereinbarte Transaktionen abschließen zu können. Die Verbände beendeten ihre internationale Transferphase am 5. Oktober, in England folgte noch ein 11-tägiges inländisches Transferfenster.<sup>7</sup> Während die Dauer des Transferfensters in England, Frankreich und Spanien sich kaum von der Dauer 2019 unterschied, war der Zeitraum in Italien und Deutschland abweichend. Die deutschen Profivereine hatten fast drei Wochen länger Zeit, ihre Transfers zu registrieren, während die italienischen Klubs mehr als vier Wochen weniger Zeit hatten, Transaktionen zu tätigen.

---

<sup>7</sup> Die Uhrzeit der Transferfrist wich wie üblicherweise von Verband zu Verband ab, die 5 größten europäischen Ligen einigten sich allerdings auf einen einheitlichen letzten internationalen Transfertag am 5. September 2020.

	Sommertransferfenster 2019		Sommertransferfenster 2020	
	1. Registrierungsphase		1. Registrierungsphase	2. Registrierungsphase
Deutschland (Bundesliga)	1. Juli - 2. September 2019		1. Juli 2020 (eintägig)	15. Juli - 5. Oktober 2020
England (Premier League)	11. Juni - 2. September 2019		1. Juli 2020 (eintägig)	27. Juli 2020 - 16. Oktober 2020**
Frankreich (Ligue 1)	11. Juni - 2. September 2019		8. Juni - 9. Juli 2020*	15. August - 5. Oktober 2020
Italien (Serie A)	1. Juli - 2. September 2019		1. September - 5. Oktober 2020	-
Spanien (Primera División)	1. Juli - 2. September 2019		4. August - 5. Oktober 2020	-

\* Transferfenster nur für inländische Transfers offen

\*\* vom 5. Oktober bis zum 16. Oktober war das Transferfenster nur für inländische Transfers offen

Quelle: FIFA Transfer Matching System (2019, 2020).

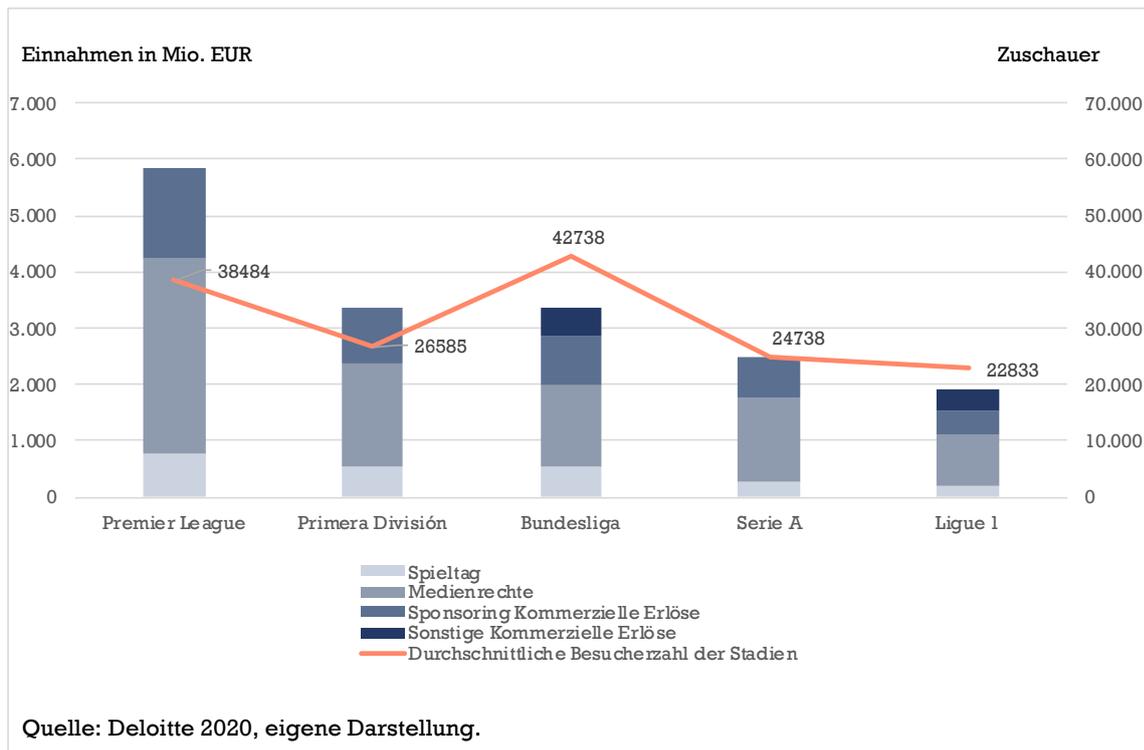
**Tabelle 1: Registrierungsphasen in den Top-5 Ligen während des Sommertransferfenster 2020**

### 2.3 Finanzielle Konsequenzen für die Vereine durch die COVID-19-Pandemie

Wie sehr die COVID-19-Pandemie die Vereine der fünf europäischen Top-Ligen in ihrer Wirtschaftlichkeit geschwächt hat, lässt sich nur schwer einschätzen. Cockayne et al. (2020) verweisen auf einen möglichen Einnahmerückgang durch die Pandemie in Höhe von 4,14 Mrd. EUR, wobei die Hälfte dieses Rückgangs auf die ausfallenden Einnahmen durch den Verkauf von Medienrechten zurückgeht. Betrachtet man die unterschiedlichen Einkommensquellen und Gehaltsausgaben in den Big-5-Ligen, dann lassen sich die Auswirkungen der Pandemie besser verstehen.

Die drei Haupteinnahmequellen der Klubs in den fünf Top-Ligen sind die Spieltageeinnahmen (u. a. Ticketverkäufe und sonstige Verkäufe im und am Stadion), der Verkauf von Übertragungsrechten und Einnahmen durch das Sponsoring bzw. Merchandising (Chanavat/Desbordes, 2017). In den letzten Jahren verringerte sich der prozentuale Anteil der Spieltageeinnahmen am Gesamtumsatz durch steigende Erlöse aus dem Verkauf von Medienrechten und durch zusätzliche Sponsorengelder (Daumann et al., 2020). Die Verteilung der Gesamtumsätze der Vereine in den fünf europäischen Spitzenligen ist in Abbildung 1 dargestellt.

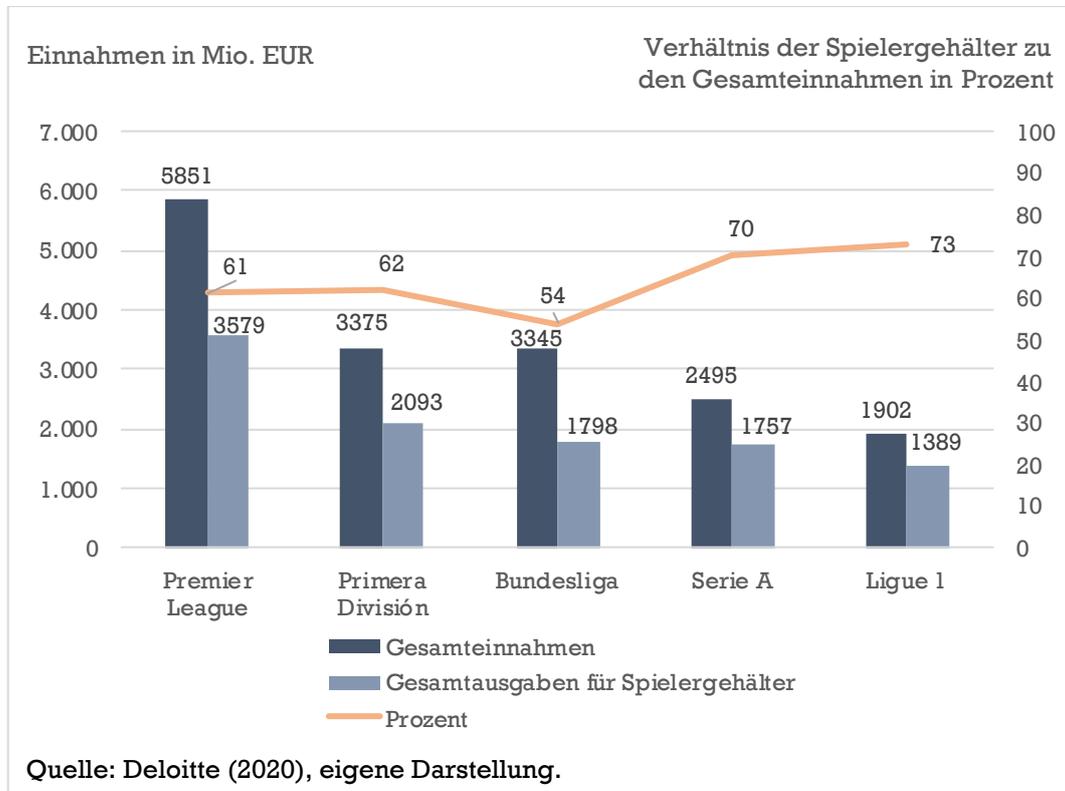
Aufgrund der fehlenden Zuschauer sind die Spieltageeinnahmen der Vereine stark gesunken, was im Verhältnis zu den übrigen Einnahmen unterschiedlich stark in den verschiedenen Ligen ins Gewicht fällt. Während in Italien lediglich 11 % der Einnahmen über Spieltage generiert werden (Einnahmen durch Spieltage in der Saison 2017/2018: 257 Mio. EUR), sind es in Deutschland (538 Mio. EUR) wie auch in Spanien (510 Mio. EUR) rund 16 %.



**Abbildung 1: Aufteilung Gesamtumsätze der Vereine der fünf europäischen Topligen und durchschnittliche Besucherzahl in den Stadien, Saison 2018/2019**

Neben den Spieltageeinnahmen verringerte die COVID-19-Pandemie jedoch auch die Einnahmen aus dem Verkauf von Übertragungsrechten und durch Werbeerlöse, was am Beispiel der Premier League erläutert wird. Durch die Wiederaufnahme des Spielbetriebes in England vermieden die Erstligavereine eine vertraglich vereinbarte Rückzahlung an Medienunternehmen in Höhe von 762 Mio. GBP. Diese Rückzahlung hätte im Falle eines kompletten Saisonabbruchs getätigt werden müssen. Dennoch kam es zu Strafzahlungen von 330 Mio. GBP wegen des Nichteinhaltens vertraglicher Abmachungen über die Austragung von Spielen ohne Zuschauer (Burt, 2020). Das Sportmarketing-Unternehmen *Two Circles* rechnete im Mai 2020 mit einem Rückgang des Werts der Sponsoring-Verträge im Sport um 37 % als Folge der COVID-19-Pandemie (Cutler, 2020). Zum einen komme es im Zuge der Wiederaufnahme des Spielbetriebes zu Rabatten, insbesondere bei dem Verkauf von Fernsehrechten, zum anderen seien die Sponsoren der Premier League bzw. ihrer Klubs selbst von finanziellen Engpässen gebeutelt, da viele aus dem Finanzsektor, der Luftfahrt sowie dem Automobilsektor oder der Energiewirtschaft kommen. Auf dieser Grundlage errechneten Frick et al. (2020) für die kommende Saison 2020/2021 einen szenarienabhängigen Rückgang der Einnahmen der Premier League Klubs um 28 % im ungünstigsten bzw. um 13 % im günstigsten Fall. In Frankreich sind die Einnahmerückgänge für die Profivereine der ersten französi-

schen Spielklasse auf 605 Mio. EUR geschätzt worden (Ernst&Young/Première Ligue, 2020). Genaue Zahlen zu den mutmaßlichen Einnahmeverlusten in Deutschland, Spanien und Italien sind bislang noch nicht bekannt.



**Abbildung 2: Gesamteinnahmen und Gesamtausgaben für Spielergelälter der Vereine der fünf europäischen Topligen in der Saison 2018/2019**

Betrachtet man die Gesamtausgaben für Spielergelälter als den größten Teil der Fixkosten der Vereine, sind ebenfalls erhebliche Unterschiede zwischen den Ligen ersichtlich (siehe Abbildung 2). Während in der Bundesliga nur etwa die Hälfte der Gesamteinnahmen als Spielergelälter ausgezahlt werden, sind es in Frankreich fast drei Viertel. Ein teilweiser Gehaltsverzicht der Spieler würde die finanzielle Situation der Vereine erheblich verbessern. Auch hier gibt es Unterschiede zwischen den Ligen. Während sich in England die Spieler von nur drei Vereinen (FC Southampton, FC Arsenal und West Ham United) mit dem jeweiligen Management auf einen Gehaltsverzicht bzw. -aufschub einigen konnten während ein ligaweiter Lohnverzicht in Höhe von 30 % von der Spielergewerkschaft aber abgelehnt wurde (Lorenzen, 2020), verzichteten alle Spieler der Bundesliga vorübergehend auf 10-25 % ihres monatlichen Gehaltes (Selldorf, 2020). Die Spieler von zwölf Vereinen der Bundesliga verzichteten zusätzlich auf die spätere Rückzahlung ihres Gehaltes. In der Primera División, der Serie A und in der Ligue 1 wurden bislang keine ligaweiten Verzichte der Spieler bekannt. Zur neuen Saison 2020/2021 wurden jedoch

---

in der Serie A die Spielergelälter um insgesamt 72 Mio. EUR gekürzt, wobei allein Juventus Turin seinen Spielern 58 Mio. EUR weniger an Gehalt zahlt als noch in der Vorsaison (Football Italia, 2020).

### **3. Methodik**

#### **3.1 Daten**

In dieser Studie wird das Transferverhalten der Erstligavereine der fünf europäischen Top-Ligen in den Sommertransferperioden 2017, 2018, 2019 und 2020 betrachtet. Als Top-Ligen gelten die ersten Ligen in England (Premier League), Spanien (Primera División, mit Sponsorennamen *LaLiga Santander* benannt), Deutschland (Bundesliga), Italien (Serie A, mit Sponsorennamen *Serie A TIM* benannt) und Frankreich (Ligue 1, mit Sponsorennamen *Ligue 1 Uber Eats* benannt). Die Auswahl gründet auf den Erfolgen der Vereine aus den jeweiligen Ligen in den letzten Jahren. In der UEFA-Fünf-Jahreswertung, welche eine Rangliste aller europäischen Ligen darstellt, belegen die ausgewählten Ligen im betrachteten Zeitraum seit Sommer 2017 durchgehend die Plätze eins bis fünf (UEFA, 2020). Die Rangliste ermittelt sich aus dem Abschneiden der Vereine einer Liga in den europäischen Klubwettbewerben UEFA Champions League, UEFA Europa League und ab der Saison 2021/2022 zusätzlich aus der UEFA Europa Conference League. Gleichzeitig wurde in diesen fünf Ligen im Vergleich zu den restlichen Ligen der Welt seit dem Sommer 2017 am meisten Geld in neue Spieler investiert (siehe Tabelle 2) und auch am meisten Geld durch Spielerverkäufe bzw. Leihen generiert (siehe Tabelle 3).

Rank	Liga	Herkunftsland	Ausgaben in EUR
1	Premier League	England	7,08 Mrd.
2	Serie A	Italien	4,55 Mrd.
3	LaLiga	Spanien	3,83 Mrd.
4	Ligue 1	Frankreich	2,71 Mrd.
5	1. Bundesliga	Deutschland	2,55 Mrd.
6	Championship	England	861,21 Mio.
7	Premier Liga	Russland	669,37 Mio.
8	Chinese Super League	China	667,44 Mio.
9	Liga NOS	Portugal	522,76 Mio.
10	Jupiler Pro League	Belgien	462,85 Mio.

Quelle: Transfermarkt.de (2020b).

**Tabelle 2: Fußballligen weltweit mit den meisten Ausgaben für Spielertransfers seit Transfersommer 2017**

Rank	Liga	Herkunftsland	Ausgaben in EUR
1	Serie A	Italien	3,68 Mrd.
2	LaLiga	Spanien	3,43 Mrd.
3	Premier League	England	3,31 Mrd.
4	Ligue 1	Frankreich	2,91 Mrd.
5	1. Bundesliga	Deutschland	2,21 Mrd.
6	Liga NOS	Portugal	1,45 Mrd.
7	Championship	England	1,38 Mrd.
8	Campeonato Brasileiro Série A	Brasilien	1,00 Mrd.
9	Eredivisie	Niederlande	925,10 Mio.
10	Jupiler Pro League	Belgien	746,36 Mio.

Quelle: Transfermarkt.de (2020b).

**Tabelle 3: Fußballligen weltweit mit den meisten Einnahmen durch Spielertransfers seit Transfersommer 2017**

Der Betrachtungszeitraum der vorliegenden Untersuchung beginnt mit dem Transfersommer 2017 und endet mit dem Transfersommer 2020. Anlass für die Wahl des Startjahres war der bis heute teuerste Transfer eines Fußballspielers. Am 3. August 2017 wechselte der Spieler Neymar da Silva Santos Júnior nach Zahlung der 222 Mio. EUR teuren Ausstiegsklausel vom spanischen Erstligisten FC Barcelona zum französischen Erstligisten FC Paris Saint-Germain (FC Barcelona, 2017).

### 3.2 Modellbeschreibung

In der Analyse werden die Transferaktivitäten jedes Vereins in den fünf europäischen Top-Ligen in den Sommertransferfenstern von 2017, 2018, 2019 und 2020 betrachtet. In der Premier League, der Primera División, der Serie A und der Ligue 1 waren in diesem Zeitintervall jeweils 20 Vereine in der obersten Spielklasse vertreten, in der Bundesliga lediglich 18 Klubs. Die Transferaktivität eines Vereins in jedem Transfersommer wurde in Ausgaben für Zugänge und Einnahmen aus Abgängen unterteilt. Darüber hinaus unterscheiden sich Zugänge in insgesamt neun Kategorien:

- I. Ablöswert der Einkäufe und Leihen (geliehene Spieler)
- II. Ablöswert der Einkäufe allein
- III. Marktwert der Einkäufe
- IV. Differenz aus III und II
- V. Ablöswert der Leihen (geliehene Spieler) allein
- VI. Marktwert der Leihen (geliehene Spieler)
- VII. Marktwert der ablösefreien Zugänge
- VIII. Marktwert der Zugänge als Leihrückkehrer  
(Hier wird der Leihrückkehrer als Zugang eines Spielers definiert. Dieser war in der Vorsaison an einen anderen Verein verliehen, aber vertraglich bereits an den ihn verleihenden Verein gebunden)
- IX. Marktwert der vereinsinternen Zugänge  
(als vereinsinterner Zugang wird ein Zugang eines Spielers definiert. Dieser Spieler war in der Vorsaison an eine weitere Mannschaft des Vereins gebunden, wie etwa eine Jugendmannschaft)

Die Einnahmen aus Abgängen wurden ebenfalls in die neun korrespondierenden Kategorien unterteilt:

- I. Ablöswert der Verkäufe und Leihen (verliehene Spieler)
- II. Ablöswert der Verkäufe allein
- III. Marktwert der Verkäufe
- IV. Differenz aus III und II
- V. Ablöswert der Leihen (verliehene Spieler) allein
- VI. Marktwert der Leihen (verliehene Spieler)
- VII. Marktwert der ablösefreien Abgänge
- VIII. Marktwert der Abgänge als Leihrückkehrer  
(Hier wird der Leihrückkehrer als Abgang eines Spielers definiert. Dieser war in der Vorsaison an einen anderen Verein verliehen, aber vertraglich bereits an den ihn verleihenden Verein gebunden)
- IX. Marktwert der vereinsinternen Abgänge

Neben den Ausgaben und Einnahmen durch Zu- und Abgänge wird die Transferbilanz jedes Vereins in jedem Transfersommer als Differenz seiner Einnahmen und Ausgaben für Spielertransfers errechnet. Zusätzlich werden die Transferströme

analysiert, unterteilt in Zu- und Abgänge innerhalb der fünf europäischen Top-Ligen sowie aus den bzw. in die restlichen Ligen der Welt.

Unter Verwendung der 392 Team-Jahresbeobachtungen (4 Ligen mit je 20 Teams über einen Zeitraum von 4 Jahren, sowie eine Liga mit 18 Teams über den gleichen Zeitraum) wird der Einfluss der COVID-19-Pandemie auf die Transferaktivitäten der einzelnen Klubs sowohl durch ein OLS- als auch ein RE-Modell dargestellt.

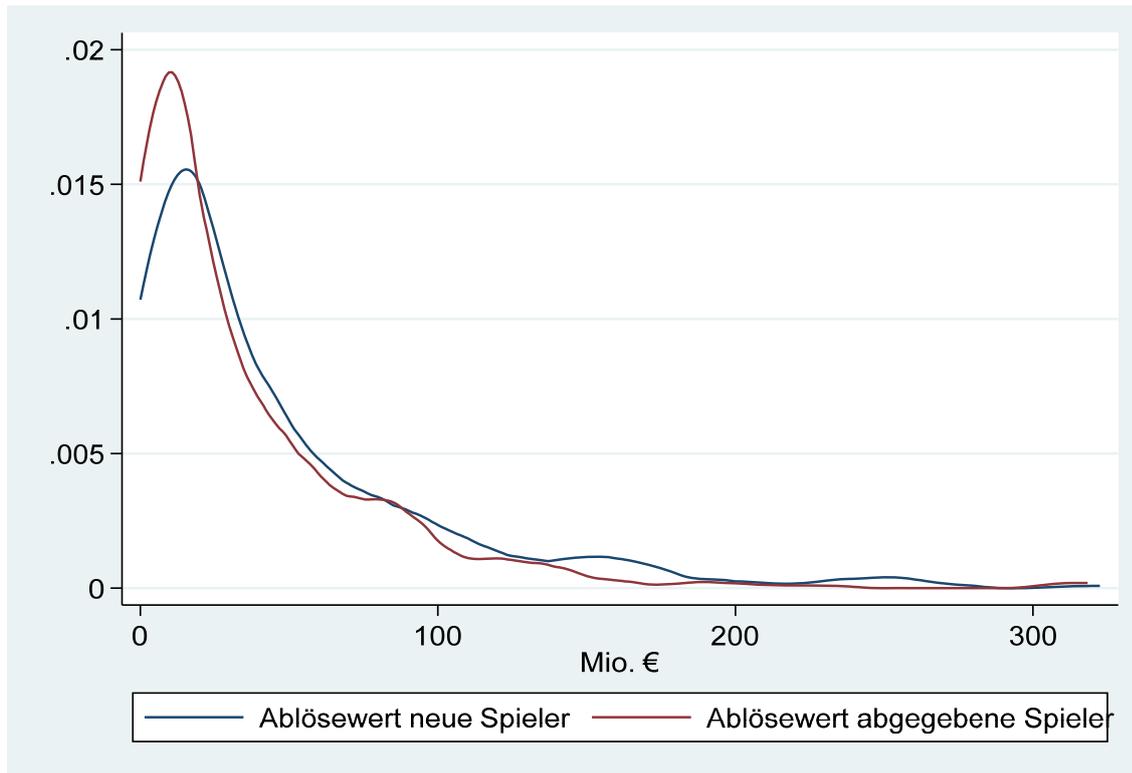
Das Regressionsmodell hat dabei die folgende allgemeine Form:

$$AK \text{ bzw. } AV = \alpha_0 + \alpha_1 \sum JD + \alpha_2 \sum LD + \alpha_3 AP + \alpha_4 A + \alpha_5 CL + \alpha_6 EL + \varepsilon$$

wobei      AK bzw. AV: Ablöswert der Spielerkäufe bzw. -verkäufe  
               JD: Vektor an Jahres-Dummies (Referenz 2017)  
               LD: Vektor an Ligen-Dummies (Referenz: Premier League)  
               AP: Abschlussplatzierung vorherige Saison  
               A: Aufsteiger zur neuen Saison (1=ja)  
               CL: Qualifikation für die Champions League (1=ja)  
               EL: Qualifikation für die Europa League (1=ja)

#### 4. Ergebnisse

Bei einem Blick auf die Daten wird deutlich, dass die Streuung sowohl in den Ausgaben für neue als auch in den Einnahmen für abgegebene Spieler vergleichsweise hoch ist. In Abbildung 3 zeigt sich, dass zum einen die Spanne in beiden Fällen von 0 bis über 300 Mio. EUR reicht. Zum anderen ist in beiden Fällen die Standardabweichung größer als der jeweilige Mittelwert (52,3 Mio. EUR vs. 46,3 Mio. EUR (neue Spieler) und 42,8 Mio. EUR vs. 34,2 Mio. EUR (abgegebene Spieler)).



Quelle: eigene Darstellung.

**Abbildung 3: Kerndichteschätzungen der abhängigen Variablen**

Aus den Modellschätzungen geht – wie erwartet hervor – dass die Transferausgaben wie auch die entsprechenden Einnahmen im Sommer 2020 signifikant unter denen des Sommers 2019 gelegen haben. Während die Differenz bei den Ausgaben etwas mehr als 22 Mio. EUR beträgt (diese waren im Sommer 2019 je Club um 9 Mio. EUR höher und im Sommer 2020 um 13 Mio. EUR niedriger als im Referenzsommer 2017) ist es bei Einnahmen aus Transfers mit knapp 19 Mio. EUR etwas weniger (hier waren die Einnahmen im Sommer 2019 je Club um knapp 6 Mio. EUR höher und im Sommer 2020 um 13 Mio. EUR niedriger als im Referenzsommer 2017). Hier mag man nun einwenden, dass ein vergleichsweise elaboriertes Regressionsmodell nicht erforderlich ist, um einen eher trivialen Sachverhalt zu beleuchten, der sich mit Hilfe der deskriptiven Statistik ebenso überzeugend hätte darstellen lassen. Dieses auf den ersten Blick naheliegende Argument verkennt aber, dass erst ein Regressionsmodell die Separierung des Einflusses unterschiedlicher, den Effekt der Pandemie konfundierender Faktoren möglich macht. So ist beispielsweise davon auszugehen, dass es erhebliche Unterschiede zwischen den fünf Ligen als auch innerhalb der Ligen gibt – beispielsweise in Abhängigkeit von der Höhe und der Verteilung der Fernsehgelder sowie der sportlichen Performance in der Vorsaison.

	(1.1) OLS	(1.2) RE	(2.1) OLS	(2.2) RE
	Ablösewert neue Spieler (gekauft und geliehen)		Ablösewert abgegebene Spieler (verkauft und verlie- hen)	
2017	Referenzsaison			
2018	-0.369 (4.657)	-0.369 (4.657)	-0.891 (4.274)	-0.891 (4.274)
2019	9.137 (5.890)	9.137 (5.890)	4.772 (4.773)	4.772 (4.773)
2020	-13.28*** (4.306)	-13.28*** (4.306)	-13.05*** (4.186)	-13.05*** (4.186)
Premier League	Referenzliga			
La Liga	-33.93*** (8.331)	-33.93*** (8.331)	4.795 (6.957)	4.795 (6.957)
Serie A	-22.36*** (8.428)	-22.36*** (8.428)	9.432 (5.926)	9.432 (5.926)
Ligue 1	-40.50*** (7.442)	-40.50*** (7.442)	2.076 (8.086)	2.076 (8.086)
Bundesliga	-46.64*** (6.996)	-46.64*** (6.996)	-8.012 (5.334)	-8.012 (5.334)
Abschlussplatzierung	-1.476*** (0.511)	-1.476*** (0.511)	-1.614*** (0.490)	-1.614*** (0.490)
Aufsteiger (1=ja)	-1.252 (4.784)	-1.252 (4.784)	-11.86*** (3.328)	-11.57*** (3.328)
Champions League (1=ja)	62.14*** (9.581)	62.14*** (9.581)	39.05*** (10.85)	39.05*** (10.85)
Europa League (1=ja)	17.81*** (5.807)	17.81*** (5.807)	12.06** (5.599)	12.06** (5.599)
Constant	76.87*** (10.01)	76.87*** (10.01)	43.87*** (8.012)	43.87*** (8.012)
<i>N of observations</i>	392	392	392	392
<i>N of teams</i>	---	131	---	131
<i>Observations per team</i>	---	1-4	---	1-4
<i>R2*100 overall</i>	47.4	47.4	39.6	36.6
<i>R2*100 within</i>	---	4.2	---	6.6
<i>R2*100 between</i>	---	69.8	---	60.2

Standard errors (clustered at team id) in parentheses

\*  $p < 0.10$ , \*\*  $p < 0.05$ , \*\*\*  $p < 0.01$

**Tabelle 4: Modellschätzungen**

Gemessen an der Premier League, die über die mit Abstand höchsten Erlöse aus dem Verkauf der Fernsehübertragungsrechte verfügt, geben die Klubs der spanischen La Liga in jeder Saison 34 Mio. EUR weniger für Spielerverpflichtungen aus, die der italienischen Serie A rund 22 Mio. EUR weniger und die der Ligue 1 bzw.

der Bundesliga 40 Mio. EUR bzw. 46 Mio. EUR weniger. Bei den Einnahmen aus Spielerverkäufen und -verleihungen gibt es demgegenüber – wie die nicht signifikant von null verschiedenen Koeffizienten der Ligen-Dummies in den Spalten 3 und 4 von Tabelle 1 verdeutlichen – keine Unterschiede zwischen den Vereinen der fünf Top-Ligen.

Die Koeffizienten der übrigen Kontrollvariablen (Abschlussplatzierung, Aufsteiger, Champions bzw. Europa League-Teilnehmer) haben ausnahmslos das erwartete Vorzeichen und sind bis auf eine Ausnahme statistisch signifikant von null verschieden: Eine um einen Rang schlechtere Platzierung am Ende der Saison geht (unabhängig von der Liga und der Saison) mit rund 1.5 Mio. EUR geringeren Transferausgaben wie -einnahmen einher. Aufsteiger geben zwar annähernd die gleiche Summe für Neuverpflichtungen aus wie etablierte Klubs (der Koeffizient der Dummy-Variable ist nicht signifikant von null verschieden), erlösen aber aus Spielerverkäufen und -verleihungen knapp 12 Mio. EUR weniger als etablierte Vereine. Weiterhin zeigt sich, dass Klubs, die sich für die Champions League qualifiziert haben, regelmäßig rund 62 Mio. EUR mehr für Spielerverpflichtungen ausgeben als nicht qualifizierte Teams, gleichzeitig aber nur 40 Mio. EUR weniger aus Verkäufen und Verleihungen erlösen. Bei den für die Europa League qualifizierten Klubs sind die Ausgaben für Spielerverpflichtungen immer noch um knapp 18 Mio. EUR höher als bei den nicht qualifizierten während die Einnahmen aus dem Verkauf und dem Verleih von Spielern sich auf lediglich knapp 12 Mio. EUR belaufen.

## **4. Diskussion**

### **4.1 Diskussion der Ergebnisse**

Die Befunde machen deutlich, dass die COVID-19-Pandemie und die dadurch induzierten Einnahmeverluste bzw. die damit einhergehende Unsicherheit über die mittel- und langfristige Entwicklung der wirtschaftlichen Lage der Klubs einen erheblichen – von Fachleuten vermutlich nicht für möglich gehaltenen – Einfluss auf das kurzfristige Transferverhalten eben dieser Vereine in den Top-Ligen hatten. Ein Rückgang der Ausgaben für neu verpflichtete bzw. geliehene Spieler um 22 Mio. EUR je Klub gegenüber der Vorsaison ist in der Geschichte des Profi-Fußballs einzigartig und macht damit die dramatische Situation, in der sich ein erheblicher Teil der Erstligisten in den fünf europäischen Top-Ligen befindet, deutlich. Die Frage, ob es tatsächlich kurz- oder mittelfristig zu den vielfach befürchteten Insolvenzen kommen wird, ist damit noch nicht zu beantworten. Zum einen ist zu vermuten, dass sich die meisten Klubverantwortlichen darauf besinnen, dass Erstligavereine tatsächlich wie Unternehmen zu führen sind und zum anderen ist anzunehmen, dass akut insolvenzbedrohte Klubs aufgrund ihrer (vermeintlichen) gesellschaftlichen Bedeutung mit Steuergeldern gerettet werden.

Angesichts der durchschnittlichen Vertragslaufzeit im Profi-Fußball von etwa drei Jahren befindet sich rechnerisch jedes Jahr etwa ein Drittel der Spieler in Vertragsverhandlungen mit dem alten Club bzw. einem potentiellen neuen Arbeitgeber. Wie die Erfahrungen in der auf die Kirch-Pleite folgenden Saison 2002/03 zeigen,

werden diese Spieler erhebliche Einkommenseinbußen hinnehmen müssen, da die Clubs ihre Ausgaben für Spielergehälter im Allgemeinen sehr schnell an die gesunkenen Einnahmen anpassen.

Zudem wurde durch die COVID-19-Pandemie ersichtlich, dass die Kluft zwischen Profi- und Amateurfußball weiter wächst. Vermutlich auch durch den Druck von Investoren und Aktionären wurde der Profifußballbetrieb in den höchsten Ligen sehr viel früher wieder aufgenommen als in den unterklassigen Ligen wie beispielsweise der deutschen Regionalliga oder im Breiten- oder Freizeitsport. Es ist somit wahrscheinlich, dass ungeachtet der hohen absoluten finanziellen Einbußen der Vereine in den Top 5-Ligen, die relativen Einbußen in den unteren – und vor allem semi-professionellen – Ligen höher ausfallen werden. Finanzielle Ungleichgewichte könnten sich somit insbesondere auf Ligaebene bemerkbar machen.

#### 4.2 Limitierung der Ergebnisse

Die in diesem Papier präsentierten Ergebnisse stellen eine erste Schätzung des Einflusses der COVID-19-Pandemie auf das Ausgabeverhalten der Erstligavereine in den fünf europäischen Top-Ligen im Sommer 2020 dar.

Im Zuge der Datensammlung konnten für den Zeitraum 2017-2020 die Ablösewerte von insgesamt 236 Transfers von *Transfermarkt.de* (2020c) nicht zugeordnet werden. Die Transfers ohne Angabe von Ablösewerten hatten jedoch vermutlich geringe Auswirkungen auf die Transferaktivitäten der Vereine. Diese Annahme ergibt sich aus den vergleichsweise geringen Marktwerten der Spieler zum Zeitpunkt des Transfers. In der überwiegenden Mehrheit der Fälle betrug der Marktwert weniger als 1 Mio. EUR). Alle nicht mit einem Ablösewert versehenen Transfers im Beobachtungszeitraum verteilen sich nahezu gleichmäßig auf die fünf Ligen und ihre Vereine.

Aufgrund der Aktualität der Fragestellung konnte ausschließlich das Sommertransferfenster 2020 mit den Sommertransferperioden der vorherigen Jahre verglichen werden. Das Wintertransferfenster 2020/2021 hingegen konnte bislang noch nicht analysiert werden. Generell können hohe Ausgaben der Vereine am Anfang des Kalenderjahres einen Rückgang der Transferaktivitäten im Sommer zur Folge haben. Vor allem dann, wenn Vereine ihre Investitionen in die Verstärkung des Kaders abwartend tätigen. Um Sicherheit über die Einnahmen aus einem europäischen Pokalwettbewerb zu haben, kann es zu Verzögerungen in der Transferabwicklung innerhalb einer Saison kommen.<sup>8</sup> Allerdings gab es in den Wintertransferperioden von 2018 bis 2020 keinen signifikanten Anstieg der Einnahmen bzw. Ausgaben der im Datensatz vertretenen Vereine.

Die Länge der jeweiligen Transferphase in 2020, die teilweise von der üblichen Dauer abwich, könnte die Schätzungen ebenfalls verzerren. Besonders der lange

---

<sup>8</sup> Die Gruppenphase der UEFA Champions League und UEFA Europa League endet im Dezember. Somit stehen die Vereine der Endphase des Wettbewerbs vor dem Wintertransferfenster fest.

Transferzeitraum in Deutschland und in Italien können das Verhalten der Vereine beeinflusst haben, ohne dass dies in der Modellschätzung ermittelt werden konnte.

In Bezug auf die Einnahmeverluste der Vereine durch die COVID-19-Pandemie gab es bis zur Veröffentlichung des Papiers keine genaue Quantifizierung dieser Verluste. Erste Schätzungen von Experten werden hoffentlich zeitnah durch zukünftige Forschungsergebnisse ergänzt, um einen detaillierten Einblick in die wirtschaftliche Lage der Vereine zu erhalten.

Ein weiterer externer Effekt, der in den Modellschätzungen nicht berücksichtigt wird, sind aktuelle und vorangegangene Transfersperren, die das Transferverhalten der Vereine beeinflusst haben bzw. beeinflussen. Die Regelungen rund um das Financial Fairplay (FFP), welche 2010 von der UEFA beschlossen wurden, bewerten die wirtschaftliche Verfassung der europäischen Profivereine. Sie basieren auf dem Break-Even-Prinzip, wobei Strafen für Klubs drohen, die im dreijährigen Bewertungszeitraum mehr als fünf Mio. EUR Defizit aufweisen.<sup>9</sup> Verstöße gegen das FFP endeten für einzelne Klubs der fünf Top-Ligen häufig in Vergleichen; so für Olympique Marseille (Juni 2019), Wolverhampton Wanderers FC (August 2020) und LOSC Lille (ebenfalls August 2020). Härtere Urteile wurden für die FFP Verstöße des AC Mailand und des Manchester City FC ausgesprochen. Beide Sachverhalte wurden zur Überprüfung an den Internationalen Sportgerichtshof übergeben. Dieser entschied über den Wettbewerbsausschluss des AC Mailand für die Europa-League-Saison 2019/20 (Court of Arbitration for Sport, 2019). Der Manchester City FC wurde 2020 zur Zahlung von zehn Mio. EUR an die UEFA verurteilt, allerdings nicht von internationalen Wettbewerben ausgeschlossen (Court of Arbitration for Sport, 2020). Neben den FFP-Regelungen der UEFA kann auch die FIFA Strafen für europäische Profivereine aussprechen. Besonders betreffend den Schutz von Minderjährigen hat dies bereits zu Transfersperren geführt.<sup>10</sup> Seit der Saison 2017/18 griff diese Maßnahme beispielsweise für Atlético Madrid (Sommertransferfenster 2017) und den FC Chelsea (Sommertransferfenster 2019 und Wintertransferfenster 2020)<sup>11</sup>, was einen Einfluss auf die folgenden Transferperioden gehabt haben könnte.

Obgleich die vorliegenden Ergebnisse auf einen Zusammenhang der COVID-19-Pandemie und den gesunken Transferausgaben hinweisen, kann ein kausaler Effekt nicht nachgewiesen werden. Zudem fehlt es an Vergleichsmöglichkeiten, um solch drastische Einbrüche zu erklären: Von der 2007 ausgebrochenen Weltfinanzkrise blieb der Profifußball verschont (Quitau/Vöpel, 2020). Es wird vermutet,

---

<sup>9</sup> Bei einer Finanzierung der Schulden durch den Eigentümer greift seit 2015 eine Obergrenze von 30 Mio. EUR Schulden (UEFA, 2018, S. 44). Ausgenommen von der Berechnung sind Investitionen in Stadien, Trainingseinrichtungen, Jugendarbeit und Frauenfußballmannschaften, welche mit dem Verein affiliert sind (UEFA, 2014).

<sup>10</sup> Die FIFA verbietet internationale Transfers von Minderjährigen, sofern keine Ausnahmeregelung greift (Wohnsitzwechsel der Eltern aus nicht sportlichen Gründen, Wechsel innerhalb der EU oder Wechsel in Nachbarländer, falls der abgebende und aufnehmende Verein jeweils maximal 50 km von der Landesgrenze und 100 km voneinander entfernt liegen) (FIFA, 2019b, S. 23)

<sup>11</sup> Im Falle des FC Chelsea lag ebenfalls ein Verstoß gegen die „Regelung für Beeinflussung von Vereinen durch Drittparteien“ vor (FIFA, 2019b, S. 21).

dass die bedenkliche finanzielle Lage der Vereine die Transferaktivität beeinträchtigt hat, allerdings ist es nicht auszuschließen, dass auch weitere Einflussgrößen auf diese eingewirkt haben könnten.

## 5. Zusammenfassung und Ausblick

Im vorliegenden Papier wird das Transferverhalten der Erstligavereine der englischen Premier League, der spanischen Primera División, der deutschen Bundesliga, der italienischen Serie A und der französischen Ligue 1 analysiert. Die dazu gewählten Transferperioden waren die Sommertransferfenster von 2017, 2018, 2019, und 2020. Mithilfe von OLS- und RE-Modellen konnte ein Rückgang der Transferaktivitäten der Erstligaklubs über alle fünf Ligen im Transfersommer 2020 in Höhe von rund 22 Mio. EUR pro Klub festgestellt werden. Im Vergleich zur Premier League geben die Klubs der Bundesliga fast 47 Mio. EUR weniger für Spielertransfers aus, die Klubs der Ligue 1 etwa 40 Mio. EUR, die Vereine der La Liga knapp 34 Mio. EUR und die der Serie A rund 22 Mio. EUR weniger. Insgesamt wurden von den Vereinen der fünf europäischen Top-Ligen im Transfersommer 2020 3,360 Mrd. EUR für neue Spieler ausgegeben. Im Vergleich zum Vorjahr entspricht dies einem Rückgang der Transferaktivität um 39,5 %.

Die deutlich reduzierten Transferaktivitäten der Vereine unter dem Einfluss der COVID-19-Pandemie begründen sich aus der verschlechterten wirtschaftlichen Situation der einzelnen Klubs und aus den nicht absehbaren mittel- und langfristigen Folgen für den professionellen Fußball.

Durch die Unterbrechung des Spielbetriebes in den einzelnen Ligen sanken die Einnahmen der Vereine, da zum einen keine Spieltageeinnahmen generiert und zum anderen Verträge mit Medienanstalten bzw. mit Sponsoren nicht eingehalten werden konnten. Durch die Wiederaufnahme des Spielbetriebes in Deutschland, England, Italien und Spanien konnten zwar Einnahmen aus dem Verkauf von Übertragungsrechten und durch Sponsoring bzw. Merchandising generiert werden, jedoch fielen diese Einnahmen durch Rabatte für Medienanstalten und geringere Sponsorenzahlungen geringer als geplant aus. Zudem betrugen die Spieltageeinnahmen aufgrund des Ausschlusses der Zuschauer nur wenig mehr als null.

Zukünftige Analysen der Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf die Fußballvereine sollten die Einnahmenverluste der Klubs genauer quantifizieren. In Hinblick auf die Saison 2020/2021 kann es zu einer Steigerung der Einnahmen kommen, sollte der Spielbetrieb durchgehend aufrechterhalten werden können. Im Hinblick auf die kommende Wechselperiode im Winter 2020/2021 könnten „anormale“ Investitionsentscheidungen dieses Sommers korrigiert und der auf die gesamte Saison gerechnete Effekte abgemildert werden.

Die Transferausgaben der Vereine im Sommer 2021 werden sich im Vergleich zu jenen des Sommers 2020 zwar wieder erhöhen, jedoch werden die zukünftigen Werte wie jene vom Sommer 2019 erst dann wieder erreicht werden, wenn sich die

Einnahmen der Klubs stabilisiert haben und die mit der Pandemie verbundene Unsicherheit gewichen ist.

### Zu den Autoren



**Bernd Frick** ist Professor für Organisations-, Medien- und Sportökonomie an der Universität Paderborn, wo er zugleich Studiengangverantwortlicher für den B.Sc. Studiengang „Sportökonomie“ ist.

Kontakt:  
Paderborn University  
Management Department  
D-33098 Paderborn  
Germany  
E-Mail: [bernd.frick@uni-paderborn.de](mailto:bernd.frick@uni-paderborn.de)



**David Mainus** war Projektmitarbeiter am Hamburgischen WeltWirtschaftsinstitut am Standort Bremen.

**Paul Schumacher** war wissenschaftliche Hilfskraft am Hamburgischen WeltWirtschaftsinstitut am Standort Bremen.

## Literatur

Ackermann, P.; Follert, F. (2018). Einige bewertungstheoretische Anmerkungen zur Marktwertanalyse der Plattform transfermarkt.de. In *Sciamus-Sport Und Management*. Nr. 9 (3). S. 21-41.

Agini, S. (2020). Football clubs slash transfer cash in era of Covid and empty stadiums. In *Financial Times Online*, 09.10.2020. Verfügbar unter Internetadresse <https://www.ft.com/content/ad985881-721b-4f83-abe4-32052414898b> [abgerufen am 09.11.2020].

Altwegg, J. (2020). Pleitegeier am Ball – Notkredite für den Fußball. In *Frankfurter Allgemeine Zeitung Online*. 15.10.2020. Verfügbar unter Internetadresse <https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/warum-frankreichs-fussballvereinen-geld-fehlt-17002082.html> [abgerufen am 31.10.2020].

Besson, R; Poli, D.; Ravenel, L. (2020). The real impact of COVID on the football players' transfer market. In *CIES Football Observatory, Monthly Report*. Nr. 58. Verfügbar unter Internetadresse <https://football-observatory.com/The-impact-of-COVID-on-the-transfer-market> [abgerufen am 09.11.2020].

Bond, A. J., Parnell, D., Widdop, P.; Wilson, R. (2020a). COVID-19, networks and sport. In: *Managing Sport and Leisure*. doi: 10.1080/23750472.2020.1750100.

Burt, J. (2020). Broadcasters due £36m in rebates for every week Premier League extends beyond July 16. In *Telegraph Online*. 19.05.20. Verfügbar unter Internetadresse <https://www.telegraph.co.uk/football/2020/05/19/broadcasters-due-36m-rebates-every-week-premier-league-extends/> [abgerufen am 09.11.2020].

Chamberlain, T.; Gardette, N. (2019). Transfer Fees in Professional Soccer. In *International Advances in Economic Research*. Nr. 25 (3). S. 363-364.

Chanavat, N.; Desbordes, M. (2017). The marketing of football: history, definitions, singularities, strategies and forms of operationalization. In: Chanavat, N.; Desbordes, M.; Lorgnier, N. (Hrsg.). *Routledge handbook of Football Marketing* (S. 9-59). London: Routledge.

CIES Football Observatory (2017). Money and success: over- and under-performing teams. In *Weekly Post*. Nr. 186. Verfügbar unter Internetadresse <https://football-observatory.com/IMG/sites/b5wp/2016/186/en/> [abgerufen am 01.11.2020].

Cockayne, D.; Bond, A. J.; Parnell, D., Widdop, P. (2020). Football Worlds: Business and networks during COVID-19. In *Soccer & Society*. doi: 10.1080/14660970.2020.1782719.

Court of Arbitration for Sport (Hrsg.) (2020). CAS 2019/A/6083 AC Milan S.p.A v. UEFA / CAS 2019/A/6261 AC Milan S.p.A v. UEFA. 28.06.2019.

Court of Arbitration for Sport (Hrsg.) (2020). CAS 2020/A/6785 Manchester City FC vs. UEFA. 13.07.2020.

Cutler, M. (2020). Sponsorship spend to fall \$17.2bn: Financial Services by \$5.7bn. In Two Circles. 18.05.20. Verfügbar unter Internetadresse <https://twocircles.com/us-en/articles/projections-sponsorship-spend-to-fall-17-2bn/> [abgerufen am 09.11.2020].

Daumann, F.; Drewes, M.; Follert, F. (2020). Exploring the sports economic impact of COVID-19 on professional soccer. In Soccer & Society. Nr. 22 (1-2). S. 125-137.

Deloitte (2019). Deloitte Football Money League 2019. Verfügbar unter Internetadresse <https://www2.deloitte.com/de/de/pages/consumer-business/articles/annual-review-of-football-finance.html> [abgerufen am 26.08.2020].

Deloitte (2020). Home truths - Annual Review of Football. Verfügbar unter Internetadresse <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/uk/Documents/sports-business-group/deloitte-uk-annual-review-of-football-finance-2020.pdf> [abgerufen am 09.11.2020].

Deutsche Bank Research (DB Research) (Hrsg.) (2020). Konzept – Life after covid-19. Frankfurt/Main.

DFL Deutsche Fußball Liga (Hrsg.) (2020). Wirtschaftsreport 2020. Frankfurt/Main.

Emrich, E.; Frenger, M.; Follert, F.; Richau, L. (2019). Follow me... on the relationship between social media activities and market values in the German Bundesliga. In Diskussionspapiere des Europäischen Instituts für Sozioökonomie e.V.

Ernst&Young; Première Ligue (2020). Étude sur l'impact économique et social du COVID-19 sur les clubs de football professionnel de Ligue 1 – Synthèse. Verfügbar unter Internetadresse <https://premiere-ligue.fr/wp-content/uploads/2020/07/EY-Premiere-Ligue-Impact-COVID-19-Synth%C3%A8se.pdf> [abgerufen am 31.10.2020].

FC Barcelona (Hrsg.) (2017). FC Barcelona communiqué on Neymar Jr. 03.08.17. Verfügbar unter Internetadresse <https://www.fcbarcelona.com/en/football/first-team/news/748497/fc-barcelona-communique-on-neymar-jr> [abgerufen am 09.11.2020].

Fédération Internationale de Football Association (FIFA) (Hrsg.) (2020a). Worldwide registration period calendar, Transfer Matching System, 2020. Verfügbar unter Internetadresse <https://resources.fifa.com/image/upload/transfer-window-calendar-mfa-s-20201026.pdf?cloudid=bqsmsswsdndhujo5ubyc> [abgerufen am 31.10.2020].

Fédération Internationale de Football Association (FIFA) (Hrsg.) (2020b). Regulations on the Status and Transfer of Players, June 2020 Edition (including COVID-19 temporary amendments). Verfügbar unter Internetadresse <https://resources.fifa.com/image/upload/regulations-on-the-status-and-transfer-of-players-june-2020.pdf?cloudid=ixztobdwje3tn2bztqcp> [abgerufen am 31.10.2020].

Fédération Internationale de Football Association (FIFA) (Hrsg.) (2019a). Worldwide registration period calendar, Transfer Matching System, 2019. Verfügbar unter Internetadresse <https://resources.fifa.com/image/upload/transfer-window-calendar.pdf?cloudid=jdhfjn1zhxbwezpl5fzc> [abgerufen am 31.10.2020].

Fédération Internationale de Football Association (FIFA) (Hrsg.) (2019b). Reglement bezüglich Status und Transfer von Spielern. Zürich.

Follert, F. (2017). Vertragstreue im Profifußball-eine entscheidungs-und spieltheoretische Betrachtung. In *WiSt-Wirtschaftswissenschaftliches Studium*. Nr. 46 (10). S. 29-35.

Follert, F. (2018). Die Ökonomisierung des Profifußballs. Ein Beitrag zur aktuellen Diskussion. In *Das Wirtschaftsstudium*. Nr. 47. S. 668–670.

Football Italia (Hrsg.) (2020). Serie A wages fall, Juve make biggest cuts. 10.10.2020. Verfügbar unter Internetadresse <https://www.football-italia.net/160384/serie-wages-fall-juve-make-biggest-cuts> [abgerufen am 09.11.2020].

Frick, B. (2001). Die Einkommen von „Superstars“ und „Wasserträgern“ im professionellen Teamsport. In *Zeitschrift für Betriebswirtschaft*. Nr. 6. S. 701-720.

Frick, B. (2009). Globalization and Factor Mobility: The Impact of the “Bosman-Ruling” on Player Migration in Professional Soccer. In *Journal of Sports Economics*. Nr. 10 (1). S. 88-106.

Frick, B. (2019). Geld schießt (fast) immer Tore: Prof. Dr. Frick über den Transfermarkt, wirtschaftliche Effizienz und die Rolle der Fußball-Fans. 02.08.2019. Verfügbar unter Internetadresse <https://www.uni-paderborn.de/universitaet/hochschul-sport/nachricht/geld-schiesst-fast-immer-tore> [abgerufen am 01.11.2020].

Frick, B.; Lang, M.; Maguire, K.; Quansah, T. (2020). The impact of the coronavirus outbreak (COVID-19) on player salaries, transfer fees, and net transfer expenses in the English Premier League. Im Erscheinen.

Gerhards, J.; Mutz, M.; Wagner, G. (2014). Die Berechnung des Siegers: Marktwert, Ungleichheit, Diversität und Routine als Einflussfaktoren auf die Leistung professioneller Fußballteams/Predictable Winners. Market Value, Inequality, Diversity, and Routine as Predictors of Success in European Soccer Leagues. In *Zeitschrift für Soziologie*. Nr. 43 (3). S. 231-250.

KPMG Football Benchmark (2020a). What are the major impacts of coronavirus on the game? - There's no 'home office' option for football. 17.03.20. Verfügbar unter Internetadresse [https://www.footballbenchmark.com/library/what\\_are\\_the\\_major\\_impacts\\_of\\_coronavirus\\_on\\_the\\_game](https://www.footballbenchmark.com/library/what_are_the_major_impacts_of_coronavirus_on_the_game) [abgerufen am 10.11.2020].

KPMG Football Benchmark (2020b). Pandemic has lasting impact on players' values. 27.10.2020. Verfügbar unter Internetadresse [https://footballbenchmark.com/library/pandemic\\_has\\_lasting\\_impact\\_on\\_players\\_values#:~:text=The%20latest%20update%20in%20KPMG,in%20the%20past%20several%20months](https://footballbenchmark.com/library/pandemic_has_lasting_impact_on_players_values#:~:text=The%20latest%20update%20in%20KPMG,in%20the%20past%20several%20months) [abgerufen am 31.10.2020].

---

KPMG Football Benchmark (2020c). Methodology and limitations of published information. Verfügbar unter Internetadresse [https://www.footballbenchmark.com/methodology/player\\_valuation](https://www.footballbenchmark.com/methodology/player_valuation) [abgerufen am 10.11.2020].

Lorenzen, R (2020). Gehaltsverzicht im Profifußball-Hoeneß und Lemke: Da geht noch mehr. Verfügbar unter Internetadresse <https://www.zdf.de/nachrichten/sport/gehaltsverzicht-fussball-bundesliga-corona-krise-100.html> [abgerufen am 10.11.2020].

Milutinovic, V. (2020). Inklusive Serie A: Italien setzt alle Sportveranstaltungen aus - Zwangspause Italiens Fußball - Was wird aus den Europapokal-Teilnehmern? In Kicker Online. 09.03.2020. Verfügbar unter Internetadresse [https://www.kicker.de/inklusive\\_serie\\_a\\_italien\\_setzt\\_alle\\_sportveranstaltungen\\_aus-771840/artikel](https://www.kicker.de/inklusive_serie_a_italien_setzt_alle_sportveranstaltungen_aus-771840/artikel) [abgerufen am 31.10.2020].

Quitza, J.; Vöpel, H. (2020). Zwischenruf: Zur Reform des Profifußballs, HWWI Standpunkt (August).

Selldorf, P. (2020). Ein Gehaltsverzicht sollte selbstverständlich sein. In Süddeutsche Zeitung Online. 25.11.20. Verfügbar unter Internetadresse <https://sz.de/1.5043239> [abgerufen am 10.11.2020].

Simmons, R. (1997). Implications of the Bosman ruling for football transfer markets. In *Economic Affairs*. Nr. 17 (3). S. 13-18.

Steinmann, T. (2020). Wenn der Profifußball Staatshilfen braucht. In Capital Online. 08.04.2020. Verfügbar unter Internetadresse [www.capital.de](http://www.capital.de) [abgerufen am 31.10.2020].

Surowiecki, J. (2005). *The wisdom of crowds*. New York: Anchor.

Transfermarkt.de (2020a). Reaktion auf Corona: Großteil der Spieler abgewertet – Über 9 Milliarden Euro Minus - Branche rechnet mit Einbruch. 08.04.2020. Verfügbar unter Internetadresse <https://www.transfermarkt.de/reaktion-auf-corona-grossteil-der-spieler-abgewertet-ndash-uber-9-milliarden-euro-minus/view/news/358228> [abgerufen am 31.10.2020].

Transfermarkt.de (2020b). Online-Datenbank. Verfügbar unter Internetadresse [www.transfermarkt.de](http://www.transfermarkt.de) [abgerufen am 31.10.2020].

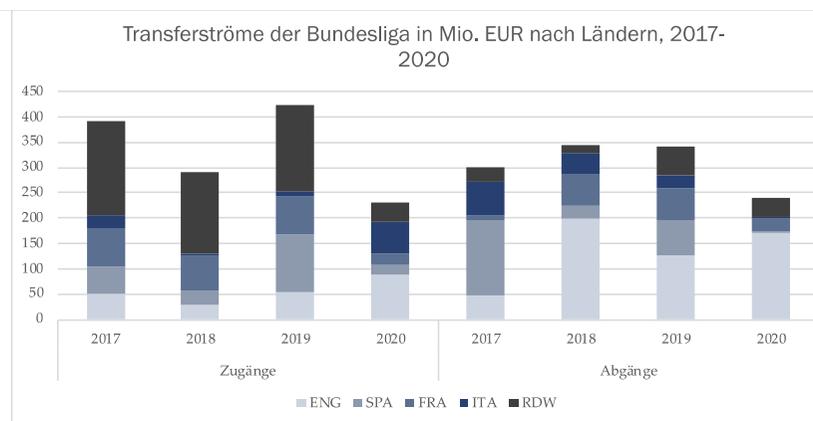
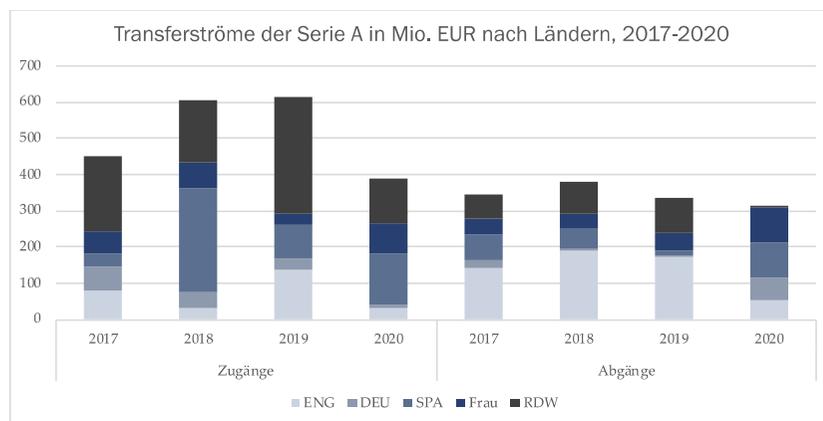
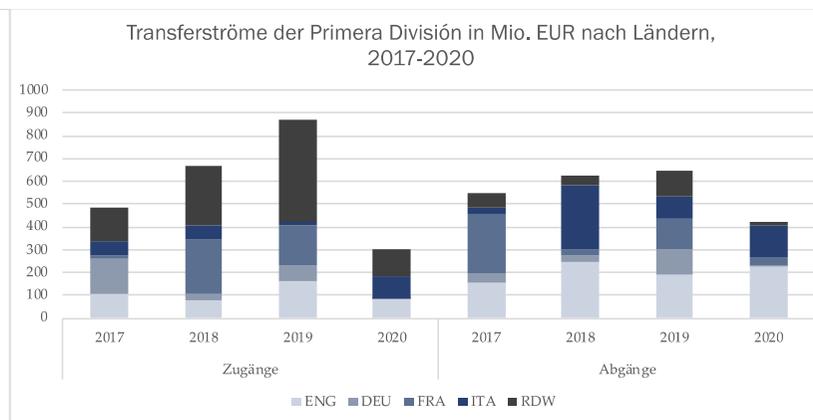
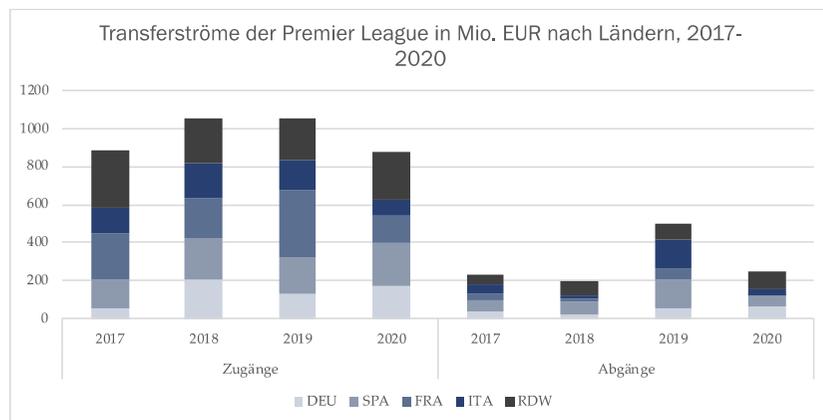
Union of European Football Associations (UEFA) (Hrsg.) (2020). Country coefficients. Verfügbar unter Internetadresse <https://www.uefa.com/memberassociations/uefarankings/country> [abgerufen am 31.10.2020].

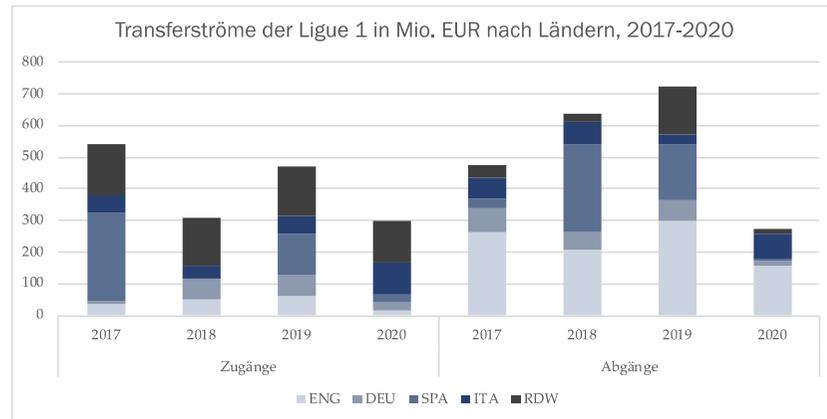
Union of European Football Associations (UEFA) (Hrsg.) (2018). UEFA-Reglement zur Klublizenzierung und zum finanziellen Fairplay. Nyon.

Union of European Football Associations (UEFA) (Hrsg.) (2014). Finanzielles Fairplay kurz erklärt. 28.02.2014. Verfügbar unter Internetadresse <https://de.uefa.com/news/0212-0e892828a7aa-ac9d0e3d9f57-1000--finanzielles-fairplay-kurz-erklart> [abgerufen am 31.10.2020].

Wagner, G. G. (2018): Fußball-WM-Prognose: Favoriten Frankreich und Spanien liegen nach Marktwert-Methode sehr eng beieinander, DIW aktuell 12.

## Appendix





Quelle: Transfermarkt.de (2020c), eigene Darstellung.

### Appendix 1: Transferströme der Ligen in Mio. EUR nach Ländern, Sommertransferfenster 2017-2020