



universität  
wien

# MASTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Wirtschaftsfaktor Fußball. Eine Untersuchung ethischer Probleme durch die Kommerzialisierung im Profifußball anhand Enthüllungen von Football Leaks“

verfasst von / submitted by

Lena Dania BEd

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of  
Master of Arts (MA)

Wien, 2023 / Vienna 2023

Studienkennzahl lt. Studienblatt /  
degree programme code as it appears on  
the student record sheet:

UA 066 641

Studienrichtung lt. Studienblatt /  
degree programme as it appears on  
the student record sheet:

Masterstudium Interdisziplinäre Ethik

Betreut von / Supervisor:

Mag. Mag. Mag. Dr. Dr. Paul Tarmann

# Inhaltsverzeichnis

|                                                           |           |
|-----------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Inhaltsverzeichnis.....</b>                            | <b>2</b>  |
| <b>Kurzfassung .....</b>                                  | <b>4</b>  |
| <b>Abstract .....</b>                                     | <b>5</b>  |
| <b>1. Einleitung und Forschungsinteresse .....</b>        | <b>6</b>  |
| 1.1    Forschungsfrage und Zielsetzung.....               | 6         |
| 1.2    Stand der Forschung .....                          | 7         |
| 1.3    Methodik und vorläufige Gliederung .....           | 9         |
| <b>2. Sport .....</b>                                     | <b>11</b> |
| 2.1    Konzepte von Sport .....                           | 13        |
| 2.2    Entwicklung im Sport.....                          | 14        |
| <b>3. Ethische Aspekte im Sport.....</b>                  | <b>17</b> |
| 3.1    Sportethische Ansätze.....                         | 18        |
| 3.2    Ethoskonzepte im Sport.....                        | 20        |
| 3.3    (Moralische) Werte im Sport.....                   | 22        |
| 3.4    Konzepte von Fairness und Unfairness .....         | 24        |
| 3.5    Grundprinzipien für (sport)ethisches Handeln ..... | 28        |
| <b>4. Wirtschaftsfaktor Fußball.....</b>                  | <b>29</b> |
| 4.1    Kommerzialisierung .....                           | 32        |
| 4.2    Professionalisierung.....                          | 41        |
| 4.3    Medien im Sport und Medialisierung.....            | 43        |
| 4.4    Magisches Dreieck .....                            | 47        |

|                                                                                     |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>5. Probleme der Kommerzialisierung veranschaulicht durch Football Leaks.....</b> | <b>50</b> |
| 5.1 Enthüllungen von Football Leaks.....                                            | 52        |
| 5.2 Weitere Verbindungen zu ethischen Aspekten.....                                 | 65        |
| 5.3 Football Leaks heute.....                                                       | 67        |
| <b>6. Ein Ausblick - Sport als wachsender Wirtschaftsfaktor .....</b>               | <b>69</b> |
| 6.1 Positive und negative Aspekte.....                                              | 69        |
| 6.2 Zukünftige Entwicklungen .....                                                  | 74        |
| 6.3 Ethisch vertretbarer Umgang.....                                                | 77        |
| <b>7. Zusammenfassung .....</b>                                                     | <b>81</b> |
| <b>Literaturverzeichnis.....</b>                                                    | <b>85</b> |
| <b>Abbildungsverzeichnis .....</b>                                                  | <b>92</b> |

# Kurzfassung

Durch die voranschreitende Kommerzialisierung im Fußball entwickelt sich dieser Sport zu einem relevanten Wirtschaftsfaktor. Diese Veränderung bringt vermehrt Kritik sowie negative Auswirkungen mit sich. Insbesondere der Profifußball ist eine von Korruption, Betrug und weiteren unmoralischen Tätigkeiten geprägte Branche. Ziele dieser Masterarbeit sind das Aufzeigen dieser wirtschaftlichen Entwicklungen und die Darstellung ethischer Probleme, die durch die Kommerzialisierung im Profifußball entstehen.

Für diese Auseinandersetzung werden Enthüllungen von Football Leaks herangezogen, die mit ethischen Aspekten in Verbindung gebracht werden. Die Fälle veranschaulichen Gegebenheiten, die im Profifußball auftreten, wie etwa Steuerhinterziehungen oder unmoralische Geschäfte mit jungen Talenten. Damit gehen ethische Probleme, wie etwa das Wachstum an Korruption und Bestechung sowie der Verstoß gegen die Fairness oder Chancengleichheit, die wesentliche Bedingungen für den Sport darstellen, einher.

Diese Entwicklungen benötigen Maßnahmen, die zukünftig einen ethisch vertretbaren Umgang mit Sport als einem wachsenden Wirtschaftsfaktor gewährleisten. In dieser Masterarbeit können einige davon, wie beispielsweise die Etablierung von Verhaltens- und Ethikcodexen, die frühzeitige Vermittlung von ethischen Werten, weitere Korruptionspräventionen sowie strengere Kontrollen und Regelungen, aufgezeigt werden.

# **Abstract**

Due to the advancing commercialization in soccer, this sport is developing into an economically relevant factor. This transformation is increasingly criticized and causes various negative consequences. Professional football in particular is an industry coined by corruption, fraud and further immoral actions. This master's thesis intends to illustrate these economic developments as well as the ethical issues that result from the commercialization in soccer.

In this context revelations by Football Leaks are analyzed and then associated with ethical aspects. These cases illustrate circumstances that occur in professional football, such as tax evasion or unethical deals with young talents. Ethical issues, such as an increase of corruption and bribery as well as of violations concerning fairness or equality of opportunity, which are regarded as essential conditions for sport, accompany this progress.

Hence, measures are required to ensure an ethically justifiable approach to sport as a growing economic factor in the future. Some of them, such as the establishment of codes of conduct and ethics, the early communication of ethical values, further prevention of corruption and stricter controls and regulations, are demonstrated in this master's thesis.

# 1. Einleitung und Forschungsinteresse

Der Sport verändert sich und damit auch seine Verbindung zur Ethik. Während Sport früher in erster Linie zur Erhaltung der Gesundheit gedient habe, sei es seit Ende des 19. Jahrhunderts insbesondere durch die Kommerzialisierung, Professionalisierung und Mediatisierung zu grundlegenden Veränderungen im Sport gekommen.<sup>1</sup> Diese Veränderungen zeigen sich im Amateur- sowie Leistungssport und beziehen sich auf unterschiedliche Aspekte und Bereiche. Sie reichen von der persönlichen Einstellung der Sportlerinnen und Sportler bis hin zur Entstehung von Wirtschaftsfaktoren, wie es der Fußball heutzutage ist. Die Folgen dieser Veränderungen sind jedoch nicht immer positiv. Buschmann zufolge hat insbesondere der Fußball eine Schattenseite, die sich durch Skandale erkennbar mache. Sie äußere sich in unmoralischen Geschäften in Bezug auf Transfers oder Verträge, Korruption sowie Betrug anderer Art, sowohl auf Sportlerinnen/Sportler- als auch auf Organisationsebene.<sup>2</sup> An dieser Stelle ist anzumerken, dass das Fußballgeschäft nur eines von vielen Beispielen ist, das die negativen Auswirkungen ökonomischer Faktoren im Sport aufzeigt. Während die Vernetzung von Sport und Ökonomie sowie ihr komplexes Verhältnis zueinander in der Literatur durchaus thematisiert werden, wobei es sich Cotterell und Vöpel nach etwa um Themen wie die Messung der ökonomischen Bedeutung des Sports oder der Sport an sich als ökonomisches Gut<sup>3</sup> handelt, wird dem Zusammenhang zwischen diesen Thematiken und der Sportethik weniger Beachtung geschenkt. Die zuvor erwähnten Veränderungen und die damit einhergehenden Folgen zeigen sich sowohl auf ökonomischer als auch sportlicher Ebene und steigern die Wichtigkeit einer ethischen Auseinandersetzung in diesem Kontext. Es gilt die Veränderung hinsichtlich ökonomischer Faktoren zu thematisieren und die damit einhergehenden ethischen Problematiken im Sport und darunter vor allem im Fußball zu untersuchen.

## 1.1 Forschungsfrage und Zielsetzung

Aus dem oben angeführten Forschungsinteresse ergeben sich zwei wesentliche Themen des Sports, die tiefergehend betrachtet werden sollen: die Ökonomie des Sports und die Sportethik. In Bezug auf die Ökonomie stellt der Fokus auf die Kommerzialisierung des Sports

---

<sup>1</sup> Vgl. Bulut, Velihan: *Sportethik. Wie der Drang zum Sieg das schlechte Gewissen in den Schatten stellt*. München: Grin 2011, S. 1.

<sup>2</sup> Buschmann, Rafael/Wulzinger, Michael: *Football Leaks. Die schmutzigen Geschäfte im Profifußball*. München: Spiegel Buchverlag 2017, S. 1f.

<sup>3</sup> Cotterell, Maïke/Vöpel, Henning: *Sport und Ökonomie: Ein ambivalentes Verhältnis*. In: *Indes* 9 (1), 2020, S. 71ff.

eine Eingrenzung des Themas dar. Eine ethische Betrachtung der daraus resultierenden Probleme lässt sich in den Bereich der Sportethik einordnen.

Aus diesen zentralen Punkten ergibt sich folgende Forschungsfrage, die es in dieser Masterarbeit zu beantworten gilt:

*„Welche ethischen Probleme ergeben sich durch die Kommerzialisierung im Profifußball, basierend auf konkreten Enthüllungen von Football Leaks?“*

Ziel dieser Arbeit ist es demnach zunächst aufzuzeigen, in welcher Weise sich der Sport, mit Hauptaugenmerk auf die Kommerzialisierung, verändert hat und anschließend die damit einhergehenden Probleme aus einer ethischen Sichtweise zu untersuchen. Um eine Eingrenzung der Thematik festzulegen, werden diese Auseinandersetzungen und Untersuchungen insbesondere am Beispiel Profifußball getätigt, wobei ein Schwerpunkt auf der Enthüllungsplattform Football Leaks gelegt wird.

## **1.2 Stand der Forschung**

Um auf ökonomischen Faktoren und damit einhergehenden Probleme im Sport einzugehen, kann aufgezeigt werden, dass sich der Zusammenhang zwischen Ökonomie und Sport im Laufe der Zeit deutlich intensiviert hat. In den letzten Jahrzehnten hat der Sport folglich neben seiner gesellschaftlichen auch eine immer größere werdende ökonomische Bedeutung erlangt. Daraus resultiert ein interessantes Zusammenspiel aus der kommerziellen Entwicklung und dem gleichzeitigen Versuch, den nicht-warenförmigen Charakters des Sports zu bewahren. Problematiken, wie eine Überkommerzialisierung, Monopolisierung oder Überschuldung, können sich Cotterell und Vöpel zufolge unter anderem durch eine Mischform von Sport als privates und öffentliches Gut, durch (Fehl-)Anreize oder andere ökonomische Besonderheiten ergeben.<sup>4</sup> Sport ist ein Wirtschaftsfaktor geworden und wird durch ökonomische Verflechtungen mit Medien, Veranstaltern, Sportartikelherstellern, Wettanbietern und vielen mehr zu einer marktwirtschaftlich relevanten Größe. Die Folge der Verknüpfung zwischen Sport und nicht-sportlichen Sphären sei das Aufkommen gesellschaftlicher Triebkräfte im Sport, wie der Wunsch nach Machtzuwachs oder Gewinnmaximierung.<sup>5</sup>

Die Forschung rund um die Sportethik lässt sich als aktuell und vielseitig beschreiben. Es existieren bereits einige sportethische Ansätze wie etwa jene von Meinberg (Co-existierende

---

<sup>4</sup> Ebd., S. 73.

<sup>5</sup> Asmuth, Christoph: *Was ist Doping. Fakten und Probleme der aktuellen Diskussion*. Bielefeld: transcript 2010, S. 7ff.

Sportethik), Court (Vermittelnd-funktionale Sportethik) oder Pawlenka (Utilitarismus), um drei umfangreiche Theorien zu nennen. Pawlenka zufolge sind Aufgaben der Sportethik unter anderem die Reflexion der handlungsleitenden Überzeugungen im Sport aber auch des Sportethos sowie eine theoretische Begründung von Werten und Normen im Sport.<sup>6</sup> In Bezug auf (moralische) Werte stellt sich neben dem Aspekt der Leistung das Thema Fairness als wichtig heraus. Dabei wird in der Literatur häufig auf die Erweiterung des Verständnisses von Fairness als reine Übereinstimmung und Einhaltung von Spielregeln zu einem Phänomen, das über die Regelkonformität hinausgeht, hingewiesen.<sup>7</sup> Zudem sieht Wischmann die Fairness als Leitmotiv des Sportethos und als entscheidende Haltung bei sportlichen Ausübungen.<sup>8</sup> Eine weitere Verbindung zwischen Fairness und Sportethos lässt sich Meinberg nach in der Veränderung des Ethos im Sport beziehungsweise im Wettkampf von einem Kriegsethos hin zu einem Fairnessethos aufzeigen.<sup>9</sup> Durch die vielen variablen Faktoren, die auf das Sportethos wirken, könne dieses schließlich nicht als festgelegt betrachtet werden.<sup>10</sup>

Um diese Thematiken zu verbinden, kann davon gesprochen werden, dass ökonomische Aspekte, wie die Kommerzialisierung des Sports, beispielsweise unmoralisches Verhalten und Handeln fördern. So scheinen ökonomische Faktoren und ihre zunehmende Bedeutung für Doping, eine Handlung welche deutlich als unmoralisch in der Sportwelt klassifiziert wird, ausschlaggebende Gründe zu sein. Durch eine Zunahme des Geldes, das man in einer Sportart verdienen kann, kommt es Digel zufolge zu raffinierteren und aufwändigeren Methoden im Doping.<sup>11</sup> Neben diesem Vergehen bringe die Kommerzialisierung im Fußball noch weitere Probleme mit sich, die ethisch hinterfragt werden können, darunter etwa Wettmanipulation, Korruption, Gewalt oder Rassismus.<sup>12</sup>

Besonders viele Fälle, die ein unmoralisches Verhalten im Fußball aufzeigen, lieferte die Enthüllungsplattform Football Leaks, die im Herbst 2015 damit begonnen habe Informationen rund um die Schattenseite des Fußballs und seinen Akteurinnen und Akteuren ins Netz

---

<sup>6</sup> Pawlenka, Claudia: *Sportethik. Regeln – Fairneß – Doping*. Paderborn: Mentis 2004, S. 9ff.

<sup>7</sup> Vgl. Wischmann, Berno: *Die Fairness. Eine erfreuliche Erscheinung des Sports und eine nützliche Tugend in unserer Wettbewerbsgesellschaft*. Frankfurt am Main: Wilhelm Limpert 1962, S. 41f.

<sup>8</sup> Ebd., S. 42.

<sup>9</sup> Meinberg, Eckhard: *Die Moral im Sport. Bausteine einer neuen Sportethik*. Aachen: Meyer & Meyer 1991, S. 7f.

<sup>10</sup> Kuchler, Walter: *Sportethos: Eine moraltheologische Untersuchung des im Lebensbereich Sport lebendigen Ethos als Beitrag zu einer Phänomenologie der Ethosformen*. München: Johann Ambrosius Barth 1969, S. 183f.

<sup>11</sup> Digel, Helmut: *Sport zwischen Faszination und Abscheu. Stichworte zur Sportentwicklung*. Schorndorf: Hofmann 2018, S. 65f.

<sup>12</sup> Sieweck, Jörg: *Wirtschaftsfaktor Fußball: Der Milliarden-Markt rund um den Fußball*. Norderstedt: BoD–Books on Demand, 2016, S. 15.

zu stellen. Der SPIEGEL arbeitete sich mit seinen Partnern des Recherchenetzwerkes European Investigative Collaborations (EIC) durch einen Datensatz, der 18,6 Millionen Dokumente enthält, wodurch viele Skandale der Fußballwelt aufgedeckt wurden. Buschmann zufolge sind schmutzige Geschäfte von den bedeutendsten europäischen Klubs, linke Aktionen von Spielvermittlern, Veröffentlichungen von Verträgen oder Transfervereinbarungen oder Geschichten über konkrete Spieler, wie etwa die Steuerhinterziehung von Weltfußballer Cristiano Ronaldo Beispiele davon.<sup>13</sup> Bei diesen Geschichten handelt es sich nicht nur um Skandale, die für sich stehen, sondern sie veranschaulichen Probleme, die im Fußball präsent sind. Beispiele dafür wären die Entkoppelung des Fußballs von dem, was er einst war, der Verstoß gegen die Fairnessprinzipien im Sport oder korrupte Tätigkeiten wie Bestechung und Betrug. Diese Skandale zeigen sportliche, wirtschaftliche und ethische Probleme auf, die es zu betrachten gilt.

Die Fälle verdeutlichen schließlich, dass es sich um eine berechtigte Frage handelt, ob es sich beim modernen Sport, der von sich verändernden ökonomischen Faktoren wie der Kommerzialisierung oder Professionalisierung geprägt ist, noch um ein zweckfreies Spiel beziehungsweise einen Ausgleich zu anderen Belastungen handle. Sport stehe für eine gute Sache, jedoch werde diese Sichtweise brüchig. Damit einher gehe zudem der Verlust der Fairness und die Fraglichkeit des Selbstverständnisses von Sport.<sup>14</sup>

### **1.3 Methodik und vorläufige Gliederung**

Nach einer Einleitung, welche das Forschungsinteresse, die Relevanz, die Forschungsfrage, die Zielsetzung, den Stand der Forschung sowie die methodische Herangehensweise beinhaltet, folgt ein kurzer allgemeiner Teil zum Thema Sport. Behandelt werden dabei insbesondere unterschiedliche Konzepte des Sports sowie Veränderungen dessen.

Das zweite Kapitel befasst sich mit ethischen Aspekten im Sport. Es beinhaltet unter anderem Konzepte des Sportethos sowie (moralische) Werte im Sport mit einem abschließenden Schwerpunkt auf den Konzepten von Fairness und Unfairness.

Im Fokus steht anschließend die wirtschaftliche Bedeutung des Profifußballs. Die detailliertere Betrachtung des Wirtschaftsfaktors Fußball dient auch hier zur Veranschaulichung und Eingrenzung des Themas. Dabei soll die Entwicklung von Sport als zweckfreies Phänomen

---

<sup>13</sup> Buschmann/Wulzinger 2017, S. 1f.

<sup>14</sup> Volker, Gerhard: Die Moral des Sports. In: Caysa, Volker (Hg.): *Sportphilosophie*. Leipzig: Reclam 1997, S. 172ff.

hin zu einer wirtschaftlich relevanten Größe aufgezeigt werden. Weiter Bestandteile dieses Kapitels sind die Themen Kommerzialisierung, Professionalisierung und Medialisierung, wobei das Hauptaugenmerk auf dem erstgenannten liegt.

Diese beiden Kapitel bilden die theoretische Grundlage für eine ethische Auseinandersetzung mit Problemen der Kommerzialisierung im Profifußball. Dabei gilt es unter anderem zu veranschaulichen, welchen Einfluss die Kommerzialisierung auf den Profifußball hat. Durch die Untersuchung und Analyse konkreter Enthüllungen von Football Leaks, welche durch den SPIEGEL veröffentlicht wurden, sollen die damit einhergehenden ethischen Problematiken aufgezeigt werden. Die ausgewählten Enthüllungen beziehen sich auf die Themen Steuerhinterziehung, den Umgang mit Jungspielern sowie Doping.

Folglich wird diese Arbeit folgendermaßen aufgebaut: Zuerst werden ausgewählte ethische Aspekte und ökonomische Faktoren im Sport mit dem Fokus auf Fußball dargestellt und diese anschließend mit konkreten Fällen in Verbindung gebracht. Schritt für Schritt sollen dann die einzelnen Enthüllungen beschrieben und weiters aus einem ethischen Blickwinkel analysiert werden. Ziel ist es dadurch, wie zuvor erwähnt, unter anderem ethische Probleme aufzuzeigen, die sich durch die Kommerzialisierung im Profifußball ergeben.

Da der Sport, insbesondere der Fußball, ein stetig wachsender Wirtschaftsfaktor ist und damit einhergehend auch die wirtschaftlichen, sportlichen und ethischen Probleme steigen, erfolgt am Ende dieser Arbeit ein Ausblick mit möglichen Vorschlägen zu einem ethisch vertretbaren wirtschaftlichen Umgang mit Sport. Darunter befinden sich Ansätze, welche die positiven Aspekte der Kommerzialisierung im Sport herausstreichen und die negativen Auswirkungen minimieren. Den Schluss bilden eine Zusammenfassung sowie diverse Verzeichnisse und Anhänge.

An dieser Stelle gilt es vorab noch einen wesentlichen Faktor dieser Arbeit zu erwähnen: Aufgrund der Tatsache, dass die Kommerzialisierung insbesondere im Herren Profifußball eine Rolle spielt, wird der Fokus dieser Arbeit auf diesen Bereich gelegt. Es werden in dieser Arbeit einige Aspekte erläutert, die nach ausgiebiger Recherche zu diesem Thema Phänomene sind, die bisher nur im Herren Profifußball auftreten. Zudem betreffen einige historische Aspekte nur männliche Personen, weil der Sport zu dieser Zeit nur für sie zugänglich war. Wird in dieser Masterarbeit folglich an gewissen Stellen nicht gegendert, ist dies darauf zurückzuführen, dass sich diese Thematik nur auf männliche Personen bezogen hat oder bezieht.

## 2. Sport

Der Versuch, Sport zu definieren, stellt sich als durchaus schwierig heraus und viele Beiträge hinsichtlich des Sportbegriffs sind unpräzise und nicht einheitlich. Auch Rötigs und Prohl kennzeichnen diesen Begriff als einen mittlerweile weltweit gebrauchten und umgangssprachlichen, für den eine Definition oder eine eindeutige begriffliche Abgrenzung nicht möglich ist.<sup>15</sup> Damit bleiben die beiden Wissenschaftler bei einem Alltagssprachlichen Gebrauch des Begriffes. Andere Definitionen beziehen sich wiederum nur auf Teile eines alltags- und umgangssprachlichen Verständnisses von Sport und exkludieren damit Aspekte, die Alltagssprachlich gesehen zu Sport zählen würden, wie etwa der Gesundheitssport.<sup>16</sup> Solch eine Definition stammt beispielsweise von Claus Tiedemann:

„Sport‘ ist ein kulturelles Tätigkeitsfeld, in dem Menschen sich freiwillig in eine Beziehung zu anderen Menschen begeben, um ihre jeweiligen Fähigkeiten und Fertigkeiten in der Bewegungskunst zu vergleichen - nach selbst gesetzten oder übernommenen Regeln und auf Grundlage der gesellschaftlich akzeptierten ethischen Werte.“<sup>17</sup>

Das Inkludieren des Faktors *ethischer Wert* in die Definition von Sport ist nicht gängig, der Autor weist jedoch auf die Sinnhaftigkeit dieses Aspektes hin. Durch den Zusatz *gesellschaftlich akzeptiert* könne zudem der kulturell dynamische Charakter der Normen sowie ihre ständige Veränderung, sowohl innerhalb einer als auch im Vergleich zu anderen Gesellschaften, verdeutlicht werden.<sup>18</sup>

Auch Bernhard Maier erkennt die Vielfältigkeit dieses Begriffs und weist auf die Notwendigkeit der Differenzierung in Bezug auf Definition und Herkunft des Sportbegriffs hin. In seinem *Dictionarium der Sportethik*<sup>19</sup> gibt er Einblicke in Auseinandersetzungen mit dem Phänomen Sport. Während unter Sport im weiteren Sinn die Ausübung unzähliger Sportarten zu verstehen sei, bei denen meist nicht der Wettkampf im Vordergrund stehe, definiert Maier den Sport im engeren Sinn als Wettkampfsport folgendermaßen:

„Wesentliche Merkmale des Sports bestehen darin, dass Menschen spielerisch, d.h. nach Regeln und daher chancengleich (vielleicht besser chancengerecht) und in der

---

<sup>15</sup> Röthing, Peter/Prohl, Robert: Sport (sport[s]). In: Röthing, Peter/Prohl, Robert (Hg.): *Sportwissenschaftliches Lexikon*. Schorndorf: Hofmann Verlag 2003, S.493.

<sup>16</sup> Tiedemann, Claus: „Sport“ – *Vorschlag einer Definition*. Hamburg: Universität Hamburg 2021, S. 4f.

<sup>17</sup> Ebd., S. 1.

<sup>18</sup> Ebd., S.18.

<sup>19</sup> Maier, Bernhard: *Dictionarium der Sportethik*. Redaktion und Mitarbeit durch Paul R. Tarmann. Perchtoldsdorf: Johannes Martinek Verlag 2022, S.115.

Lage fair – wie folgenlos für Leib und Leben, sowie nach Leistung strebend sich selbst oder mittelbar (durch Tier, Maschine) bewegend gegen sich oder andere organisiert oder hobbymäßig wettkämpfen.“<sup>20</sup>

Nach Pawlenka ist Sport im engeren Sinn ein Regelspiel, bei dem freiwillig und meist körperlich, willkürliche Hindernisse überwunden werden. Dabei seien der Leistungsvergleich und die durch Chancengleichheit verursachte Ungewissheit des Ausgangs, wodurch wiederum Spannung und der Wille zum Gewinnen entstehe, wesentliche Aspekte. Zudem werden die notwendige Fairness und Achtung der Gegnerinnen und Gegner unter anderem durch Regeln möglich. Der als autotelisch klassifizierte sportliche Wettkampf als Spiel habe sich selbst zum Ziel und Sinn.<sup>21</sup>

Für diese Masterarbeit ist unter anderem die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem Phänomen Sport relevant. Ansätze einer Wissenschaft des Sports im weiteren Sinn können bereits bei den alten Griechen aufgefunden werden. Während damals lediglich in die Gymnastik und Athletik unterteilt wurde, ist die wissenschaftliche Untersuchung rund um das Thema Sport heutzutage nahezu grenzenlos.

Güllich und Krüger nach hat die Sportwissenschaft grundsätzlich zwei Aufgaben zu erfüllen. Zum einen müsse sie Personen, die sich beispielsweise beruflich mit Sport befassen möchten, wie etwa im Kontext Schule, Handel, Dienstleistung oder Industrie, eine wissenschaftlich-akademische Qualifikation im Rahmen eines Studiums ermöglichen und zum anderen müsse sie wissenschaftliche Forschungen zu Sport betreiben. Die drei Bereiche, die bei der Forschung im Vordergrund stehen, beziehen sich auf Themen rund um die Lehre und Vermittlung von Sport, sportlichen Themen, die im Zusammenhang mit Gesundheit und Krankheit stehen, und Fragestellungen und Problematiken im Leistungs- und Wettkampfsport.<sup>22</sup> Eine Übertragung dieser Anführung auf das Thema dieser Masterarbeit zeigt einen Zusammenhang: Die Auseinandersetzung mit den Problemen im Profifußball könnte beispielsweise in die dritte Kategorie eingeordnet werden, aber veranschaulicht auch, dass die Verbindung von Sport, Ökonomie und Ethik in der Forschung im Sportbereich noch mehr thematisiert werden sollte. Diese Masterarbeit soll einen Beitrag dazu leisten.

---

<sup>20</sup> Ebd., S. 116f.

<sup>21</sup> Pawlenka, Claudia: *Utilitarismus und Sportethik*. Paderborn: Mentis 2002, 54ff.

<sup>22</sup> Güllich, Arne/Krüger, Michael: *Sport. Das Lehrbuch für das Sportstudium*. Berlin Heidelberg: Springer Spektrum 2013, S. 10ff.

## 2.1 Konzepte von Sport

Um der zuvor angesprochenen Notwendigkeit einer Differenzierung rund um den Sportbegriff nachzugehen, beschäftigt sich dieses Unterkapitel kurz mit Ausdifferenzierungen und Facetten von Sport. Der moderne Sportbegriff inkludiere neben traditionellen Verständnissen, dem klassischen Wettkampfsport oder dem gängigen Begriff des Schulsports auch viele weitere Felder, in denen er betrieben wird, darunter etwa der Breiten-, Freizeit-, Gesundheits-, Fitness-, oder Rehabilitationssport.<sup>23</sup> Diese Felder stehen in unterschiedlichen Beziehungen zueinander. Insbesondere die Verbindung von Wettkampf- und Breitensport findet einen Platz in der sportwissenschaftlichen Forschung. Es stellt sich die Frage nach einem harmonischen Aufbau im Sport, bei dem der Breitensport sich visuell gesehen unten und der Spitzensport sich oben bei einer Pyramide befinden würde. Die Realität ist jedoch von Professionalisierung und Ökonomisierung geprägt und führt zu einer immer größer werdenden Kluft zwischen dem Breitensport und dem professionalisierten Hochleistungssport. Die noch vorhandene dünne Verbindung besteht Maier zufolge in den sportlichen Regeln und der nötigen Tugend der formellen Fairness.<sup>24</sup>

Eine ähnliche Unterscheidung wird zudem in Bezug auf die Differenzierung von Breiten- und Leistungssport getätigt. Eichel nach ist unter Breitensport jener Sport zu verstehen, der unabhängig von Ort oder Rahmenbedingungen von der breiten Bevölkerung betrieben wird, zu dem jede(r) Zugang hat und bei dem das Freizeitvergnügen im Vordergrund steht. Leistungssport werde hingegen auf einem gewissen Leistungsniveau betrieben, bei dem das Erzielen von sportlichen Erfolgen im Fokus stehe. Zudem wird in der Literatur der Profi- oder Berufssport explizit angeführt, worunter der Sport zu verstehen sei, der zum Erwerb des Lebensunterhalts betrieben werde. Dafür werde das Zuschauerinteresse benötigt, welches die notwendige Voraussetzung für Gagen und Preisgelder sowie Sponsoren- und Werbeverträge in gewissen Höhen bilde. Demgegenüber steht gemäß dem Autor weiters der Amateursport, der als Hobby und nicht als Beruf betrieben wird. Zu ihm gehöre sowohl der Breiten- als auch der Leistungssport unabhängig vom Leistungsniveau, sofern er nicht als Einnahmequelle für einen Lebensunterhalt ausreiche.<sup>25</sup>

---

<sup>23</sup> Ebd., S. 5.

<sup>24</sup> Maier 2022, S. 119.

<sup>25</sup> Eichel, Benjamin: *Der Sport im Recht der Europäischen Union: Rechtliche Wirkungen der Unionskompetenz aus Art. 165 AEUV für die Regelungsbefugnisse von Mitgliedstaaten und Sportverbänden*. Baden-Baden: Nomos 2013, S. 34f.

In Bezug auf den wissenschaftlichen Aspekt des Sports können auch unterschiedliche Bereiche aufgezeigt werden, mit denen sich die Sportwissenschaft befasst, darunter die gängigen Disziplinen wie Sportmedizin, -psychologie, -geschichte, -pädagogik, -soziologie oder die Bewegungs- und Trainingswissenschaft aber auch neue Teildisziplinen wie das Sportrecht, die Sportinformatik oder die Sportökonomie.<sup>26</sup>

Das Thema dieser Masterarbeit bezieht sich durch die Schwerpunktsetzung Profifußball, auf das Konzept Sport als Wettkampf/professionalisierter Leistungssport/Profi- und Berufssport und lässt sich wissenschaftlich gesehen in die Bereiche der Sportökonomie und Sportethik einordnen.

## **2.2 Entwicklung im Sport**

Das folgende Kapitel soll keine detaillierte Anführung über die historische Entwicklung des Sports von seinen Anfängen bis zur Neuzeit geben, denn diese lässt sich wie folgt grob zusammenfassen: Sport entwickle sich von einer Tätigkeit zum Vergnügen und zur Erholung, über die Bezeichnung von Freizeitbeschäftigungen des Adels als Sport, über die Einführung von sportlicher Leibesübung, über die Einführung des klassenlosen Sports bis hin zur Internationalisierung von Sport unter anderem durch die Olympische Bewegung und die ersten Olympischen Spiele der Neuzeit.<sup>27</sup> Ziel dieses Kapitels ist es viel mehr, die Entwicklung im und des modernen Sports und Sportverständnisses aufzuzeigen.

Im Laufe des 20. Jahrhunderts hat sich Sport in vielerlei Hinsicht verändert. Er hat sich zu einem bedeutenden sozialen, kulturellen, gesellschaftlichen, wirtschaftlichen, aber auch politischen Konstrukt entwickelt. Diese Veränderung begünstigt und erweitert zudem eine wissenschaftliche Auseinandersetzung mit diesem Thema sowohl in der Forschung als auch in der Lehre, wie es bereits im vorherigen Kapitel kurz aufgezeigt wurde. Laut Güllich und Krüger prägen Wachstum und Differenzierung die Versportlichung der modernen Gesellschaft. Diese Aspekte äußern sich in unterschiedlichsten Formen, wie etwa in einem erweiterten Verständnis von Sport. Daraus resultiere ein Anstieg von an Sport partizipierenden Menschen. Dies reiche vom passiven Zuschauen bis hin zum aktiven Betreiben von Leistungs- und Hochleistungssport. Weitere Erscheinungsformen seien neuere, innovativere Sportarten, wodurch eine Ausübung von Sport in jedem Lebensalter begünstigt werde.<sup>28</sup>

---

<sup>26</sup> Güllich/Krüger 2013, S. 5.

<sup>27</sup> Eichel 2013, S. 23f.

<sup>28</sup> Güllich/Krüger 2013, S. 5.

Mit dem Wachstum des Verständnisses von Sport, teilnehmender Menschen am Sport und an neuen Sportarten geht auch ein wirtschaftliches Wachstum von Sport einher. Insbesondere die Kommerzialisierung ist im Wesentlichen eine Entwicklung der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts. Eichel gemäß hat dieses Thema in gewisser Weise bereits in der Antike eine Rolle gespielt, in der Athleten beispielsweise für Siege lebenslange Steuerfreiheit bekamen<sup>29</sup>, doch im Allgemeinen hat die stetig wachsende Verbindung von Sport und Wirtschaft ihren Ursprung im vorherigen Jahrhundert. Diese kommerzielle Entwicklung des Sports, die später aufgrund ihrer Wichtigkeit für diese Masterarbeit noch mehrfach aufgegriffen und thematisiert wird, sei unter anderem durch einen allgemeinen gesellschaftlichen Wandel verursacht worden. Der Autor führt diesbezüglich die Entwicklung von Freizeit und Sport im Speziellen als eine Nebensache zu einem zentralen Lebensinhalt an. Die sinkenden Arbeitszeiten und der damit einhergehende Anstieg der Freizeit erhöhe die Nachfrage nach Sport. Diese Nachfrage benötige ein erweitertes Sportangebot, welches sich an den Gesetzen des Marktes, gesundheitlichen Bedürfnissen, individuellen Neigungen sowie dem Streben nach Spaß, Fitness, Glück und Identität anpasse. Die Sportangebote von traditionellen Organisationen werden aufgrund der Marktflexibilität und gewinnorientierten Wirtschaftsunternehmen schrittweise ersetzt und verdrängt. Weitere Entwicklungen im Sport beziehungsweise Begünstigungen der Kommerzialisierung liegen in den Entscheidungen des Internationalen Olympischen Komitees (IOC) Anfang der 1980er Jahre. Eichel nach wurden von nun an Berufssportlerinnen und Berufssportler bei den Olympischen Spielen zugelassen und das System des offiziellen Sponsorings der Olympischen Spiele wurde eingeführt.<sup>30</sup>

Die Olympischen Spiele stellen auch eine Entwicklung im Sport dar, die einen großen Einfluss auf den Sport selbst hat und seine Veränderung widerspiegelt. Ausgehend von den vermeintlich friedlichen Olympischen Spielen der Antike, bei denen es um eine Zusammenkunft von Kulturen gegangen sei und bei deren Dauer ein Waffenstillstand geherrscht habe,<sup>31</sup> über die Olympische Bewegung von Pierre de Coubertin. In dieser sei der Olympismus, welcher sich an fundamentalen und universell gültigen ethischen Prinzipien orientiere und bei dem Werte wie Fairplay, Menschenwürde und Völkerbegegnungen zentral seien entstanden. Ein wesentlicher Aspekt sei zudem das Motto *citius-altius-fortius*/schneller-höher-stär-

---

<sup>29</sup> Eichel 2013, S. 26ff.

<sup>30</sup> Ebd.

<sup>31</sup> Jahn, Michael: *Verdammt zum Siegen?! Was ist der Sport wert? Sportethische Gedanken*. Purkersdorf: Hollinek 2010, S. 81ff.

ker gewesen, worunter Coubertin zu seiner Zeit das Streben nach menschlicher Vervollkommnung über hohe sportliche Leistungen verstand und worin er eine pädagogische Zielrichtung sah. Diese Worte haben sich Maier zufolge später jedoch zu einem medial, kommerziell, ökonomisch und politisch verwertbaren Erfolgs- und Rekordprinzip entwickelt, das die Realität des heutigen Sports widerspiegelt, die von Doping und Betrug geprägt ist.<sup>32</sup>

Doch sind Doping, Betrug und die Kommerzialisierung als eine Gefahr für fairen Sport tatsächlich erst moderne Probleme? Bereits in der Antike habe es Formen von Doping und Ungereimtheiten gegeben<sup>33</sup> und berechtigterweise warnte Coubertin, zitiert nach Maier, schon damals mit seiner Aussage: „Markt oder Tempel! Die Sportleute haben zu wählen. Sie können nicht beides wollen, sie müssen eines entscheiden – Sportleute wählet!“<sup>34</sup> vor der wirtschaftlichen und politischen Verwertung des Sports.

---

<sup>32</sup> Maier 2022, S. 95.

<sup>33</sup> Jahn 2010, S. 81ff.

<sup>34</sup> Maier 2022, S. 93.

### 3. Ethische Aspekte im Sport

Die Disziplin, die sich mit ethischen Aspekten im Sport beschäftigt, ist die Sportethik, ein Teilbereich der allgemeinen Ethik. Die „Sportethik ist die Theorie der sportmoralischen Praxis“<sup>35</sup>, wie sie Meinberg knapp definiert. Brunn zufolge ist sie ein junges Fachgebiet und gehört als Bereichsethik zu den angewandten Ethiken. An dieser Stelle gilt anzuführen, dass es auch Positionen gibt, die die Sportethik als eine in sich selbstständige Ethik konzipieren. Der Sport basierend auf dem Spielgedanken stelle diesen Theorien zufolge eine Eigenwelt dar, die mit dem Prinzip der Fairness ein eigenes Ethos besitze. Infolgedessen lehnen sie den Gedanken der Sportethik als ein Teilgebiet der allgemeinen angewandten Ethik ab unter anderem mit der Begründung, dass Sport über eigene Werte verfüge, die sich durch den Sport als eigenes Phänomen anthropologisch erklären lassen. Dem gegenüber stehe der Externalismus, der die ethischen Prinzipien des Sports auf den Austausch mit anderen gesellschaftlichen Funktionsbereichen zurückführe.<sup>36</sup> Die Sportethik beschäftigt sich Pawlenka nach mit den moralischen Normen des menschlichen Handelns im Sport sowie in der Sportwissenschaft, wobei auf zwei Ebenen Bezug genommen wird. Zum einen wird direkt die Ebene der Akteurinnen und Akteure selbst, darunter hauptsächlich die aktiven Sportlerinnen und Sportler angesprochen und zum anderen indirekte Akteurinnen und Akteure des Sports, wie Trainerinnen und Trainer, Managerinnen und Manager, die Zuschauer etc. Im Fokus stehe bei der Auseinandersetzung mit sportlichem Handeln vor allem das Einhalten von vorgeschriebenen Regeln sowie das Thema Fairness.<sup>37</sup>

Maier stellt ähnliche Aspekte in seiner Anführung dar und definiert Sportethik wie folgt:

„Eine Sportethik ist immer die Kombination aus allgemeinethischen und sportimmanenten Elementen. Sie bedarf eines Rückhaltes in Institutionen, Organisationen, Regeln und Idealen, aber auch in der persönlichen, inneren Haltung der Athleten und Sportverantwortlichen.“<sup>38</sup>

Wenn das Verhalten und Handeln von Menschen beträchtliche Probleme für die Gesellschaft erzeugt, steigt das Bedürfnis nach einer ethischen Auseinandersetzung. Insbesondere der

---

<sup>35</sup> Meinberg 1991, S.21.

<sup>36</sup> Brunn, Frank Martin: *Sportethik. Theologische Grundlegung und exemplarische Ausführung*. Berlin, Boston: De Gruyter 2014, 32ff.

<sup>37</sup> Pawlenka, Claudia: *Sportethik*. In: Information Philosophie. Die Zeitschrift, die über Philosophie informiert, <https://www.information-philosophie.de/?a=1&t=2911&n=2&y=1&c=76> (Zugriff 13.08.2022).

<sup>38</sup> Maier, Bernhard: *Sport – Ethik – Religion*. Hollabrunn: MBC 2000, S. 51.

Wettkampfsport, der zusätzlich für viele Menschen einen emotionalen Faktor aufweist, ist davon betroffen. Weiters führt Pawleka an, dass es demnach die Aufgabe der Sportethik ist eine Reflexion über die Tugenden des Sports herbeizuführen und Gerechtigkeit sowie faires Verhalten in allen Bereichen einzufordern. Dafür müssen Werte, Richtlinien und Normen aufgezeigt und beschrieben werden, durch die ein ethisch unbedenklicher Sport betrieben werden könne.<sup>39</sup> Dies kann unter anderem, durch eine Untersuchung, mit welchen ethischen Werten das Phänomen Sport verbunden ist, phänomenologisch geschehen. In Bezug auf die Normen gilt es danach zu fragen, „wie sportethische Normen zu begründen sind und ob es andere ethische Normen oder Leitbilder gibt, aus denen sie abzuleiten sind.“<sup>40</sup>

### 3.1 Sportethische Ansätze

Die aktuelle Forschung der Sportethik weist unterschiedliche sportethische Ansätze auf, die für das Verständnis der Disziplin wesentlich sind. Jedoch weist Meinberg, zitiert nach Kretschmann, wie folgt auf eine Limitation des Fachgebiets hin: „In der Sportphilosophie und Sportwissenschaft überhaupt fehlen elaborierte sportethische Konzepte an allen Ecken und Enden.“<sup>41</sup> Im Folgenden sollen drei sportethische Ansätze kurz aufgezeigt werden.

Ein bekannter Ansatz ist die co-existenzielle Sportethik nach Meinberg. Mit seinem Leitbild des humanen Sports, werden in Meinbergs Theorie traditionelle und gegenwärtige Ansätze nicht ausgeblendet.<sup>42</sup> Das Gegenteil ist der Fall, denn Meinberg sieht seine Sportethik als co-existierend mit unter anderem traditionellen ethisch orientierten Konzepten, mit der Praxis der Sporttreibenden, mit der Philosophie und anderen Bereichsethiken.<sup>43</sup>

Die universalistische Diskursethik von Apel hat ihren Ursprung in der allgemeinen Philosophie. In seinem Beitrag geht er explizit von der Frage nach der Bedeutung des Sports auf die Prinzipien und Anwendungen der Diskursethik aus.<sup>44</sup> Er möchte „vom Fairness-Ideal des Sports her den Sinn des Grund-Prinzips der Diskursethik erhellen.“<sup>45</sup> Apel kommt zu dem Ergebnis, dass die Bedeutung des Sports für die universalistische Diskursethik zwar nur als

---

<sup>39</sup> Ebd., S. 51f.

<sup>40</sup> Brunn 2014, S.33.

<sup>41</sup> Kretschmann, Rolf: *Formen der Moralbegründung in der Sportethik*. Saarbrücken: VDM-Verlag 2005, S.69.

<sup>42</sup> Maier 2022, S.122.

<sup>43</sup> Meinberg 1991, S. 42ff.

<sup>44</sup> Apel, Karl-Otto: Die ethische Bedeutung des Sports in der Sicht einer universalistischen Diskursethik. In Franke, Elk: *Ethische Aspekte des Leistungssports*. Clausthal-Zellerfeld: Oberharzer Druckerei H. Greinert OHG 1988, S. 105.

<sup>45</sup> Ebd., S.110.

sekundär aber als wichtig beschrieben werden kann und dass sie die Vorbedingungen in Form von Fairness-Gesinnung für Verhaltens-Dispositionen schafft.<sup>46</sup>

Ein weiterer sportethischer Ansatz ist die vermittelnd-funktionale Sportethik nach Court. Sein Vorhaben ist die Umsetzung der „Idee einer verbindlichen Sportethik“<sup>47</sup>, wobei die vermittelnd-funktionale Sportethik als „Vorform der verbindlichen Sportethik“<sup>48</sup> gilt und der Leistungssport als Hauptadressatenfeld anführt wird. Court sieht das Ziel seines Ansatzes der Sportethik darin, Kriterien anzuführen, durch die ein humaner Sport betrieben werden kann. Im humanen Sport sind Aspekte wie Würde, Selbstbestimmung, Freude und Persönlichkeit inbegriffen.<sup>49</sup> Das Prinzip der systematischen Geschichtlichkeit, das Prinzip des Vorrangs der Individual- vor der Sozialethik, das Prinzip des [...] Vorzugs der Geltung vor der Genese, das Prinzip der Vermittlung von Inhalt und Methode sowie das Prinzip des Vorrangs der Personfunktionalität sind fünf Prinzipien, die Court nennt, welche die vermittelnd-funktionale Sportethik begründen und zudem die Verbindung zur allgemeinen Ethik herstellen sollen.<sup>50</sup>

Claudia Pawlenka vertritt mit ihrer utilitaristischen Sportethik „die These einer gegenseitigen Affinität zwischen Utilitarismus und Spitzensport“.<sup>51</sup> Diese wechselseitige Affinität beziehe sich auf eine individualethische Ebene, da auf dieser die eigenen Gesetze des Wettkampfsportes gelten. Vorteile ihrer utilitaristischen Sportethik, insbesondere im Vergleich zu der Kantischen (Sport-)Ethik liegen unter anderem in der Empirieberücksichtigung und Realitätsnähe, der Motivationsgenerierung und der Instrumentalisierung von moralischen Normen.<sup>52</sup> Neben der individualethischen Ebene nennt Pawlenka zudem die institutionenethische Ebene, die sich mit der ethisch vertretbaren Gestaltung von Institutionen beschäftigt, sowie die globalethische und gesamtgesellschaftliche Ebene, die vor allem das Verhältnis von Gesellschaft und Institutionen behandelt.<sup>53</sup> Diese beiden Ebenen sind in Bezug auf das für diese Masterarbeit relevante Thema der Kommerzialisierung für eine ethische Auseinandersetzung von Bedeutung.

---

<sup>46</sup> Ebd., S. 134.

<sup>47</sup> Court, Jürgen: *Kritik ethischer Modelle des Leistungssports*. Köln: Sport und Buch Strauß 1995, S. 233.

<sup>48</sup> Ebd., S. 366.

<sup>49</sup> Ebd., S. 373.

<sup>50</sup> Ebd., S. 366ff.

<sup>51</sup> Pawlenka 2002, 15.

<sup>52</sup> Ebd., S. 128f.

<sup>53</sup> Ebd., S. 22.

### 3.2 Ethoskonzepte im Sport

Bevor der Frage nach einem Ethos im Sport nachgegangen wird, soll folgende Definition zum Begriff Ethos für ein allgemeines Verständnis sorgen:

Unter Ethos wird „eine Gesamtheit von Einstellungen, Überzeugungen und Normen, die in Form eines mehr oder minder kohärenten, in sich gegliederten Musters von einem einzelnen Handelnden oder von einer sozialen Gruppe als verbindliche Orientierungsinstanz guten und richtigen Handelns betrachtet wird“<sup>54</sup>, verstanden.

Hinzuzufügen ist dabei, dass der Mensch durch unterschiedliche Einflüsse, wie verschiedene Rollen, soziale Milieus und institutionelle Kontexte geprägt sei und er verschiedenen Normen, Wertehaltungen und Regeln begegne, die in weiterer Folge für ihn gelten. In Bezug darauf führt Walter Kuchler den Einfluss unterschiedlicher Ethosformen auf den Sportethos an. Die sittliche Prägung der Menschen führe dazu, dass ihr außersportliches Ethos jederzeit Einfluss auf ihr Sportethos und damit auch auf ihre Sportausübung haben könne.<sup>55</sup> Zudem können als „diesem Ethos charakteristische Eigenschaften und Haltungen [...] Kameradschaft, Fairneß, Teamspirit, Mut, ‚Lebensfreude‘, ‚Siegen- und Verlierenkönnen‘ und alle Willenseigenschaften“<sup>56</sup> genannt werden. Grundsätzlich ist das Sportethos unterschiedlichen variablen Faktoren ausgesetzt und kann Kuchler zufolge nicht als festgelegt betrachtet werden. Diese Offenheit werde als Stärke des Sportethos herausgehoben, da dieser Aspekt die Begegnung mit anderen Ethosformen möglich mache.<sup>57</sup> Das partikuläre Sportethos und seine Funktionalität unterliegen folglich einer Begrenzung auf einen Lebensbereich beziehungsweise einer Begrenzung auf die partikuläre Sportwelt und können, wie bereits angedeutet, durch nicht-sportliche Ethosformen erweitert werden.<sup>58</sup>

Die Verbindung des Sportethos zu anderen Ethosformen weist auf eine ethische Unselbstständigkeit der Sportethik zur allgemeinen Ethik hin. Bei der Frage nach einem Sportethos kann folglich der zuvor erwähnte Externalismus angeführt werden. Auch diese Position stelle die Verbundenheit von Sport und dem gelebten, gesellschaftlichen Ethos dar und verwehre damit das Argument, der Sport würde ein ihm eigenes Ethos enthalten. Der Sport sei

---

<sup>54</sup> Düwell, Marcus/Hübenthal, Christoph/Werner, Micha: *Handbuch Ethik*. Stuttgart/Weimar: Metzler 2002, S. 492.

<sup>55</sup> Kuchler, Walter: *Sportethos. Eine moraltheologische Untersuchung des im Lebensbereich Sport lebendigen Ethos als Beitrag zu einer Phänomenologie der Ethosformen*. München: Johann Ambrosius Barth 1969, S. 183f.

<sup>56</sup> Ebd., S. 185.

<sup>57</sup> Ebd., S. 191.

<sup>58</sup> Ebd., S. 186ff.

zumindest in seiner Ethik abhängig von seiner weltanschaulich-kulturellen Einbettung. Gemäß Brunn gilt es diese jedoch von der Eigenlogik des Sports zu unterscheiden, die beispielsweise eine Übernahme von ethischen Prinzipien für das Spiel begünstigt.<sup>59</sup> Dieser Ansicht zufolge könne die „Sportethik als Reflexion des Sportethos nicht unabhängig von der allgemeinen Ethik entworfen werden, die das gesellschaftlich gelebte Ethos reflektiert.“<sup>60</sup>

Einen interessanten Aspekt stellt zudem die Veränderung des Ethos im Sport im Laufe der Jahrhunderte dar. Während etwa in der Antike das Wettkampfethos ein Kriegsethos darstellte, ist das Ethos der Neuzeit ein durch die gesellschaftliche Evolution erklärbares Fairnessethos, so Meinberg.<sup>61</sup> Der Zusammenhang zwischen Sportethos und dem Begriff der Fairness scheint allgemein Anerkennung zu finden, so nennt auch Wischmann die Fairness als bedeutendste Haltung bei sportlichen Ausübungen und kennzeichnet sie als das Leitmotiv des sportlichen Ethos.<sup>62</sup> Meinberg geht hierbei noch einen Schritt weiter und verwendet die Begriffe Sportethos und Fairness synonym, da die Akzeptanz und Aufrechterhaltung der Fairness im Sportethos von großer Bedeutung sind.<sup>63</sup> Da die Fairness einen wichtigen moralischen Wert im Sport beziehungsweise ein Verstoß gegen sie ein ethisches Problem darstellt, erweist sie sich als wichtiger Begriff für diese Masterarbeit und wird aufgrund dessen im Kapitel 3.4 nochmals detaillierter thematisiert.

Die Annahme eines Ethos bringt jedoch auch die Möglichkeit eines Verstoßes gegen diesen hervor. Gerade im Leistungssport, insbesondere in bestimmten Sportarten, wird das Sportethos durch unterschiedliche Aspekte bedroht. Grundsätzlich „verstößt ein Sportler gegen das Sportethos, wenn er im Wettkampf verbotene Methoden benutzt oder mit unlauteren Trainingsmethoden außerhalb des Wettkampfgeschehens die Grundlagen für einen ‚unfairen‘ Wettkampf legt [...]“<sup>64</sup> Ein klassisches Beispiel dafür ist Doping.

---

<sup>59</sup> Brunn 2014, S. 41.

<sup>60</sup> Ebd., S. 42.

<sup>61</sup> Meinberg 1991, S. 7f.

<sup>62</sup> Wischmann 1962, S. 42.

<sup>63</sup> Meinberg 1991, S. 159.

<sup>64</sup> Cherkeh, Rainer: *Das Sportethos - ein Kulturen übergreifender Basiswert*. In: Erwägen, Wissen, Ethik, 16(4), 2005, S. 480.

### 3.3 (Moralische) Werte im Sport

Grundsätzlich gelten hier erneut die zwei verschiedenen Positionen des internalistischen und externalistischen Verständnisses von Sport. Vertreterinnen und Vertreter des ersten Ansatzes unterstützen die Ansicht, „Sport verfüge über ihm eigene Werte, die sich anthropologisch erheben ließen, wenn der Sport phänomengerecht beschrieben werde.“<sup>65</sup> Befürworterinnen und Befürworter der zweiten Position hingegen berufen sich auf die Abhängigkeit des Sports zur Gesellschaft und damit einhergehend auf die Übertragung der gesellschaftlich relevanten Werte auf den Sport.<sup>66</sup>

Ein Begriff, der bei Hans Lenk in Bezug auf Werte im Sport eine wesentliche Rolle spielt, ist jener der Leistung. Das Streben nach Leistung beziehungsweise die Leistungskultur kommen im Sport noch viel stärker zum Vorschein als in der Gesellschaft an sich. Infolgedessen seien auch die Werte im Sport dadurch geprägt und Sport fungiere als Vermittler von Leistungs- und Konkurrenznormen in außersportlichen Bereichen.<sup>67</sup>

Allgemein bezeichnet Lenk den Sport als einen exemplarischen Bereich für die Befolgung und Verwirklichung von Werten. Grund dafür sei die Selbst- sowie Fremdbeurteilung von eigenen Leistungen und Handlungen basierend auf bestimmten Beurteilungsgrundlagen. Leistung positioniert sich dem Autor zufolge dadurch als wesentlichster Wert im Sport, wobei zudem das faire Verhalten zentral ist, welches im und durch den Sport geübt und vermittelt wird.<sup>68</sup>

Vertreter von einer Verbindung zwischen Sport und Gesellschaft sind zudem Lamprecht und Stamm. Ihnen zufolge stellt nicht nur der Leistungswert einen Faktor des Sports dar, sondern es kommt auch zu einer Übertragung von Einstellungen und Verhaltensweisen. Die Autoren sprechen dabei insbesondere von einer Übertragung von im Sport erlernten Werten und Fähigkeiten, wie etwa das Rücksicht nehmen auf andere, Durchhaltevermögen, Fairness oder der kontrollierte Umgang mit Gewinnen und Verlieren, auf andere Bereiche des Lebens.<sup>69</sup>

Ein weiterer Wert im Sport ist Brunn zufolge die Tugend der Achtung. Als angeeignete Tugend stelle sie eine Habitualisierung eines Wertes dar. Die zuvor thematisierte sportliche

---

<sup>65</sup> Brunn 2014, S. 34.

<sup>66</sup> Ebd. S. 41.

<sup>67</sup> Lenk, Hans: Eigenleistung sportlich – athletisch. In: Cayser, Volker (Hg.): *Sportphilosophie*. Leipzig: Reclam 1997, S. 149ff.

<sup>68</sup> Lenk, Hans: *Sport von Kopf bis Fuß(ball)*. Berlin: LIT-Verlag 2010, S. 15.

<sup>69</sup> Vgl. Lamprecht, Markus/Stamm, Hanspeter: *Sport zwischen Kultur, Kult und Kommerz*. Zürich: Seismo, 2002, S. 173.

Leistung entstehe aus einer Kooperation, die als Grundlage für das gemeinsame Betreiben von Sport sowie für jeden Wettkampf gelte. Dieser Aspekt beziehe sich auf alle Beteiligten Akteurinnen und Akteure des Sportbetreibens, darunter Mit- sowie Gegenspielerinnen und -spieler, Partnerinnen und Partner sowie Kontrahentinnen und Kontrahenten.<sup>70</sup> „Zu den zentralen Tugenden des Sports muss daher neben Disziplin und Mut auch Kooperationsfähigkeit und die Achtung vor denjenigen gehören, die das Erbringen der eigenen Leistung gewährleisten und fördern.“<sup>71</sup> Dieser Wert steht vor dem Leitbild der Achtung der Menschenwürde, wodurch alle Akteurinnen und Akteure des Sports als Menschen wahrgenommen und sie und ihre Rollen geachtet werden müssen. Brunn nennt dabei fünf Bereiche für die Tugend der Achtung. Als erstes definiert er die *Achtung der sportlichen Gegner*, weil „sie mit ihrer Gegnerschaft das sportliche Spiel – egal ob im Wettkampf oder im Training – ermöglichen“<sup>72</sup> sowie als zweites die *Achtung der Sportpartner und Mannschaftsmitglieder*, „denn sie sind noch vor den Kontrahenten unerlässlich, um eine gemeinschaftliche sportliche Leistung zu erbringen.“<sup>73</sup> Als drittes nennt Brunn die *Achtung der Schiedsrichterinnen und Schiedsrichter*, „denn sie ermöglichen einen regelgerechten Wettbewerb“<sup>74</sup> sowie weiters die *Achtung zwischen Trainer und Athleten*, die sich vor allem auf die Achtung der beiden Rollen bezieht. Als letztes nennt der Autor die *Achtung vor der Sportart und dem Wettbewerb* an sich, die die anderen vier Bereiche zusammenfasst, denn nur durch das Engagement aller, welches Achtung verdient, ist ein Spiel oder Wettbewerb möglich.<sup>75</sup>

Zudem sieht Brunn den Schulsport als praktisches Übungs- und Anwendungsfeld von sportlichen Werten und Tugenden, darunter insbesondere die Fähigkeit einer ethischen aufbereiteten Konfliktbewältigung. Der Schulsport stelle eine Möglichkeit zur Aneignung von Kritikfähigkeit, insbesondere gegenüber der massenmedial vermittelten Sportdarstellung, durch das Sammeln eigener Erfahrungen dar.<sup>76</sup>

---

<sup>70</sup> Vgl. Brunn 2014, S. 377f.

<sup>71</sup> Ebd., S. 378.

<sup>72</sup> Ebd.

<sup>73</sup> Ebd., S. 379.

<sup>74</sup> Ebd., S. 380.

<sup>75</sup> Ebd., S. 382ff.

<sup>76</sup> Ebd., S. 387ff.

### 3.4 Konzepte von Fairness und Unfairness

„Der faire Sportler ist ein tugendhaftes Subjekt, denn: wer der Fairness nacheifert, sie gleichsam habitualisiert, wird automatisch zum »Träger« mehrerer Tugenden“<sup>77</sup>, so Meinberg. „Fair“ habe sich von einem Attribut für Kampf und Wettstreit über einen ethisch bedeutenden und international anerkannten Begriff in der Neuzeit bis hin zu einem heutzutage aus dem Sport nicht mehr wegzudenkenden Aspekt entwickelt. Es gibt wohl keinen Ausdruck, auf den man im sportethischen Kontext häufiger stößt als auf das Wort Fairness. Dennoch schreiben beispielsweise Lenk und Pilz dem Begriff einen Schwammwortcharakter zu, weil in der deutschen Sprache nicht alle Bedeutungsinhalte des aus dem Englisch stammenden Begriffs erfasst werden können.<sup>78</sup> Auch Meinberg spricht, ausgehend von den vielen unterschiedlichen Auslegungen und Deutungen des Begriffs, in Bezug auf die Fairness von einem Interpretationskonstrukt.<sup>79</sup> Auf eine universelle und globale Verwendung von Fairness weist hingegen Wischmann hin, der zudem die Übertragung dieser auf nicht-sportliche Sphären der Gesellschaft thematisiert. Mit derselben Schreibweise, Aussprache und derselben inhaltlichen Bedeutung komme diese sowie der Begriff „fair“ auch in der Wirtschaft und Politik vor.<sup>80</sup>

Daraus resultierend beziehungsweise aufgrund der Wichtigkeit des Faktors Fairness für den Sport lassen sich in der Literatur eine Vielzahl an Definitionen und Auseinandersetzungen zu und mit diesem Begriff finden. Maier definiert den Begriff beispielsweise durch die folgenden Aspekte:

- Anerkennung und Erhaltung der Spieregeln
- Partnerschaftlicher Umgang mit den Gegnerinnen und Gegner
- Fähigkeit, sich in kritischen Situationen von der eigenen Rolle zu distanzieren
- Achtung von gleichen Chancen und Bedingungen
- eine „Begrenzung“ des Gewinnmotivs
- rechte Haltung in Sieg und Niederlage
- wahrhafter Einsatz der eigenen Kräfte<sup>81</sup>

---

<sup>77</sup> Meinerg 1991, S. 159.

<sup>78</sup> Lenk, Hans/Pilz, Gunter: *Das Prinzip Fairness*. Osnabrück: Fromm 1989. S. 23f.

<sup>79</sup> Meiberg 1991, S. 159.

<sup>80</sup> Wischmann 1962, S. 24f.

<sup>81</sup> Maier 2000, S. 52.

Der Begriff könne auch mit anderen Phänomenen wie Kommunikation, Kooperation, Partnerschaft usw. gleichgesetzt werden. „Fairness bezeichnet jedoch etwas Umfassenderes und sportbezogen Spezifisches zugleich.“<sup>82</sup> Nach Rösch, gilt sie als unverzichtbare Grundhaltung im sportlichen Kontext, welche, wie im vorherigen Kapitel bereits angeführt, die Achtung des Gegners, darunter seiner physischen und psychischen Gesundheit, beinhaltet. Die erforderliche sportliche Grundhaltung sei zudem durch die Akzeptanz und Einhaltung von Regeln im sportlichen Wettkampf gekennzeichnet. Die Frage nach der Fairness komme vor allem dann auf, wenn mit Hilfe von unerlaubten Mitteln versucht wird, Vorteile gegenüber anderen Sportlerinnen und Sportlern zu erlangen.<sup>83</sup> Daraus resultierend definiert Rösch die Fairness folgendermaßen: „Fairness ist jene gelebte Grundhaltung, die Sportler und Sportmannschaften in ihrem Verhalten in Spiel und Wettkampf in Übereinstimmung mit den Spielregeln und den allgemeinen Regeln menschlichen Zusammenwirkens verwirklichen.“<sup>84</sup>

Wischmann sieht in Bezug auf die Fairness mehr als nur eine Übereinstimmung und Einhaltung von Spielregeln. Die Bedeutung des Begriffs gehe über die Regelkonformität hinaus. Neben dem Einhalten von Regeln erweisen sich Sportlerinnen und Sportler als fair, wenn sie sich gegenüber Gegnerinnen und Gegnern in unterschiedlichen Weisen respektvoll zeigen.<sup>85</sup> Im Gegensatz dazu betont Stygermeer zuerst die Klarheit der eigenen sportlichen Leistung und später erst das Verhalten gegenüber den Gegnerinnen und Gegnern, in dem sich Fairness zeigt.<sup>86</sup>

Eine erweiterte Auslegung führt wiederum Maier an, der die formelle und informelle Fairness aufzeigt. Unter der formellen Fairness werde die „Muss-Normen: Regeleinhaltung, Chancengleichheit, Akzeptanz der Schiedsrichterentscheidung“<sup>87</sup> verstanden. Die informelle Fairness beschreibe die „Soll-Normen: Gute, edle, ehrliche Gesinnung, ein „Mehr“ an Menschlichkeit, als Regeln und Gesetze fordern“.<sup>88</sup> Es gehe demnach, ähnlich wie Wischmann es beschreibt, um ein Mehr an Fairness als es die Regeln verlangen.

---

<sup>82</sup> Rösch, Heinz-Egon: Fairness heute. In: Jakobi, Paul (Hg.): *Sport ohne Ethos?: Überlegungen zur Vermenschlichung im Sport*. Mainz: Matthias-Grünwald-Verlag 1979, S. 48.

<sup>83</sup> Ebd., S. 50f.

<sup>84</sup> Ebd., S. 51.

<sup>85</sup> Wischmann 1962, S. 41f.

<sup>86</sup> Stygermeer, Moth: *Der Sport und seine Ethik. Zur Grundlegung einer Dogmatik des Sports*. Berlin: Tenea 1999, S. 133.

<sup>87</sup> Maier 2022, S.114.

<sup>88</sup> Ebd.

In diese beiden Unterteilungen lassen sich auch folgende fünf Merkmale für Fairness, aufgestellt von Lenk, einordnen:

1. Das Einhalten der für das Spiel konstitutiven Regeln
2. Das Einhalten der für das Spiel regulativen Regeln
3. Die Anerkennung der Schiedsrichterentscheidung
4. Das Garantieren von Chancengleichheit für alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer
5. Die Achtung der Gegnerinnen und Gegner als Spielpartnerinnen und Spielpartner<sup>89</sup>

So würden sich die ersten drei Merkmale der formellen Fairness zuordnen, da ohne die Einhaltung der konstitutiven und regulativen Regeln sowie durch eine fehlende Anerkennung des Urteils der Schiedsrichterinnen und Schiedsrichter ein Wettkampf nicht möglich sei.<sup>90</sup> Der vierte Punkt, die Garantie der Chancengleichheit, würde sich nach Meier ebenso auf die formelle Fairness beziehen. Bei der informellen Fairness gehe es um den Verzicht auf regelwidrige Vorteile, die Achtung der Gegnerinnen und Gegner als gleichberechtigte Spielpartnerinnen und Spielpartner (Punkt 5) sowie die Aufrechterhaltung des Spielcharakters im Wettkampf.<sup>91</sup> Anzumerken ist, dass auch Lenk auf die notwendige Ausdifferenzierung der Fairness hinweist und seine fünf Merkmale nur als Orientierungspunkte und einen Rahmen für Fairness beziehungsweise für (un-)fares Verhalten sieht.<sup>92</sup>

Interessant ist zudem Wischmanns ethischer Zugang in diesem Kontext. Er führt die Wirksamkeit von ethischen Kräften in der Fairness an und zeigt die Verbindung zu anderen Tugenden wie der Offenheit, Ehrlichkeit, Hilfsbereitschaft, dem Gerechtigkeitsgefühl und der Wahrhaftigkeit auf. Die Fairness fordere in einer agonalen Situation höchste sittliche Werte.<sup>93</sup> Ein weiterer Autor, der eine Bewältigung einer agonalen Situation durch Werte und Tugenden beschreibt, beziehungsweise nahezu alle der bisher angesprochenen Aspekte der Fairness, wie unter anderem die Chancengleichheit, Regeleinhaltung, eine rechte Haltung bei Sieg und Niederlage oder die Partnerschaftlichkeit, zusammenfasst, ist Walter Kuchler.

---

<sup>89</sup> Lenk/Pilz 1989, S. 33f.

<sup>90</sup> Vgl. Ebd., S. 36ff.

<sup>91</sup> Vgl. Pilz, Gunter/Wewer, Wolfgang: *Erfolg oder Fair play? Sport als Spiegel der Gesellschaft*. München: Copress 1987, S. 10.

<sup>92</sup> Lenk/Pilz 1989, S. 36.

<sup>93</sup> Wischmann 1962, S. 42.

Er formuliert Fairness wie folgt:

„Fairness könnte man abschließend als diejenige sportliche Haltung bezeichnen, die in der agonalen Situation den Gegner als Partner nimmt, im Kampfe den Spielsinn bewahrt, auf Regeltreue und Chancengleichheit achtet, das Gewinnen nicht über alles stellt, die rechte Einstellung zu Sieg und Niederlage gibt, zum echten Einsatz der eigenen Kräfte anspornt, unehrenhafte und ungleiche Vorteile ablehnt, erlittenes Unrecht überwinden hilft, in all diesen Situationen und Fragen großzügig und großmütig entscheiden kann *und* damit in der guten Bewältigung der agonalen und partnerschaftlichen Sportsituation teil hat an den Tugenden der Aufrichtigkeit, der Gerechtigkeit, Bescheidenheit, Selbstzucht und Magnanimitas (Herzensgröße, Noblesse).“<sup>94</sup>

So wie sich der Begriff der Fairness im Sport etabliert hat, ist leider auch der Begriff der Unfairness oder ein unfaires Verhalten in der Sportwelt vorzufinden. In der Realität ist das Ausmaß an Unfairness nahezu unüberblickbar. Der Aspekt des Gewinnens ist mittlerweile so wichtig geworden, dass Unfairness in Kauf genommen wird. Durch „Gewalt, Betrug, überbordenden Kommerz, Doping und Manipulation und anderen unfairen Praktiken“<sup>95</sup>, werde versucht, dieses Ziel zu erreichen. Doch auch das Nicht-Gewinnen-Wollen könne in gewissen Situationen als unfair bezeichnet werden, nämlich wenn aus taktischen Gründen ganz bewusst versucht wird, eine Niederlage herbeizuführen. Durch das übergeordnete Eventisieren von Sport stehen pädagogische Maßnahmen, wie etwa die Fairplay-Erziehung, vor großen Herausforderungen. Die oftmals nicht fair agierenden Sportlerinnen und Sportler seien die Vorbilder für Kinder und durch diverse Grauzone in der Regelauslegung öffnen sich Möglichkeiten für unfaires Verhalten.<sup>96</sup> Dieses Verhalten wird zudem durch den Erfolgsdruck ausgelöst und durch „strukturelle Zwänge und wirtschaftliche Verwertung des Sports und seiner Akteure“<sup>97</sup>, verstärkt.

Eine Hypothese dieser Masterarbeit ist es, dass Unfairness, die grundsätzlich als gegenteilig zu den Aspekten und Konzepten der Fairness betrachtet werden kann, die zuvor ausführlich beschrieben wurden, durch die Kommerzialisierung im Sport begünstigt wird. Es ist anzunehmen, dass durch wirtschaftliche Faktoren ausgelöstes, unfaires Verhalten und Handeln im Profifußball ethische Probleme des Sports widerspiegeln.

---

<sup>94</sup> Kuchler 1969, S. 156.

<sup>95</sup> Maier 2022, S. 51.

<sup>96</sup> Ebd., S. 51f.

<sup>97</sup> Ebd., S. 51.

### 3.5 Grundprinzipien für (sport)ethisches Handeln

Diese Unterkapitel bezieht sich auf die von Maier aufgestellten Grundprinzipien für (sport)ethisches Handeln. Zunächst weist der Autor auf ethische Traditionen für (sport)ethisch richtiges Handeln hin. Darin lasse sich beispielsweise die goldene Regel anführen, die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern zufolge als Ursprung der Menschheitsmoral gilt. Durch sie werde ein unparteiliches Verhalten gefordert. Weiters wird an dieser Stelle das biblische Gebot der Nächstenliebe angeführt, welches eine Steigerung der Wertschätzung ausdrücke.<sup>98</sup> Werden diese Anführungen nun auf den Wettkampf bezogen, so ergeben sich aus sportethischer Sicht folgende Aspekte: „Respekt und Wertschätzung gegenüber den sportlichen Konkurrenten; Vertrauen in eine verlässliche Einhaltung der Regeln; Unparteilichkeit und Unbestechlichkeit des Schiedsgerichts ehrlich gestaltete Chancengleichheit [...]“<sup>99</sup>. Auch einige Gebote des Dekalogs lassen sich auf den sportlichen Wettkampf übertragen und geben damit einen Weg für sportethisch richtiges Handeln vor. Dazu zählen beispielsweise die Anwendung des 7.Gebots: „(Wett)-Betrug, Bestechung, Absprachen, Doping ächten“<sup>100</sup> oder des 8.Gebots: „jede Form von Unehrlichkeit, Simulieren, unverdienten menschenwürdig, respektvoll und wahrhaftig gestalten“<sup>101</sup>.

Des Weiteren führt Maier philosophisch-wissenschaftliche Begründungen für (sport)ethisch richtiges Verhalten an. Darunter falle beispielsweise die Orientierung an der menschlichen Natur, die, wenn man sie in den Kontext Sport setzt, Fragen von Risiko und Gesundheit für und von Menschen behandelt.<sup>102</sup> Beim naturrechtethisch orientierten Ansatz wird „Rassismus und Gewalt im Sport, jede Art von Ausbeutung („Sportkindersklaven“), von unangemessenen Risiken und Gesundheitsgefährdungen“<sup>103</sup> kritisch betrachtet. In Bezug auf die Orientierung an der autonomen Vernunft führt Maier Kants Prinzipethik als nicht mehr wegzudenkenden Bestandteil eines Wettkampfes, der ohne Regeleinhaltung, informelle Fairness und Respekt nicht möglich wäre, an. Im Wettkampf werde dadurch der gegenseitige Respekt gefordert, weil die Gegnerinnen und Gegner nicht bloß Mittel, sondern Personen mit Wert und Würde seien.<sup>104</sup>

---

<sup>98</sup> Ebd., S. 68.

<sup>99</sup> Ebd.

<sup>100</sup> S. 69.

<sup>101</sup> Ebd.

<sup>102</sup> Ebd., S. 71.

<sup>103</sup> Ebd.

<sup>104</sup> Ebd., S.73.

## 4. Wirtschaftsfaktor Fußball

Das folgende Kapitel soll die wirtschaftliche Bedeutung des Fußballs und die damit einhergehenden relevanten ökonomischen Faktoren aufzeigen. Nach einer Auseinandersetzung mit der Entwicklung und Bedeutung des Fußballs allgemein, die dessen Wichtigkeit in unterschiedlichen Bereichen veranschaulicht, wird der Fokus auf die ökonomische Bedeutung dieser Sportart gelegt und es werden die Phänomene Kommerzialisierung, Professionalisierung und Medialisierung näher untersucht.

Historisch gesehen habe der Fußball in seiner heutigen Form seinen Ursprung in englischen Eliteschulen im 19. Jahrhundert. In dieser Zeit sei es bei der Ballsportart nicht nur um Regeln, sondern vielmehr um dessen pädagogische Funktion gegangen, insbesondere hinsichtlich der Gentleman-Erziehung. Fußball sei damit zu Beginn der Industrialisierung ein elitärer Sport für Schüler und Studenten gewesen. Nach der Aufstellung erster Werksmannschaften habe sich der Sport später als Arbeitersport klassifiziert.<sup>105</sup> Seggern nach etablierte sich Fußball ab den 1880er Jahren in der Arbeiterkultur und es entstanden konfessionell motivierte Vereine aus Arbeitern oder Pub-Teams. Der Autor weist zudem darauf hin, dass weniger angesehene Arbeiter durch die Erfolge ihrer Vereine die soziale Identitäten einer working class erlangt haben und damit einhergehend die Möglichkeit zu Solidarität und Selbstbewusstsein geschaffen wurde. Den Grundpfeiler für Fußball als bedeutender und schließlich, durch die internationalen Verbindungen des British Empires, als weltweit verbreiteter Massensport der Moderne legte die Einführung der Football League 1888.<sup>106</sup>

Mittlerweile ist dieser Sport ein „globales Phänomen mit vielfältigen sozialen und ökonomischen Dimensionen. Selbst die Europäische Kommission weist auf die wachsende gesellschaftliche, integrative und wirtschaftliche Bedeutung“<sup>107</sup> des Fußballs hin.

Der Fußball hat eine gesellschaftliche Relevanz und einen hohen Stellenwert im sozialen Leben vieler Menschen. So spricht auch Zeyringer über die Entstehung starker Emotionen und einem Gruppenbewusstsein, gefördert durch das kollektive Erleben von Sieg und Niederlage im Fußball. Daraus resultiere ein Einfluss auf die Entwicklung von Identitäten.<sup>108</sup>

---

<sup>105</sup> Zeyringer, Klaus: *Fußball. Eine Kulturgeschichte*. Frankfurt am Main: S. Fischer 2014, S. 26f.

<sup>106</sup> Seggern, Andreas: Bal(l)sam der Globalisierung? Skizzen zur Kultur- und Sozialgeschichte des globalen Fußballs. In: Mittag Jürgen/Nieland, Jörg-Uwe (Hg.): *Das Spiel mit dem Fußball. Interessen, Projektionen und Vereinnahmungen*. Essen: Klartext 2007, S. 43.

<sup>107</sup> Sieweck 2016, S. 15.

<sup>108</sup> Zeyringer 2014, S. 19f.

Neben Seggern, der ebenso das Kollektiv als notwendiges Konstrukt für die Bildung der Identität anführt<sup>109</sup>, zeigt auch Sandvoss den Einfluss von Gemeinschaften im Fußball auf die Persönlichkeitsbildung von Individuen auf. Er kennzeichnet Vereine als Umgebung für die Selbstreflexion und Entwicklung eigener Werte sowie Weltanschauungen von Fans. Das stark ausgeprägte Wir-Gefühl, das Fans mit ihrem Lieblingsverein haben, veranschauliche den Aspekt, dass Vereine eine Erweiterung des Selbst der Fans darstellen.<sup>110</sup>

Während die gesellschaftliche und individuelle Bedeutung des Sports bereits eine längere Vergangenheit hat, erweist sich die wirtschaftliche Komponente als neuerer Aspekt. So wird beispielsweise im Meyer's Konversationslexikon von 1888 noch der nicht-monetäre Aspekt, oder anderes ausgedrückt, dass der Sport nicht den Gelderwerb zum Zweck hat, als wesentliches Merkmal von Sport beschrieben. Insbesondere Coubertin war Befürworter von kommerz- und politisch freien Wettkämpfen und von der Bewahrung von Athletinnen und Athleten als selbstständige, nicht von außen manipulierbare Akteurinnen und Akteure. Dieser Vorstellung zufolge seien sämtliche wirtschaftliche Ausschöpfungen von Leistungssport abzulehnen.<sup>111</sup> Die Entwicklung des Professionalismus habe jedoch vor dem Ersten Weltkrieg zu wirtschaftlichen Komponenten im Sport geführt, darunter besonders im Reit-, Rad- und Kraftsport, indem einigen Teilnehmerinnen und Teilnehmern Starprämien und Preisgelder zugeschrieben wurden.<sup>112</sup>

Es lässt sich aufzeigen, dass es in der „Entwicklung von Sportvereinen zu international agierenden Fußballunternehmen in jeder Dekade wichtige Neuerungen gab, die hierzu ihren Beitrag geleistet haben.“<sup>113</sup> Wirtschaftliche Aspekte des Fußballs begannen in Deutschland durch die Eintrittsgelder als Haupteinnahmequelle in den 20er Jahren, über Partnerschaften mit regionalen Brauereien bis hin zu ersten Werbetätigkeiten von Spielern. Später habe die Zulassung von Berufsfußballern durch die Gründung der Fußballbundesligier 1963 sowie die Aufhebung der Gehaltsobergrenze 1974 die Verwirtschaftlichung des Sports verstärkt. Weiters sei es 1970 zur Legitimierung von Sponsoring, ein wesentlicher Faktor für die ökonomische Weiterbildung des Fußballs, gekommen. Weber führt ergänzend die Fanartikelvermarktung, erste Trikotwerbungen und die in den 80ern aufkommende Kooperationen mit

---

<sup>109</sup> Seggern 2007, S.33.

<sup>110</sup> Sandvoss, Cornel: *A game of two halves: football, television and globalization*. London/New York: Routledge 2003, S. 44.

<sup>111</sup> Mährlein, Julia: *Der Sportstar in Deutschland – Die Entwicklung des Spitzensportlers vom Helden zur Marke*. Göttingen: Sierke 2009, S. 121f.

<sup>112</sup> Ebd., S. 124.

<sup>113</sup> Weber, Jürgen: *Wirtschaftsfaktor Bundesliga: Der Einfluss von Stakeholder auf den deutschen Profifußball*. Hamburg: Diplomica Verlag 2013, S. 10.

Sportartikelherstellern an.<sup>114</sup> Von Fußballunternehmen könne spätestens seit den 90er Jahren durch die Vielfalt an Änderungen im Profifußball „insbesondere der Professionalisierung und Standardisierung von Führungsetagen der Vereine, internationalen Rechnungslegungsvorschriften (IFRS) im Rahmen der Transfermarktpolitik und neuen (insbesondere) wirtschaftlichen Zielen“<sup>115</sup> gesprochen werden. Wesentliche Aspekte in Bezug auf die ökonomische Entwicklung seien zudem die parallel einhergehenden Reformen auf der gewinnbringenden internationalen Ebene, wie etwa die Einführung der UEFA-Champions League 1992 oder die Aufwertung des UEFA-Pokals.<sup>116</sup> Um diese Entwicklung in Zahlen auszudrücken, zeigte bereits eine Studie von 2010, dass der Profifußball in Deutschland eine jährliche Wertschöpfung von mehr als 5 Milliarden Euro erwirtschaftet. Zusätzlich erzeugt er 110.000 Arbeitsplätze und bringt dem deutschen Staat, durch damit verbundene wirtschaftliche Aktivitäten, jährlich 1,5 Milliarden Euro Steuern und Abgaben ein.<sup>117</sup>

Aktuelle Ergebnisse zeigen erneut das kontinuierliche Wachstum des Fußballgeschäfts in Deutschland, insbesondere durch steigende Medien- und Sponsoringeinnahmen mit einer Gesamtwertschöpfung von 11,9 Milliarden Euro in der Saison 2018/19. Damit trage der Profifußball gleich viel zur Wertschöpfung des Landes bei wie das gesamte produzierende Gewerbe kleiner Bundesländer und entwickle sich von einer Freizeitaktivität zu einer etablierten deutschen Industrie.<sup>118</sup> Zudem gehe dieses Wachstum „mit der Schaffung von 17.000 neuen Arbeitsplätzen einher, wodurch der Profifußball in 2018/19 insgesamt die Beschäftigung von 127.000 Menschen auf Vollzeitbasis gesichert hat.“<sup>119</sup> Das reale Wachstum des Systems Profifußball von jährlich 6,1 Prozent veranschauliche das stetige Wachstum dieser Branche, die schneller als die meisten anderen Industrien wachse.<sup>120</sup> Die Komplexität des Fußballgeschäfts werde durch die Vielzahl an Märkten, auf denen unterschiedliche Akteuren und Akteure handeln und durch unterschiedliche Strategien und Ziele versuchen, Teil des Milliardenengeschäfts Fußball zu sein, verdeutlicht. Jeder dieser Märkte weise wiederum spezifische Strukturen, Handlungsträger und Instrumente auf.<sup>121</sup>

---

<sup>114</sup> Ebd., S. 3ff.

<sup>115</sup> Ebd., S. 10.

<sup>116</sup> Ebd.

<sup>117</sup> Vgl. McKinsey & Company: *Wirtschaftsfaktor Bundesliga. Die volkswirtschaftliche Bedeutung des professionellen Fußballs in Deutschland*. Düsseldorf 2010, S. 4.

<sup>118</sup> Vgl. McKinsey & Company: *Unternehmen Bundesliga. Die ökonomische Bedeutung des Profifußballs in Deutschland*. Düsseldorf 2020, S. 7.

<sup>119</sup> Ebd.

<sup>120</sup> Sieweck 2016, S. 20.

<sup>121</sup> Vöpel, Henning: *Wirtschaftsfaktor Fußball. Globale Entwicklung und die regionalwirtschaftlichen Potenziale des HSV*. Hamburg: Studie im Auftrag der HSH Nordbank AG 2006, S. 16.

## 4.1 Kommerzialisierung

Die Funktion der Wirtschaft in der Gesellschaft sei eine dienende und wirtschaftliches Handeln sei damit nicht Selbstzweck. Nach Aristoteles stellt Wirtschaften eine praktische Notwendigkeit und kein Charaktermerkmal des Menschen dar. Geld habe dabei eine wesentliche Bedeutung, da es den Vergleich unterschiedlicher Güter ermögliche und sie damit tausch- und handelbar mache.<sup>122</sup> Kommerzialisierung „bedeutet also eine Expansion dessen, was käuflich ist. Immer mehr Güter und Dienste erhalten Warenform“.<sup>123</sup> Dabei spiele auch der ‚Markt‘ eine wesentliche Rolle, denn Kommerzialisierung habe ursprünglich Vermarktlichung bedeutet. ‚Markt‘ sei dabei eine hochorganisierte Art des Tausches anhand einer quantifizierbaren Äquivalenzrelation gewesen.<sup>124</sup> Das Phänomen Kommerzialisierung beschreibt Knutsch, zitiert nach Branmaier und Schimany, grundsätzlich als einen Vorgang, „in dem ein Bereich menschlichen Lebens, der primär keine ökonomische Ausrichtung beinhaltet, als Bereich für wirtschaftliche Interessen entdeckt und in diesem Sinne ausgenutzt wird.“<sup>125</sup> Auch Kettner definiert Kommerzialisierung ähnlich und beschreibt das Phänomen als Transformationsprozess. In diesem werde ein zuvor marktfreier Bereich des sozialen Lebens in einen Bereich umgewandelt, in dem Märkte und kommerzielle Formen, wie etwa Geld, Ware, Kapital etc., entstehen, mit denen bisherige Aspekte neu abgestimmt und reguliert werden müssen. Die Kommerzialisierung sei umso stärker, je mehr der marktförmig gesteuerte Austausch den betreffenden Bereich des sozialen Lebens dominiere.<sup>126</sup> Ein ähnlicher, Ansatz stammt zudem von Giovanola. Sie versteht Kommerzialisierung als einen Prozess, in dem die Marktwirtschaft auch für jene Praktiken zum universalen Bezugsmodell wird, die in ihrem sozialen Sinn weit entfernt von wirtschaftlich menschlichen Praktiken liegen.<sup>127</sup>

Um bereits vorab eine kurze sportbezogene Definition anzuführen, kann Heinemann zitiert werden, der in seinen Abhandlungen die Kommerzialisierung unter anderem auf „Güter, die

---

<sup>122</sup> Brunn 2014, S. 354.

<sup>123</sup> Heinemann, Klaus: Kommerzialisierung. In: Röthing, Peter (Hg.): *Sportwissenschaftliches Lexikon*. Schorndorf: Hofmann Verlag 1992, S. 239.

<sup>124</sup> Kettner, Matthias/ Koslowski, Peter: *Ökonomisierung und Kommerzialisierung der Gesellschaft. Wirtschaftsphilosophische Unterscheidung*. München: Wilhelm Fink Verlag 2011, S. 202.

<sup>125</sup> Brandmaier, Sonja/Schimany, Peter: *Die Kommerzialisierung des Sports: Vermarktungsprozesse im Fußball-Profisport; Mit einem Interview mit Uli Hoeneß, Manager des FC Bayern München*. Hamburg: Lit 1998, S. 19.

<sup>126</sup> Kettner/ Koslowski 2011, S. 8.

<sup>127</sup> Giovanola, Benedetta: Ökonomisierung und Kommerzialisierung als Problem der Philosophie. In: Kettner, Matthias/ Koslowski, Peter (Hg.): *Ökonomisierung und Kommerzialisierung der Gesellschaft. Wirtschaftsphilosophische Unterscheidung*. München: Wilhelm Fink Verlag 2011, S. 8.

im und mit dem Sport produziert werden, über den Markt, also nach dem Prinzip von Leistung und Gegenleistung verkauft werden“<sup>128</sup> bezieht. Weiters spricht er im engeren Sinn ergänzend von Kommerzialisierung, „wenn der im Verein organisierte Sport nicht mehr (nur) Vereinsmitgl. zur Verfügung steht, sondern auch Nicht-Mitgliedern verkauft wird“.<sup>129</sup>

#### 4.1.1 Phasen der Kommerzialisierung

Eine theoretische Grundlage in Bezug auf die Kommerzialisierung im Sport stammt zudem von Haase 1991. Ihm zufolge kann die Kommerzialisierung in vier Phasen unterteilt werden. Die folgende Grafik zeigt eine Eigendarstellung dieser Phasen basierend auf seinen Erkenntnissen:

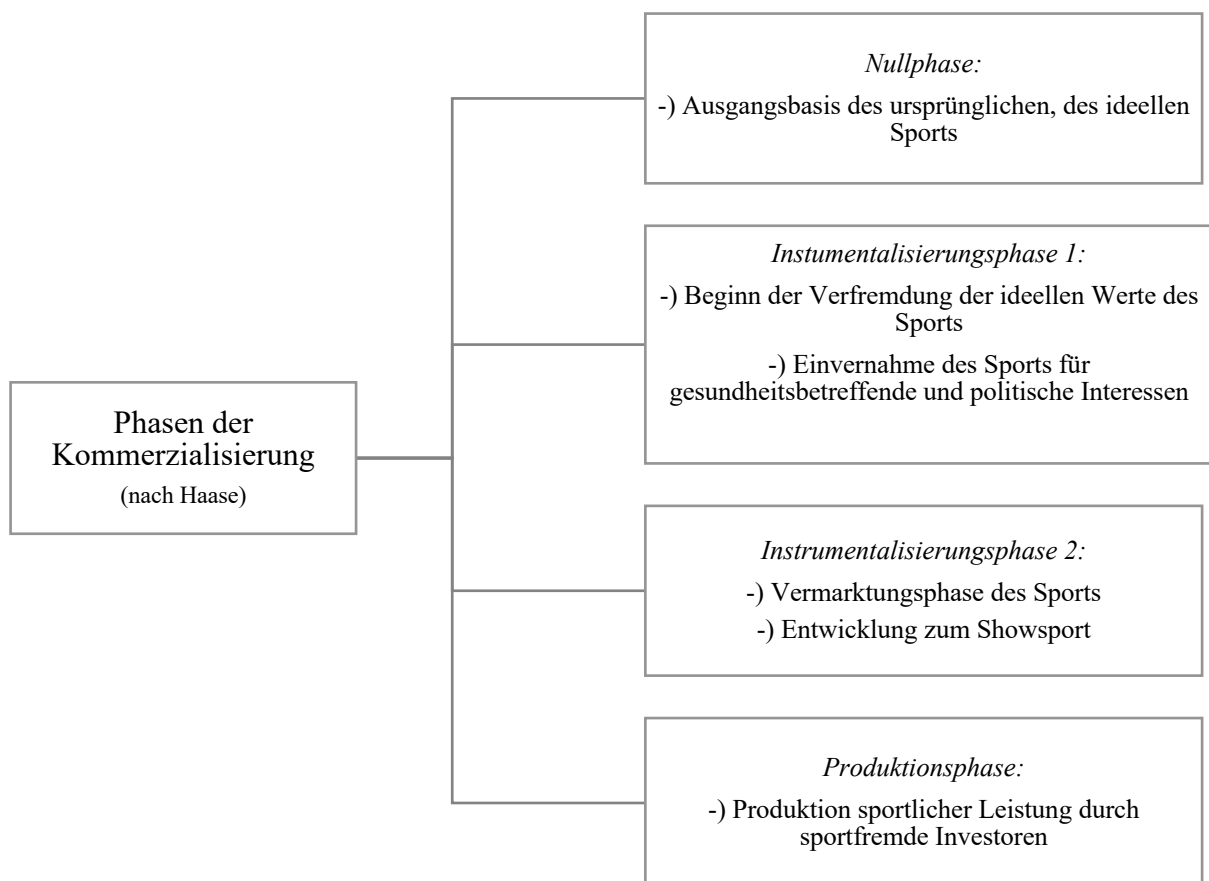


Abbildung 1: Phasen der Kommerzialisierung

Quelle: Eigendarstellung angelehnt an Haase 1991<sup>130</sup>

<sup>128</sup> Heinemann 1992, S. 239.

<sup>129</sup> Ebd.

<sup>130</sup> Haase, Henning: *Sport und Kommerzialisierung*. In: *Leistungssport*, 1, 1991, S. 6.

Basierend auf dieser Unterteilung können unterschiedliche Sportarten je nach Fortschritt ihrer Kommerzialisierung in unterschiedliche Phasen eingeteilt werden. Bereits 1991 ordnete Haase Sportarten wie Reiten, Fußball, Eishockey, Skilauf, Motorsport oder Golf aufgrund ihrer weit fortgeschritten kommerziellen Entwicklung zumindest in die Instrumentalisierungsphase 2 ein.<sup>131</sup> Die seither stetig wachsende Kommerzialisierung lässt jedoch darauf schließen, dass sich aktuell viel mehr Sportarten bereits in der Produktionsphase dieses Modells befinden.

#### **4.1.2 Kommerzialisierung im Profisport – Fokus Fußball**

Haase nach stellt die Kommerzialisierung des Sports grundsätzlich eine Folge eines gesellschaftlichen Wandels, begünstigt durch eine dynamische, vielfältige und immer größer werdenden Sportnachfrage, dar.<sup>132</sup> Fußball spielt dabei aufgrund seiner Breite eine bedeutende Rolle. Zudem lassen sich einige in der Einleitung dieses Kapitels angeführten Aspekte in Bezug auf die Kommerzialisierung auch auf den Sport, insbesondere auf den Fußball, übertragen. So wurde beispielsweise von einer Umwandlung von einst marktfreien Bereichen des sozialen Lebens<sup>133</sup> oder Bereichen des menschlichen Lebens, die keine ökonomische Ausrichtung haben<sup>134</sup>, in für die Wirtschaft interessante und relevante Bereiche gesprochen. Da der Sport, wie bereits in den vorherigen Kapiteln mehrfach erwähnt, einen Bereich darstellt, der ursprünglich aus einem nicht-monetären Gedanken heraus entstanden ist und bei dem lange versucht wurde, seinen nicht-warenförmigen Charakter zu schützen, können diese Hinführungen auch auf den Sport bezogen werden. Die Autonomie des Sports, einem Bereich, in dem Vermarktung einst verboten war, sei heute von einer steigenden Kommerzialisierung, dem stärker werden Einfluss der Massenmedien sowie den immer größer werdenden Interventionen des Staates verloren gegangen.<sup>135</sup> Auch der zuvor definierte ‚Markt‘ als „hochorganisierte Form des Tauschs unter Vermittlung durch eine quantifizierbare Äquivalenzrelation“<sup>136</sup> kann sich unter anderem aufgrund des Transfermarkts auf den Fußball übertragen lassen. Die Spielerinnen und Spieler sind dabei die ‚Produkte‘, die von Akteurinnen und Akteuren, in diesem Fall von den Vereinen am Transfermarkt, unter Berücksichtigung

---

<sup>131</sup> Ebd.

<sup>132</sup> Brandmaier/Schimany 1998, S. 25.

<sup>133</sup> Kettner/Koslowski 2011, S. 8.

<sup>134</sup> Brandmaier/Schimany 1998, S. 19.

<sup>135</sup> Heinemann, Klaus: *Einführung in die Ökonomie des Sports*. Schorndorf: Hofmann 1995, S. 245ff.

<sup>136</sup> Ebd., S. 202.

ihres Marktwertes oftmals für hohe Ablösesummen getauscht werden. Insbesondere im Profisport Fußball wird dieser Vorgang durch Spielervermittler ergänzt.

Für eine wesentliche kommerzielle Veränderung im Fußball insbesondere in Bezug auf das Transfersystem hat das sogenannte Bosman-Urteil gesorgt. Dieser Effekt gehe auf den Fall des belgischen Fußballprofis Marc Bosman zurück, der 1995 gegen das bis dato geltende Transfersystem geklagt habe. Auslöser dafür sei ein aufgrund der zu hohen Transferforderungen gescheiterter Wechsel von seinem damaligen Verein Standard Lüttich zu einem französischen Zweitligisten gewesen. Das Gericht habe ihm schließlich einen ablösefreien Wechsel nach Frankreich gestattet.<sup>137</sup> „Durch diese Entscheidung wurde die finanzielle Situation aller europäischen Vereine bis heute nachhaltig verändert.“<sup>138</sup> Germann führt zudem an, dass darüber hinaus auch die Beschränkung für ausländische Spielerinnen und Spieler innerhalb der europäischen Union fiel, die bis dato eine Einschränkung der Wahl des Arbeitsplatzes für viele Spielerinnen und Spieler bedeutete.<sup>139</sup> Die Position von Lizenzspielerinnen und Spielern sei dadurch gestärkt worden und die Vereine versuchten, sie mit langfristigen Verträgen an sich zu binden, wofür sich die Profis hoch bezahlen ließen. Die Entwicklung der Gehälter nach dem Urteil sei enorm gewesen. 1988 bis 1998 haben sich die Gehälter in der Bundesliga innerhalb von 10 Jahren nahezu vervierfacht. Damit einhergehend sei auch der Anstieg der Transfersummen, die Vereine zahlen müssen, um Spielerinnen und Spieler zu kaufen, die unter einem geltenden langfristigen Vertrag stehen, erfolgt.<sup>140</sup> Denn durch die langfristige Bindung von wertvollen Spielerinnen und Spielern sei die Konkurrenz bei Interesse dazu gezwungen, diese um hohe Summen aus deren Verträge herauszukaufen.<sup>141</sup> Vereine gehen für die Verpflichtungen von Spielerinnen und Spielern an ihre finanziellen Grenzen. Während beispielsweise die Erträge der Fernsehlicenzen zu den wichtigsten Faktoren auf der Einnahmeseite zählen, sind die Spielergehälter und Transfers die gewichtigsten Ausgaben.<sup>142</sup> „Doch die Explosion der Gehälter und der Transfersummen ist nur eine Folge des Bosman-Urteils. In der Praxis wechseln die Profis nun in immer kürzeren Perioden den Verein.“<sup>143</sup> Eine Folge davon sei wiederum der Verlust der Identifikation von

---

<sup>137</sup> Friedrichsen, Mike/Möllenbeck, Sylvia: *Kommerzialisierung des Sports. Zur Medienfinanzierung des Profifußballs*. In: Stuttgarter Beiträge zur Medienwirtschaft, 5, 2002, S. 39.

<sup>138</sup> Ebd., S. 39.

<sup>139</sup> Germann, Daniel: *Milliardenbusiness Sport. Wer kassiert – wer verliert*. Zürich: Orell Füssli Verlag 2010, S. 43.

<sup>140</sup> Friedrichsen/Möllenbeck 2002, S. 40.

<sup>141</sup> Germann 2010, S. 43.

<sup>142</sup> Friedrichsen/Möllenbeck 2002, S. 39.

<sup>143</sup> Ebd., S. 40.

Spielerinnen und Spielern zum Verein und von Fans zu den Spielerinnen und Spielern. Damit nehme die Glaubwürdigkeit des Fußballs ab und die Entfremdung der Fans und Spielerinnen und Spielern von den Vereinen zu.<sup>144</sup> Dieses für die meisten sehr unerwartete Urteil habe die Fußballwelt so stark wie nur selten ein Ereignis zuvor geprägt, denn mit der Außerkraftsetzung des bisherigen Transferrechts sowie der Ausländerklausel änderten sich zwei wesentliche Gegebenheiten im Profifußball. Das Urteil habe jedoch, wie soeben dargestellt, zu immer größer werdenden Ablösesummen und nicht wie erwartet zu einem Ende beziehungsweise einer Vereinheitlichung dieser geführt.<sup>145</sup>

Im Sport äußert sie sich die Kommerzialisierung auf unterschiedlichste Weise. Wirtschaftsunternehmen unterstützen Sportveranstaltungen oder einzelne Sportlerinnen und Spieler, gegen Ablösezahlungen erfolgen Spielertransfers, Fernsehübertragungsrechte werden am Markt gehandelt, Unternehmen seien Vermieter von Sportgeräten oder -stätten, in denen wiederum Werbeflächen vermietet werden etc., um einen kleinen Ausschnitt der zunehmenden und vielschichtigen Kommerzialisierung im Sport aufzuzeigen. Dabei habe insbesondere der kommerzialisierte Profisport den Amateursport in vielen Bereichen abgelöst.<sup>146</sup> Auch Heinemann, der, wie bereits zitiert, in Bezug auf die Kommerzialisierung von einem Verkauf von Sport auch an Nichtmitglieder eines Vereins spricht, führt ähnliche Beispiele an, die dieses Phänomen verdeutlichen. Darunter fallen beispielsweise Ticketverkäufe, Abgaben von Verfügungs-, Übertragungs-, und Eigentumsrechten sowie der Verkauf von Fanartikeln und Merchandising.<sup>147</sup>

Diese Aspekte beziehen sich nicht nur auf den Profisport im Allgemeinen, sondern sie kommen auch in dieser Form im Fußball vor. So lässt sich etwa ableiten, dass sich die Kommerzialisierung im Fußball insbesondere auf die Vermarktung von Fußballspielen für bisher sportfremde Sphären und das Einbeziehen sportfremder Investorinnen und Investoren bezieht. Ein Beispiel dafür sei, dass Sportrechte-Agenturen durch den Verkauf von Fernsehrechten Wettbewerbe wie die Champions League ermöglichen und dabei einen steigenden

---

<sup>144</sup> Ebd., S. 40f.

<sup>145</sup> Mittag, Jürgen: Die Europäische Union und der Fußball. Die Europäisierung des Profifußballs zwischen Bosmann- und Simutenkow-Urteil. In: Mittag, Jürgen/Nieland, Jörg-Uwe (Hg.): *Das Spiel mit dem Fußball. Interessen, Projektionen und Vereinnahmungen*. Essen: Klartext Verlag 2007, S. 203ff.

<sup>146</sup> Brunn 2014, S. 355.

<sup>147</sup> Heinemann 1992, S. 239.

Werbewert erzeugen. Dieser beziehe sich auf die Veranstaltung selbst und auch auf die beteiligten Vereine.<sup>148</sup> Friedrichsen und Möllenböck nennen ähnliche Aspekte und führen als die vier wesentlichen Teilmärkte, auf denen Profifußballvereine ihre Einnahmen erzielen, den Verkauf von Fernsehrechten und Lizenzen, Sponsoring, Stadionkassen und Fan-Merchandising an. Hinzu kommen Einnahmen durch Mitgliedsbeiträge, die bei großen Vereinen erhebliche Summen einbringen.<sup>149</sup>

Eine graphische Darstellung des komplexen Geschäfts rund um den Fußball stammt vom Hamburgischen Weltwirtschaftsinstitut angeführt und erläutert nach Vöpel 2006. Es wurde zuvor bereits angeführt, dass es eine Vielzahl an Märkten gibt, die spezifische Strukturen, Handlungsträger und Instrumente aufweisen und auf denen unterschiedliche Akteurinnen und Akteure agieren. Die folgende Darstellung soll die bestehenden ökonomischen Beziehungen, die zwischen den einzelnen Märkten existieren und aus denen sich die Ziele und Strategien der Akteurinnen und Akteure herleiten lassen, aufzeigen:

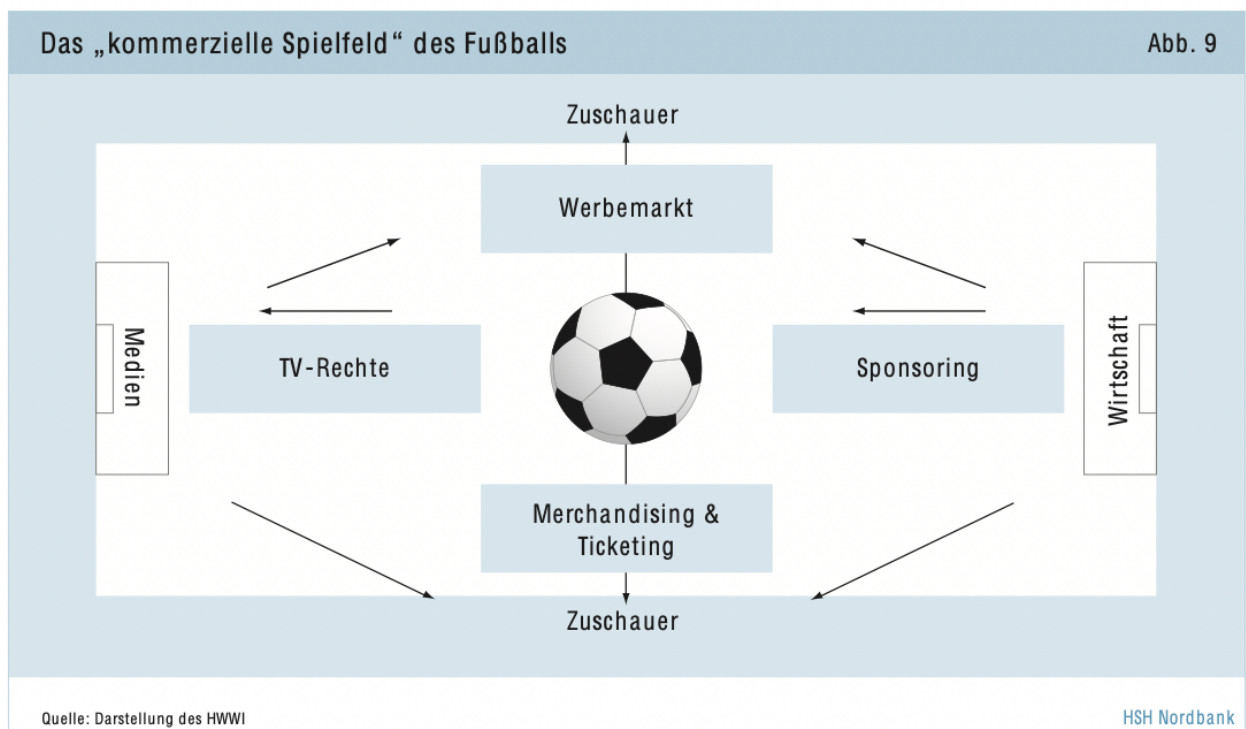


Abbildung 2: Das kommerzielle Spielfeld des Fußballs

Quelle: Vöpel 2006, S. 14.<sup>150</sup>

<sup>148</sup> Mikos, Lothar: Mythos Fan: Fußball-Fankulturen im Kontext gesellschaftlicher Veränderungen. In: Mittag, Jürgen/Nieland, Jörg-Uwe (Hg.): *Das Spiel mit dem Fußball. Interessen, Projektionen und Vereinnahmungen*. Essen: Klartext Verlag 2007, S. 484.

<sup>149</sup> Friedrichsen/Möllenböck 2002, S. 35.

<sup>150</sup> Vgl. Vöpel 2006, S.14.

Die Zuschauerresonanz des im Zentrum der ökonomischen Aktivitäten stehenden Spiel- und Ligabetriebs bilde die Basis für den wirtschaftlichen Erfolg. Einen wesentlichen Einfluss auf den Erfolg habe damit der Aspekt, inwieweit sich eine Liga in Bezug auf die Zuschauerinnen und Zuschauer im Vergleich zu anderen Angeboten durchsetzen könne. Die wirtschaftlichen Erfolge einzelner Vereine hingegen basieren in den meisten Fällen auf ihren Traditionen, regionalen Verwurzelungen und sportlichen Erfolgen, die wiederum das Interesse von Zuschauerinnen und Zuschauern, den Medien und Sponsorinnen und Sponsoren erhöhen. Werde das Produkt Fußball in den wirtschaftlichen Kontext von Angebot und Nachfrage gesetzt, so seien die Anbieter die auf verschiedenen Märkten, wie dem Transfermarkt, agierende Vereine sowie in Verbindung stehende Beteiligte, wie etwa Spielerinnen und Spieler, Trainerinnen und Trainer, Managerinnen und Managern etc. Die Seite der Nachfrage bilden wiederum die Fernsehzuschauerinnen und Zuschauer und Stadionbesucherinnen und Besucher. Aus der Grafik kann zudem entnommen werden, dass sich die Bereiche Werbemarkt und Merchandising & Ticketing aus dem Fußballmarkt ableiten. Wirtschaftliche Unternehmen betätigen sich auf dem Werbemarkt dann direkt oder im Sponsoring.<sup>151</sup> Aus diesen Zusammenhängen ergeben sich eine Vielzahl an ökonomisch interessanten Faktoren, die auch ethisch betrachtet werden können. Darunter fallen beispielsweise die bereits im ethischen Kapitel dieser Arbeit mehrfach angeführten Aspekte des Siegens und Verlierens. „Das Interesse der Zuschauer und der Medien fokussiert sich fast ausschließlich auf den Sieger. Auf diese konzentriert sich demzufolge auch das vornehmliche Vermarktungsinteresse seitens der Werbewirtschaft: ‚The winner takes it all‘.<sup>152</sup> Besonders interessant ist dahingehend das Verhältnis zwischen solchen Märkten, auf denen eine Siegerkultur herrscht und sportlich sowie wirtschaftlich gesehen nur die Siegerinnen und Sieger zählen, und der Ungewissheit über den Ausgang eines Ergebnisses. Diese Ungewissheit stelle zudem ein wesentliches Merkmal des Sports und seines Unterhaltungswertes dar.<sup>153</sup> Daraus resultiert eine für den Sport „in Teilen andere wettbewerbspolitische Bewertung als für die meisten anderen Märkte in der Wirtschaft.“<sup>154</sup>

Um eine weitere Verbindung zu ethischen Aspekten herzustellen, kann erneut Brunn zitiert werden: „Die mit der Kommerzialisierung verbundene Ausweitung ökonomischer Rationalität kann mit ethischen Werten und Prinzipien konfligieren.“<sup>155</sup> Daraus resultiert, dass sich

---

<sup>151</sup> Ebd., S. 14f.

<sup>152</sup> Ebd., S. 15.

<sup>153</sup> Ebd.

<sup>154</sup> Ebd.

<sup>155</sup> Brunn 2014, S. 355.

ebenso im Sport unterschiedliche wirtschaftsethische Fragen ergeben, die es zu behandeln gilt. Allgemein kann behauptet werden, dass je mehr Geld in einen gesellschaftlichen Bereich fließt, desto höher ist die Gefahr von Betrug und Korruption. Um schließlich einen menschenwürdigen und fairen Sport trotz zunehmender Ökonomisierung zu ermöglichen, müssen Brunn zufolge geeignete Betrugs-, Doping-, und Korruptionspräventionen geschaffen werden.<sup>156</sup> Dazu folgt mehr in einem späteren Kapitel dieser Masterarbeit.

### 4.1.3 Sponsoring

Bei einer Auseinandersetzung mit der Kommerzialisierung im Sport, insbesondere im Fußball erweist sich das Thema Sponsoring als unerlässlich. Die Legitimierung von Sponsoring 1970 habe einen wesentlichen Beitrag für die kommerzielle Weiterbildung des Fußballs geleistet und das Marketing diesbezüglich maßgeblich verändert. Grundsätzlich nehme das Sportsponsoring rund zwei Drittel aller Sponsoring Ausgaben ein und es habe damit unter den verschiedenen Sponsoring Arten den höchsten Stellenwert.<sup>157</sup> Sponsoring wird demnach häufig mit Sport assoziiert, weswegen in den meisten Fällen von Sportsponsoring die Rede ist. Hermanns nach ist der Grund dafür unter anderem, dass der Sport durch seine hohe Nachfrage, die hohe mediale Verwertung sowie durch das Hervorbringen von Tugenden, wie etwa Emotionen, Teamgeist und Leidenschaft, als Kommunikationsplattform für Unternehmen interessant wird.<sup>158</sup> Eine Definition diesbezüglich stammt von Bruhn:

„Sportsponsoring ist eine Form des sportlichen Engagements von Unternehmen, bei dem durch die Unterstützung von Einzelsportlern, Sportmannschaften, Vereinen (sportübergreifend), Verbänden oder Sportveranstaltungen Wirkungen im Hinblick auf die (in und externe) Unternehmenskommunikation erzielt werden.“<sup>159</sup>

Sponsoring ist heutzutage für Vereine eine der wichtigsten Einnahmefaktoren. Während Spenderinnen und Spender früher aus selbstlosem Engagement gehandelt haben, seien die Motive heutzutage eher gesellschaftspolitisch, wirtschaftlich oder sozial veranlagt. Das Sponsoring stelle dabei eine weitere Entwicklungsstufe dar, denn im Gegensatz zu einer Spende müsse beim Sponsoring auch der Gesponserte eine Gegenleistung erbringen, die

---

<sup>156</sup> Ebd., S. 355f.

<sup>157</sup> Brühler, Andre/Nufer, Gerd: Marketing im Sport. In: Nufer, Gerd/Bühler, Andre (Hg.): *Marketing im Sport- Grundlagen und Trends des modernen Sportmarketing*. Berlin: Erich Schmidt Verlag 2013, S. 271.

<sup>158</sup> Hermanns, Arnold: Entwicklung der Perspektiven des Sportsponsoring. In: Hermanns, Arnold/Riedmüller, Florian (Hg.): *Management Handbuch Sport-Marketing*. München: Vahlen 2001, S. 393.

<sup>159</sup> Bruhn, Manfred: *Sponsoring: Systematische Planung und integrativer Einsatz*. Wiesbaden: Springer Gabler 2003, S. 42.

vertraglich festgelegt sei.<sup>160</sup> Demzufolge basiere das Sportsponsoring auf dem Prinzip der Reziprozität und sei folglich von Mäzenatentum und Spenden zu unterscheiden.<sup>161</sup> Der Austausch von Leistung und Gegenleistung sei demnach ein wesentlicher Bestandteil des Sportsponsorings und lasse sich als eine Win-Win-Situation beschreiben. Vereine finanzieren sich mithilfe von Sponsorinnen und Sponsoren, die in den meisten Fällen im Gegenzug eine Werbefläche für ihre Produkte und Dienstleistungen erhalten. Für beide Seiten sei eine langfristige Beziehung sinnvoller. Der gesponserte Verein beispielsweise ziehe daraus Vorteile für seine Vereins-Finanzierung und die Sponsorinnen und Sponsoren erhöhen ihre Erfolgsaussichten.<sup>162</sup>

Folglich basiere der Prozess des Sponsorings darauf, dass ein Unternehmen „durch den Einsatz finanzieller Mittel systematisch versucht, eigenen Kommunikationsziele umzusetzen und positive Imageaspekte des Gesponserten auf sich und die eigenen Produkte zu übertragen.“<sup>163</sup> Es gehe jedoch nicht nur um die Erhöhung des Bekanntheitsgrades und eine Verbesserung des Images, sondern auch um die Kundengewinnung und -bindung, die eine Umsatzsteigerung erzielt.<sup>164</sup> Um diese Aspekte als ein Unternehmen zu erreichen, gibt es im Sponsoring unterschiedliche Möglichkeiten. Diesbezüglich führen Brühler und Nufer Maßnahmen an, wie beispielsweise das Platzieren der Marke auf dem Trikot, das Zeigen von Präsenz während Sportveranstaltungen, etwa durch Bandenwerbung oder Anzeigetafeln, das Verwenden von Wortphrasen wie ‚offizieller Ausrüster von‘, um eine Abgrenzung zu anderen Sponsoren zu schaffen, oder das Ausrichten von Sportveranstaltungen. Das Ausmaß dieser Aspekte sei ebenso vertraglich festgelegt. Es lasse sich abstuft zwischen Full-Sponsoring, Hauptsponsoring und Co-Sponsoring unterscheiden, wobei bei Ersterem die kommunikativen Nutzungsrechte ganz beim Sponsor liegen und beim Letztgenannten der Sponsor nicht in Besitz von exklusiven Rechten sei.<sup>165</sup> Zudem stelle in Bezug auf Sportsponsoring die Tendenz in Richtung Globalisierung einen neuwertigeren Faktor dar. Gerade im Bereich des Full-Sponsorings seien die Sponsoren meistens große multinationale Konzerne, die länderübergreifenden Kampagnen umsetzen.<sup>166</sup>

---

<sup>160</sup> Friedrichsen/Möllenböck 2002, S. 47.

<sup>161</sup> Brühler/Nufer 2013, S. 54.

<sup>162</sup> Freyer, Walter: *Sport-Marketing*. Berlin: Erich Schmidt Verlag 2011, S. 561f.

<sup>163</sup> Friedrichsen/Möllenböck 2002, S. 47.

<sup>164</sup> Brühler/Nufer 2013, S. 54.

<sup>165</sup> Ebd., S. 272f.

<sup>166</sup> Friedrichsen/Möllenböck 2002, S. 49.

Ein wesentlicher Aspekt des Sponsorings sind zudem die Medien. Nur durch Übertragungen und Berichte können die unterschiedlichen Ziele einer Sponsorpartnerschaft erreicht werden. „In diesem Zusammenhang wird vom ‚magischen Dreieck des Sponsorings‘ gesprochen, in dem Sponsoringobjekt, Sponsor und Medien wechselseitig voneinander abhängig sind.“<sup>167</sup>

## 4.2 Professionalisierung

Im direkten Zusammenhang sowie in einer wechselseitigen Beziehung steht die Kommerzialisierung mit der Professionalisierung. Die Entwicklung dieses Verhältnisses sowie jene von Sport und Fernsehen verlaufen parallel. Es ist offensichtlich, dass der Hochleistungssport im Laufe der Zeit eine Professionalisierung erlebt hat und diese weiterwächst. „Anstelle der traditionellen Sportvereine und Verbände mit ihren ehrenamtlichen Funktionären sind kommerziell ausgerichtete, hochprofessionelle Dienstleistungsunternehmen getreten, die den Sportwettkampf systematisch und gezielt vermarkten.“<sup>168</sup> Vöpel nach zeigt sich, dass die wirtschaftliche Steigerung und vor allem auch ihre Bedeutung im Fußball eine höhere Professionalität erfordert und dass sich die Vereine immer mehr zu Dienstleistungsunternehmen entwickeln. Im Prozess der Professionalisierung beziehungsweise bereits im Anstieg des Professionalisierungsgrades gehen die traditionellen fußballspezifische Strukturen und Verhaltensmuster verloren.<sup>169</sup> Folge davon ist eine „stärkere funktionale Differenzierung in den Vereinen sowohl in sportlichen als auch im wirtschaftlichen Bereich.“<sup>170</sup>

Grundsätzlich sei unter einer Professionalisierung die professionelle Entwicklung eines Berufes sowie der Übergang zur bezahlten Arbeit zu verstehen. Zudem gehe mit ihr die zunehmende Autonomie in der Leistungskontrolle von Berufsgruppen einher.<sup>171</sup> Heutzutage bedeutet der Begriff jedoch viel mehr als nur die Verberuflichung. Es geht erweiternd um den „differenzierten Umgang mit interdisziplinärem Wissen in einem bestimmten Praxisfeld. Gleichzeitig umfasst der Begriff die kompetente flexible Anwendung von Wissen im Feld, diagnostisch und flexibles vernetztes Handeln“<sup>172</sup>, so Gieseke.

---

<sup>167</sup> Ebd., S. 48.

<sup>168</sup> Ebd., S. 7.

<sup>169</sup> Vöpel 2006, S. 36

<sup>170</sup> Ebd., S. 37.

<sup>171</sup> Mieg, Harald: Professionalisierung. In: Rauner, Felix (Hg.): *Handbuch Berufsbildungsforschung*. Bielefeld: W. Bertelsmann Verlag 2006, S. 342ff.

<sup>172</sup> Gieseke, Willtrud: Professionalisierung in der Erwachsenenbildung/Weiterbildung. In: Trippelt, Rudolf (Hg.): *Handbuch Erwachsenenbildung/Weiterbildung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2010, S. 385.

Heinemann definiert die Professionalisierung als „Unterwerfung des Sports oder des Sportlers unter die Anforderungen und Gesetzmäßigkeiten von Beruf und Markt.“<sup>173</sup> Aus der Professionalisierung im Fußball resultiere, dass Spielerinnen und Spieler ihren Sport hauptberuflich ausüben und durch ihre Einnahmen daraus ihren Lebensunterhalt finanzieren können. Vereine sind zu Wirtschaftsunternehmen geworden, die sich um die Einnahmen und Ausgaben kümmern und dabei einen Arbeitgeber darstellen, der Spielerinnen und Spieler als Angestellte beschäftigt, so Mikos.<sup>174</sup> Den zuvor erwähnten Prozess der Verberuflichung nennt auch Hortleder in seiner Definition. Zudem klassifiziert er, ähnlich wie Mikos, das Merkmal der Haupteinkommensquelle als wesentlich. Der Fußball diene als Beruf und Einnahmequelle und im Vordergrund stehe nicht mehr das Sporttreiben oder der Spaß am Spiel.<sup>175</sup>

Die zuvor angesprochene Umwandlung der Vereine in Kapitalgesellschaften hat zudem die Bildung neuer Berufsgruppen innerhalb dieser zur Folge, die es vor einer Professionalisierung noch nicht gegeben hat. Elbe und Rentmeister nach gehören zu einem professionell geführten Verein mittlerweile eine Geschäftsführung, Vorstände, Vermarktungsagenturen, Sponsoring- oder Presseabteilungen, Ärztinnen und Ärzte, diverse Beauftragte etc. und der Aufbau der Mitarbeiterstrukturen gleicht gängigen Wirtschaftsunternehmen. Wie hoch der Professionalisierungsgrad eines Vereins beziehungsweise die Wahrnehmungen seiner Professionalität ist, sei zudem von der Professionalisierung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, dem Management, der Governance und den Umfeldbedingungen abhängig.<sup>176</sup> Interessant sind diesbezüglich zudem die Programme zur Professionalisierung im Bereich der Klublizenzierung, die von der Fifa, neben anderen Programmen wie etwa zum Ligaaufbau, Sponsoring, zur Vermarktung oder Kommunikation, für Klubs angeboten werden. Für die Erhaltung der Lizenz muss der Verein bestimmte Kriterien erfüllen und ist an gewisse Bedingungen gebunden, so die FIFA.<sup>177</sup>

Doch die fortschreitende Entwicklung der Professionalisierung habe insbesondere für kleinere Klubs aus unteren Ligen auch negative Auswirkungen. Der Aufstieg eines kleineren Klubs in eine höhere Liga werde umso schwerer und unwahrscheinlicher, desto höher der

---

<sup>173</sup> Heinemann 1995, S. 42.

<sup>174</sup> Mikos 2007, S. 484f.

<sup>175</sup> Hortleder, Gerd: *Sport in der nachindustriellen Gesellschaft. Eine Einführung in die Sportsoziologie*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1978, S. 24.

<sup>176</sup> Elbe, Marin/Rentmeister, Sascha: *Metaprofessionalisierung. Zur Professionalisierung des Personalmanagements in der Fußball-Bundesliga*. In: Zeitschrift für Gesundheit und Sport, 1, 2013, S. 8f.

<sup>177</sup> FIFA: *Professional Football*, <https://www.fifa.com/legal/football-regulatory/stakeholders> (Zugriff 15.09.2022).

Grad der voranschreitenden Professionalisierung sei.<sup>178</sup> Es kann von einer „Abkoppelung des professionellen Leistungssports vom übrigen Sportgeschehen“<sup>179</sup> in Bezug auf die Professionalisierung des Fußballs gesprochen werden. Ein noch höherer Grad an Professionalisierung werde wiederum durch höhere Einnahmen vorangetrieben. Dadurch können Trainingsbedingungen verbessert, die medizinische Betreuung ausgebaut und bessere Spielerinnen und Spieler aus Verträgen mit anderen Vereinen herausgekauft werden. Während der Aufstieg für kleinere Ligen erschwert werde, bleiben die reicheren Vereine, sofern sie ihre Mittel effektiv einsetzen, auf den ersten Rängen der Tabellen. Darüber wie fair diese Ballung der wirtschaftlichen Ressourcen im Sportsystem sei, lasse sich diskutieren.<sup>180</sup>

### 4.3 Medien im Sport und Medialisierung

Auf das Phänomen Medialisierung beziehungsweise die Rolle der Medien im Sport wurde in dieser Arbeit bereits hingewiesen. Die Medien haben einen wesentlichen Beitrag dabei geleistet, „den Sport zu einem gesellschaftlichen Ereignis und dem weithin dominierenden Phänomen der Alltagskultur zu machen.“<sup>181</sup> Dieses Kapitel soll diese Aspekte näher erläutern und vor allem ihren Zusammenhang zur Kommerzialisierung darstellen.

Grundsätzlich sei unter Medialisierung der Anstieg der Medien als Kommunikationsinstrument zu verstehen. Wie zuvor erwähnt ist der professionalisierte Sport in den meisten Fällen nur noch durch Sponsoring und Investitionen möglich. Schwier und Schauerte weisen darauf hin, dass die Geldgeberinnen und -geber im Gegenzug zur finanziellen Unterstützung Medienpräsenz erhalten, die einen wesentlichen Faktor für das Erreichen ihrer Ziele durch das Sponsoring darstellt. Zu diesen zählen etwa die Erweiterung des Bekanntheitsgrades, Kundengewinnung oder die positive Darstellung nach außen. Fußball stelle durch seine hohe Medienpräsenz ein attraktives Umfeld für Geldgeberinnen und Geber dar. Zudem weise er für die Medien relevante Faktoren auf, wie den Überraschungseffekt oder die Ungewissheit eines Ergebnisses und damit verbunden außergewöhnliche Ereignisse und Leistungen.<sup>182</sup>

---

<sup>178</sup> Jonas Hannah: Konjunkturen des Fußballkonsums. Professioneller Vereinsfußball in der Bundesrepublik seit 1963. In: Pyta, Wolfram (Hg.): *Geschichte des Fußballs in Deutschland und Europa seit 1954*. Stuttgart: Kohlhammer 2013, S. 107.

<sup>179</sup> Schauerte, Thorsten: Ökonomisierung des Mediensports: Entwicklungen und Auswirkungen. In: Marschik, Matthias/Müllner, Rudolf (Hg.): *„Sind's froh, dass Sie zu Hause geblieben sind.“ Mediatisierung des Sports in Österreich*. Göttingen: Die Werkstatt 2010, S. 372.

<sup>180</sup> Brunn 2014, S. 364.

<sup>181</sup> Friedrichsen/Möllenböck 2002, S. 22.

<sup>182</sup> Schwier, Jürgen/Schauerte, Thorsten: Die Telegenisierung von Sportereignissen-Anpassung von Sportarten und ihrem Regelwerk an medialen Bedingungen. In: Schierl, Thomas (Hg.): *Die Visualisierung des Sports in den Medien*. Köln: Halem 2004, S. 165ff.

Weitere Aspekte der Medien seien zudem die emotionale Verbundenheit und Vertrauensgewinnung. Sport werde so inszeniert, dass bestimmte Emotionen erzeugt und Sportlerinnen und Sportler zu Helden werden.<sup>183</sup> Suchy zufolge ist die Vertrauensgewinnung kaum mehr über die Leistung eines Vereines oder der Sportlerinnen und Sportler möglich. Viel entscheidender sei die externe PR und die Kommunikation zwischen Vereinen oder Spielerinnen und Spielern und Fans über Social Media. Eine starke Medienpräsenz wecke das Interesse an Profisportlerinnen und Sportlern und am Sport selbst.<sup>184</sup> Aus diesen Absätzen lässt sich eine Veränderung der Funktion der Medien ableiten. Friedrichsen und Möllenböck führen diesbezüglich an, dass während die Medien früher ein Mittel waren, um Sportereignisse in das Bewusstsein der Öffentlichkeit zu heben, diese heutzutage in den einflussreichen, professionalisierten Sportarten ein Instrument zur Erreichung der immer wichtiger werdenden, ökonomische Unternehmensziele darstellen.<sup>185</sup> „Das Problem dabei ist, dass die unternehmerischen Bestrebungen, diese Medienleistung zu vereinnahmen und wirtschaftlich auszubeuten mit der Notwendigkeit, den Sport durch Medien der Gesellschaft zu vermitteln, in Konflikt gerät.“<sup>186</sup> Daraus folge weiters die Problematik zwischen der gesellschaftlichen Aufgabe unabhängiger Medien und der Tendenz einer privatwirtschaftlichen Verwertung von Sportveranstaltungen mit der Voraussetzung einer Zahlungs- und Verhaltensverpflichtung für die Zulassung von Medien.<sup>187</sup>

Die Medien als ein Instrument zur Erreichung von ökonomischen Zielen beeinflusse zudem die Wirkung der Medien auf den Sport selbst. Dabei gehe es vor allem um eine Steigerung der Attraktivität des Sports für das Medienpublikum.<sup>188</sup> „Der Sport wird so verändert, dass er für die ökonomisch begründete Verwertung durch Medien besser geeignet erscheint.“<sup>189</sup> Grundsätzlich könne von einem komplexen Gefüge gegenseitiger Abhängigkeit zwischen Medialisierung und wirtschaftlichen Faktoren gesprochen werden, da die Medialisierung durch diese vorangetrieben werde, sie aber gleichzeitig auch einen wesentlichen Beitrag zum wirtschaftlichen Profit des Sports leiste. Dieses Gefüge lasse sich durch Handlungsebenen

---

<sup>183</sup> Friedrichsen/Möllenböck 2002, S. 6.

<sup>184</sup> Suchy, Günther: *Public Relations im Sport: Basiswissen – Arbeitsfelder – Sport-PR und social Media*. Berlin: Erich Schmidt Verlag 2011, S. 33f.

<sup>185</sup> Friedrichsen/Möllenböck 2002, S. 23.

<sup>186</sup> Ebd.

<sup>187</sup> Ebd.

<sup>188</sup> Haut, Jan/Mittag, Jürgen/Nieland Jörg-Uwe, /Schürmann, Volker/Stibbe, Günter: *Bewegungskulturen im Wandel: Der Sport der Medialen Moderne - Gesellschaftstheoretische Verortungen*. Bielefeld: transcript 2016, S. 194.

<sup>189</sup> Ebd.

und sportspezifischen Ausprägungen der Medialisierung gliedern.<sup>190</sup> Eine Untersuchung dazu im Fußball stammt von Meyen, der durch seine Ergebnisse aufzeigen konnte, dass sich Sportakteurinnen und -akteure auf verschiedenen Ebenen an die durch die Kommerz geprägte Bedingungen der Massenmedien anpassen.<sup>191</sup> Auf Mikroebene spricht er beispielsweise von einer Anpassung an die Kameras der Akteurinnen und Akteure durch ein intensives Medientraining und in Bezug auf die Mesoebene zeigt er auf, dass Vereine eine professionelle PR betreiben und fernsehtaugliche Stadien errichten. Zur obersten Ebene, der Makroebene, zähle beispielsweise die FIFA, die mediengerechte Spielregeln entwickelt.<sup>192</sup> Die Besonderheit des Fußballs in diesem Kontext sieht Meyen darin, dass „sowohl individuelle als auch kollektive Akteure auf die Ausdifferenzierung des Massenmediensystems reagieren.“<sup>193</sup>

Im Sport stellen die Medien schon lange keine getreuliche aufzeichnende Berichterstattung dar, sondern sie entscheiden, wie der Sport vermittelt werde. Massenmedien seien ohne Sport kaum noch vorstellbar und umgekehrt brauche insbesondere der professionalisierte Sport die Medienpräsenz, um zu überleben.<sup>194</sup> Um zu überleben, werden, wie bereits erwähnt, die Gelder aus Sponsoring und von Investorinnen und Investoren benötigt. Wie viel davon jedoch in eine Sportart fließe, sei wiederum stark durch die Medien beeinflusst und dabei erzeuge die Berichterstattung eine Zweiklassengesellschaft. Dabei stehe „auf der einen Seite der Fernsehsport oder auch Profi(t)sport und auf der anderen Seite die Vielzahl der Sportarten, die von den Kameras verschmäht werden und an denen folglich auch die Fernseh- und Sponsorengelder vorbeifließen.“<sup>195</sup> Gleichzeitig müssen die Medien, insbesondere das Fernsehen, aufgrund eines hohen Konkurrenzkampfes um Zuschauerinnen und Zuschauer sowie Quoten für eine attraktive, aber auch lukrative Berichterstattung sorgen.<sup>196</sup>

Die Medien, darunter die massenmediale Berichterstattung, haben jedoch nicht nur einen Einfluss auf die Sportart und das Publikum, sondern sie können auch die Professionalisierung und damit die sportliche Leistung von Athletinnen und Athleten, insbesondere von Fußballspielerinnen und Spielern beeinflussen. Die folgenden vier Punkte von Horak und

---

<sup>190</sup> Ebd.

<sup>191</sup> Vgl. Meyen, Michael: *Medialisierung des deutschen Spitzenfußballs. Eine Fallstudie zur Anpassung von sozialen Funktionssystemen an die Handlungslogik der Massenmedien*. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 62 (2), 2014, S. 391.

<sup>192</sup> Ebd.

<sup>193</sup> Ebd., S. 392.

<sup>194</sup> Friedrichsen/Möllenböck 2002, S. 21.

<sup>195</sup> Ebd., S. 6.

<sup>196</sup> Ebd., S. 9.

Marschik veranschaulichen den Zusammenhang sportlicher Leistung und der Medienberichterstattung:

- Massenmedien bestimmen das leistungsthematische Verhalten von Sportlerinnen und Sportlern.
- Massenmedien erzeugen Veränderungen im Verhalten von Spitzensportlerinnen und Spitzensportlern.
- Spitzensportlerinnen und Spitzensportler haben durch die Massenmedien Kenntnis über die von den Medien vorgegebenen Leistungsnormen.
- Massenmedien vermitteln die Prioritäten von Sportjournalistinnen und -journalisten, die für die Auswahl von Sportereignissen verantwortlich sind.<sup>197</sup>

Die starke und einflussreiche Position der Medien im Sport wurde in diesem Kapitel bisher deutlich dargestellt. Es gilt jedoch auch anzuführen, dass der Medialisierung im Sport insbesondere in der Kontroversität, den sportlichen Eigenlogiken aber auch in der Ökonomisierung Grenzen gesetzt sind. Haut, Mittag, Nieland, Schürmann und Stibbe nach ist die mediengerechte Veränderung des Sports nicht unumstritten und wird von einigen Seiten als Kommerzialisierung kritisiert. Verdeutlicht werde das beispielsweise durch eine Vielzahl an Faninitiativen. Ökonomische Grenzen zeigen sich unter anderem im Kosten-Nutzen-Aspekt, denn die Medialisierung müsse sich schließlich für alle Parteien rentieren. Ein Beispiel dafür sei der Rückzug eines Fernsehsenders aus der Übertragung einer Sportart, wenn diese keinen nationalen Star mehr hervorbringe, wodurch das Interesse seitens der Zuschauerinnen und Zuschauer oder wirtschaftlichen Akteurinnen und Akteuren reduziert werde.<sup>198</sup>

Das wachsende Thema des Sports als Medieninhalt benötigt jedoch auch eine kritische Auseinandersetzung. Die Medien versuchen oftmals das Image eines fairen und chancengleichen Sports zu bewahren. Friedrichsen und Möllenböck führen dazu an, dass Themen, die dem Sport und seinem Bild schaden könnten, wie etwa eine Hinterfragung des Leistungsprinzips, das Aufzeigen der Kommerzialisierung und ihre negativen Folgen, eine Auseinandersetzung mit Doping oder die Einflussnahme von Politik und Wirtschaft, in den Medien oftmals vermieden werden.<sup>199</sup> Es stellt sich jedoch die Frage, ob die Medien und damit eine steigende

---

<sup>197</sup> Horak, Roman/Marschik, Matthias: *Vom Erlebnis zur Wahrnehmung. Der Wiener Fußball und seine Zuschauer 1945–1990*. Wien: Turia und Kant 1995, S. 53.

<sup>198</sup> Haut/Mittag/Nieland/Schürmann/Stibbe 2016, S. 195.

<sup>199</sup> Friedrichsen/Möllnboeck 2002, S. 17.

öffentliche Aufmerksamkeit den Sport dahingehend positiv beeinflussen könnten. In sportpolitischen Strukturen komme es beispielsweise durch die größere Publizität zu einem Rechtfertigungsdruck und dem Bedarf an mehr Transparenz.<sup>200</sup> Die Betreiberinnen und Betreiber der Plattform Football Leaks wollten genau das erreichen. Ihr Ziel war es, medial alle Seiten des Fußballs darzustellen, darunter auch seine durch Betrug und Korruption geprägten Schattenseiten.

#### 4.4 Magisches Dreieck

Der Sport und insbesondere der Fußball sind aufgrund ihrer Faszination und Anziehungskraft wirtschaftlich und medial besonders interessant. Medienkonzerne und wirtschaftliche Unternehmen haben schon früh im Sport eine lukrative Möglichkeit gesehen, ein großes Publikum für ihre Zwecke zu generieren.<sup>201</sup> Ein Modell das diesen Zusammenhang sowie drei wesentliche Aspekte dieser Arbeit zusammenfasst, ist das sogenannte magische Dreieck. Darunter werde, eine „äußerst enge Verflechtung von Sport, Medien und Wirtschaft, die im Wesentlichen auf ökonomischen Interessen und Abhängigkeiten fußt“<sup>202</sup>, verstanden. Schauerte beschreibt das Dreieck als „eine ökonomische Symbiose zwischen Sport, Medien und werbetreibender Wirtschaft, deren gemeinsame Intension eine breite Publizität ihrer

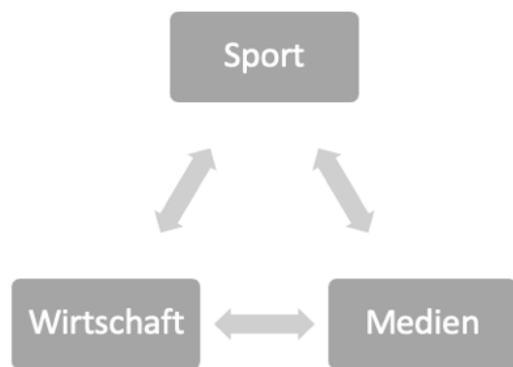


Abbildung 3: Das magische Dreieck des Sports

Quelle: Eigendarstellung

selbst ist.“<sup>203</sup> Huber, Kircher und Matthes weisen darauf hin, dass die Abhängigkeitsstrukturen des Dreiecks insbesondere durch die zunehmende Bedeutung des Wirtschaftssektors veranschaulicht wird. Fernsehanbieter finanzieren mit den Einnahmen von Werbeeinhalten die Kosten der Sportübertragungsrechte und Sportverbände decken einige ihrer Ausgaben und Investitionen durch Merchandising, Sponsoring und den Verkauf von Rechten.<sup>204</sup>

<sup>200</sup> Vgl. Haut/Mittag/Nieland/Schürmann/Stibbe 2016, S. 193.

<sup>201</sup> Vgl. Bertling, Christoph/Schierl, Thomas: *Sport und Medien*. Wiesbaden: Springer Fachmedien 2020, S. 16.

<sup>202</sup> Ebd.

<sup>203</sup> Schauerte, Thorsten: Wirkung des Mediensports. In: Swier, Jürgen (Hg.): *Mediensport. Ein einführendes Handbuch*. Hohengehren: Schneider-Verlag 2002, S. 193.

<sup>204</sup> Huber, Franke/Kircher, Heike/Matthes, Isabel: *Randsportarten erfolgreich vermarkten*. Wiesbaden: Gabler 2008, S. 7.

Im Folgenden werden die drei Elemente des Dreiecks beschrieben:

**Sport:** Der Bereich Sport als Sportorganisation sei an der Erfüllung seiner Aufgaben interessiert, die meist eine finanzielle Aufwendung brauche. Zu den Aufgaben gehören beispielsweise das Entwickeln und Durchführen von Veranstaltungen oder Sendungen, die durch ihr Publikumsinteresse mediales Interesse erzeugen.<sup>205</sup>

**Medien:** Die Medien richten sich nach den Einschaltquoten und der Reichweite. Sie übertragen kostenfrei oder gegen Bezahlung Ereignisse aus dem Sport mit dem Ziel, ihre eigene Zielgruppe zu erreichen und sich zudem gegenüber der Medienkonkurrenz zu profilieren.<sup>206</sup>

**Wirtschaft:** Ziel der Wirtschaft sei es unter anderem durch den Einsatz von wirtschaftlichen Faktoren das Image der Marke oder des Unternehmens aufzuwerten und Gewinne zu erzielen. Hilfreich sei dabei eine positive Wahrnehmung durch die Sportzuschauerinnen und Zuschauer.<sup>207</sup>

Beispiele, die die Verbindungen des magischen Dreiecks zwischen Sport, Medien und Wirtschaft veranschaulichen, seien etwa die Sportwetten. Ab den 1920er Jahren haben diese stark zugenommen und neben kommerziellen Anbietern seien auch staatliche Institutionen Wettveranstalter gewesen. Die Medien haben über Wettgeschehen informiert und mit einem größeren Publikum profitiert. Der Sport habe Zusatzeinnahmen ausgeschöpft und mehr Aufmerksamkeit erhalten. Ein weiteres Beispiel, das diese wirtschaftlichen Wechselspiele entstehen lasse, sei die Einführung neuer massentauglicher Medientechnologien, die Sportinhalte nutzen, um möglichst schnell weitreichend bedeutsam zu werden.<sup>208</sup>

„Wirtschaftlich voneinander profitieren – dies ist seit jeher das große Credo im Beziehungsgeflecht von Sport, Medien und Wirtschaft. Vor allem in den letzten Jahrzehnten nahm dieses Ziel bei allen Akteuren immer stärker zu.“<sup>209</sup> Trotz einer Zunahme der Verflechtung ist der Leitsatz bis heute gleichgeblieben. Um wirtschaftlich voneinander profitieren zu können, ist Huber, Kirchner und Matthes zufolge das Erlangen der Aufmerksamkeit von Rezipienten entscheidend, denn sie ist wesentlich für Medientreue und Kaufentscheidungen. Aufgrund dieser Wichtigkeit für alle Teile des Dreiecks werde mittlerweile eine Erweiterung auf ein

---

<sup>205</sup> Bruhn, Manfred: *Sponsoring. Systematische Planung und integrativer Einsatz*. Wiesbaden: Gabler 2010, S. 16f.

<sup>206</sup> Ebd., S. 17.

<sup>207</sup> Bruhn 2010, S. 17.

<sup>208</sup> Bertling/Schierl 2020, S. 16.

<sup>209</sup> Ebd., S. 17.

magisches Viereck vorgeschlagen, welches das Publikum als gleichwertige Größe inkludiere. Diese stehe mit Sport, Wirtschaft und Medien in einer gegenseitigen Wechselbeziehung.<sup>210</sup> Grundsätzlich gibt es viele Möglichkeiten, das magische Dreieck durch verschiedene Komponenten zu erweitern. So könnte die Politik einen gleichwertigen Aspekt darstellen oder es könnten weitere Felder hinzugefügt werden, welche unterschiedliche Auswirkungen aus wirtschaftlicher, sportlicher und medialer Sicht aufzeigen.

Friedrichsen und Möllenböck führen weiters an, dass sich der Fußball aus dem öffentlich zugänglichen Fernsehen aus Gewinnstreben zurückgezogen und immer mehr auf Pay-TV gesetzt hat. Dadurch seien jedoch auch negative Konsequenzen entstanden. Wie sich die Verbindung von Sport und Massenmedien entwickle, bleibt unklar. Eine Folge kann jedoch sein, dass aus dem magischen Dreieck von Sport, Medien und Wirtschaft ein „Bermuda-Dreieck“ werde, dass den professionellen Sport und all seine Akteurinnen und Akteure verschlinge.<sup>211</sup>

---

<sup>210</sup> Vgl. Huber/Kircher/Matthes 2008, S. 7.

<sup>211</sup> Vgl. Friedrichsen/Möllenböck 2002, S. 84.

## 5. Probleme der Kommerzialisierung veranschaulicht durch Football Leaks

Das zweite, größere Kapitel dieser Arbeit hat zum Ziel, die Inhalte der bisherigen Kapitel gegenüberzustellen und im Zusammenhang zu betrachten. Es wurde deutlich aufgezeigt, dass der Sport heutzutage durch ökonomische Faktoren und dabei vor allem durch die Kommerzialisierung geprägt ist. Insbesondere der Fußball kann als eigener Wirtschaftsfaktor und als Paradebeispiel für kommerzielle Tätigkeiten im Sport betrachtet werden. Zudem wurden ethische Aspekte im Sport dargestellt, wobei sich die Fairness als der zentralste Bestandteil herauskristallisierte. Es gilt nun den Zusammenhang zwischen der Kommerzialisierung und ethischen Problemen aufzuzeigen.

Durch den ökonomischen Einfluss in bestimmten Hochleistungssystemen, wie etwa dem Profisport, in denen der Erfolg als absolut gesehen wird, entwickeln sich vermehrt betrügerische und rücksichtslose Strategien, um diesen Erfolg zu erreichen. Dieses Verhalten könne zudem auf unterschiedliche kommerzielle Ziele übertragen werden. Es entstehe eine Doppelmoral bei diversen Akteurinnen und Akteuren im Sport. In Bezug auf die Verantwortlichkeit für betrügerische Verhaltensweisen und Handlungen komme es oftmals zu Verwischungs- und Abschiebungsstrategien sowie Ablenkungstaktiken.<sup>212</sup> Die Kommerzialisierung im Fußball bringt noch weitere, viel eindeutigere Probleme mit sich, die ethisch nicht vertretbar sind, wie etwa Wettmanipulation, Korruption, Gewalt oder Rassismus. In diesem Spannungsfeld müssen der Fußball und seine Akteurinnen und Akteure automatisch eine soziale Funktion und Verantwortung übernehmen.<sup>213</sup> Ob diese ihrer Rolle gerecht werden, lässt sich durch eine Vielzahl an Skandalen als fragwürdig bezeichnen.

„Je umfassender die Ökonomisierung und Kommerzialisierung des Professional- und Leistungssports, desto häufiger, heimtückischer und u.U. brutaler werden tendenziell die Fouls – mit immer stärkerem ‚Körpereinsatz‘.“<sup>214</sup> Unmoralisches Verhalten aus sportlicher Sicht kann demzufolge insbesondere im rücksichtslosen Siegen-Wollen gesehen werden. Lenk nach geht es den Mannschaften insgeheim kaum mehr um die faire Chancengleichheit zu

---

<sup>212</sup> Lenk, Hans: Strukturelle Dilemma-Situationen der Fairness in Wirtschaft und Sport. In: Maring, Matthias (Hg.): *Zur Zukunft der Bereichsethiken – Herausforderung durch die Ökonomisierung der Welt*. Karlsruhe: KIT Scientific 2016, S. 239.

<sup>213</sup> Sieweck 2016, S. 15.

<sup>214</sup> Lenk 2016, S. 241.

den Gegnerinnen und Gegnern, die sie nach außen vermitteln, sondern um das Gewinnen zu nahezu jedem Preis. Damit stelle sich die Frage nach dem ursprünglichen Fairness-Ideal in einem kommerzialisierten und konkurrenzsteigenden Wettbewerb im Profisport und dem Einfluss der existenziellen Ellenbogengesellschaft.<sup>215</sup>

Wie bereits in der vorliegenden Arbeit dargestellt wurde, nimmt der Aspekt der Fairness einen wesentlichen Bestandteil im Kontext Sport ein. Es wurde, neben dem Aufzeigen der Übereinstimmung des Verhaltens von Sportlerinnen und Sportlern sowie anderen Akteurinnen und Akteuren des Sports mit Spielregeln und allgemeinen Regeln des menschlichen Zusammenwirkens, auch verdeutlicht, dass der Begriff der Fairness im Sport über die Regelkonformität in Spiel und Wettkampf hinausgeht. Wird nun nach den ethischen Problemen, verursacht durch die Kommerzialisierung im Sport, gefragt, so kann die von Maier aufgezeigte und bereits in dieser Arbeit zuvor erläuterte formelle und informelle Fairness einen interessanten Bezugspunkt darstellen.<sup>216</sup> Viele ethische Probleme im kommerzialisierten Sport entstehen vor allem durch einen Verstoß gegen das Prinzip der Fairness. Die von der Kommerzialisierung beeinflussten, unfairen Handlungen halten jedoch oftmals die formelle Fairness ein. Rein von außen betrachtet handelt es sich dabei weder um das nicht Einhalten von Regeln noch um einen Verstoß gegen andere Muss-Normen. Jedoch verstoßen die meisten dieser unfairen Handlungen insbesondere gegen die informelle Fairness, bei der „gute, edle, ehrliche Gesinnung, ein ‚Mehr‘ an Menschlichkeit, als Regeln und Gesetze“ gefordert wird.<sup>217</sup>

In Bezug auf die Fairness kommt vereinzelt der Begriff der Gerechtigkeit zum Vorschein. Asmuth weist jedoch darauf hin, dass die Fairness als Regeleinhaltung und als respektvolle Haltung im und außerhalb des Wettkampfes kaum im Zusammenhang mit Gerechtigkeit steht. Aspekte der Gerechtigkeit wie der Ausgleich von Ungleichheiten oder die gerechte Verteilung von Gütern werden in Sport kaum behandelt. Im Sport werde lediglich eine formelle Chancengleichheit durch Regeln hergestellt und die Ungleichheit zwischen Athletinnen und Athleten werde eher als konstitutiv betrachtet.<sup>218</sup> Die Gerechtigkeit scheint im Sport nur eine untergeordnete Rolle zu spielen und das könnte unmoralisches Handeln im Sport beeinflussen.

---

<sup>215</sup> Ebd., S. 242.

<sup>216</sup> Siehe Kapitel 3.4

<sup>217</sup> Maier 2022, S. 114.

<sup>218</sup> Asmuth 2010, S. 108ff.

## 5.1 Enthüllungen von Football Leaks

„Fußball ist ein wunderschönes Spiel. Aber die Geduld der Menschen, die dieses Spiel lieben und die es bezahlen, ist nicht grenzenlos.“<sup>219</sup> Im September 2015 habe die Enthüllungsplattform Football Leaks damit begonnen, Inhalte rund um den Profifußball in das Internet zu stellen. Darunter Originalverträge, streng vertrauliche Klauseln und Geldflüsse, welche die schmutzigen Geschäfte im Profifußball veranschaulichen.<sup>220</sup> Damit habe die Plattform illegale Zahlungen an Spielerberater und Investoren auf sowie die Versuche der Steuerhinterziehung von Millionen durch Offshore-Geschäfte aufgedeckt.<sup>221</sup> Woher das Material stammt, sei unklar, aber es komme von Verbänden, Vereinen, Konzernen, etc. aus zahlreichen Ländern. Folglich gebe es nicht nur eine bestimmte Ursprungsquelle. Einer der Gründer der Plattform habe sich entschlossen, die Dokumente dem SPIEGEL weiterzugeben<sup>222</sup>. „Mit einem Umfang von 1,9 Terabyte handelt es sich um den bisher größten Datensatz im Sport.“<sup>223</sup> Die Echtheit der Dokumente sei bis ins kleinste Detail vom SPIEGEL geprüft worden. Das Nachrichten-Magazin habe sich schließlich dazu entschieden, die Unmengen an Daten mit seinen Partnern des Recherchenetzwerks European Investigative Collaborations, kurz EIC, zu teilen. Darunter befinden sich zehn renommierte Medienhäuser in Europa. Im Internet sei für den Austausch der Bearbeitungen des Materials eine eigene verschlüsselte Plattform angelegt worden und die Journalistinnen und Journalisten haben sich in unterschiedlichen Städten getroffen, um weitere Veröffentlichungspläne zu diskutieren. Sie haben es als ihre Pflicht gesehen, die Öffentlichkeit über diese dunkle Seite des Fußballs zu informieren.<sup>224</sup>

Der zuvor erwähnte Gründer wird damals ‚John‘ genannt. Eines seiner Hauptmotive zur Überlassung des Datensatzes sei gewesen, dass er nicht mehr nur vereinzelt einen Spielervertrag, einen Kontoauszug oder ein anderes Dokument veröffentlichen wollte. Er habe das Ziel gehabt, ganze Geschichten zu erzählen und nicht nur Bruchstücke eines Systems aufzu-

---

<sup>219</sup> Buschmann/Wulzinger 2017, S. 14.

<sup>220</sup> Ebd., S. 8.

<sup>221</sup> *Football Leaks. Johns gefährlichster Schatz.* In: Spiegel Politik 03.12.2016, <https://www.spiegel.de/spiegel/football-leaks-woher-der-groesste-datensatz-der-sportgeschichte-kommt-a-1124139.html> (Zugriff: 22.09.2022).

<sup>222</sup> Buschmann/Wulzinger 2017, S. 8.

<sup>223</sup> *Football Leaks. Johns gefährlichster Schatz.* In: Spiegel Politik 03.12.2016, <https://www.spiegel.de/spiegel/football-leaks-woher-der-groesste-datensatz-der-sportgeschichte-kommt-a-1124139.html> (Zugriff: 22.09.2022).

<sup>224</sup> Ebd.

zeigen. Er habe gewollt, dass die Menschen die Zusammenhänge zwischen den Machtverhältnissen, den teilweise illegalen und unmoralischen Deals und den Steuerhinterziehungen erkennen.<sup>225</sup> John, ein in Osteuropa lebender aus Portugal stammender junger Mann, habe „sich mit den mächtigsten Vertretern einer enthemmten und immer einflussreicher werden Branche angelegt.“<sup>226</sup> Er sei aber keineswegs ein ‚Hasser‘ der Fußballwelt, sondern ganz im Gegenteil er sei Romantiker des Fußballs und leidenschaftlicher Fan. Daraus resultiere auch seine Betroffenheit der von gewissenlosen Geschäftsmachern besetzten Branche des Fußballs. Eine weiteres seiner Motive für Football Leaks sei unter anderem seine Wut auf diejenigen, die Profit aus dem schmutzigen Geld des Fußballs ziehen, gewesen. Er wolle sie durch unwiderlegbare Fakten überführen und bloßstellen, wobei er vom Jäger zum Gejagten werde. Trotz Drohungen und Feinden, die über mehr Mittel verfügen als so mancher Kleinstaat, haben John und Football Leaks nicht locker gelassen. Ganz im Gegenteil, der Whistleblower habe durch seine Veröffentlichungen gezeigt, dass es jederzeit jeden treffen kann, der im Zusammenhang mit den schmutzigen Geschäften des Profifußballs steht.<sup>227</sup> Unter Whistleblowern seien im Allgemeinen Hinweisgeberinnen und Hinweisgeber, Enthüllerinnen und Enthüller oder Skandalaufdeckerinnen und -aufdecker zu verstehen.<sup>228</sup> Im Sport bezieht sich der Begriff auf Personen, „die unfaire, betrügerische Vorgänge und Strukturen aufdecken, etwa im Dopingbereich oder bei Korruption. Neutral ausgedrückt ist ein Whistleblower ein Zuträger.“<sup>229</sup>

Der Fußball habe sich zu einer Art Parallelwelt entwickelt, in der eigene Vorstellungen von Recht, Gesetz, Anstand und Moral herrschen. Seine Nähe zur Politik und Wirtschaft werfe die Frage auf, wer diese Branche überhaupt noch kontrolliert. Die Fußballbranche verfüge über die besten Akteurinnen und Akteure in den Bereichen Recht, Steuer- und Unternehmensberatung, deren Aufgabe es sei, korrupte, schmutzige Deals sauber und legal erscheinen zu lassen. Buschmann und Wulzinger verweisen darauf, dass Football Leaks solche Deals und andere unmoralische Tätigkeiten publik macht. Zudem zeigen die Dokumente von Football Leaks auf, dass die Ethikkommissionen, die in den Verbänden entstehen und deren Aufgabe es sei, sämtliche Deals zu kontrollieren, oftmals nur Schein seien.<sup>230</sup>

---

<sup>225</sup> Ebd.

<sup>226</sup> Buschmann/Wulzinger 2017, S. 9.

<sup>227</sup> Ebd., S. 9ff.

<sup>228</sup> Maier 2022, S. 137.

<sup>229</sup> Buschmann/Wulzinger 2017, S. 137.

<sup>230</sup> Ebd., S. 19f.

Football Leaks lieferte anhand von Fakten und originalen Dokumenten eindeutige Beweise für die Schattenseite des Profifußballs. Die Enthüllungen machen den Unterschied zwischen Vermutungen, die viele Menschen bereits über unmoralische Tätigkeiten von verschiedenen Akteurinnen und Akteure der Fußballbranche gehabt haben, und der Gewissheit über Korruption, Betrug und der Entfremdung im Profifußball.<sup>231</sup> Einige dieser Enthüllungen werden in diesem Kapitel näher behandelt. Durch sie sollen ethische Probleme der Kommerzialisierung im Profifußball aufgezeigt werden. All diese Skandale verstoßen in gewisser Weise gegen das Prinzip der Fairness und können damit in unterschiedlicher Art Auslöser für ethische Probleme sein. Die Fälle stehen nicht nur für sich, sondern veranschaulichen Probleme, die im Profifußball durch die Kommerzialisierung existieren.

Im Folgenden sollen schließlich einzelne Enthüllungen dargestellt und mit ethischen Aspekten in Verbindung gebracht werden. Für die Klassifizierung eines Faktors als ethisches Problem wird sowohl Bezug auf das ethische Kapitel dieser Masterarbeit genommen sowie das aktuelle Ethik-Reglement der FIFA herangezogen. Dieses spiegelt „die Prinzipien des FIFA-Verhaltenskodex, der die wichtigsten Grundsätze für das Verhalten und den Umgang innerhalb der FIFA und mit externen Parteien definiert“<sup>232</sup> wieder. Zudem schreibt das Reglement vor, dass sich ihm unterstellte Personen ehrlich, respektvoll und moralisch zu verhalten haben, sich bei ihren Tätigkeiten stets für Fairness einsetzen und eine soziale und ökologische Verantwortung übernehmen müssen.<sup>233</sup> Demnach kann beispielsweise dann von einem ethischen Problem gesprochen werden, wenn die durch die Enthüllungen aufgezeigte und mit kommerziellen Aspekten in Verbindung stehende Handlung gegen eine Verhaltensregel des FIFA Ethik-Kodexes verstößt. An dieser Stelle gilt es weiters anzuführen, dass es keinen öffentlichen Zugang zu den Unmengen an Daten von Football Leaks gibt. Öffentlich zugänglich sind nur die Informationen, die die Plattform selbst beziehungsweise der SPIEGEL oder seine Partner des Recherchenetzwerks des European Investigative Collaborations in dieser Form veröffentlicht haben. Demnach bezieht sich die Literatur bei der Darstellung der Enthüllungen insbesondere auf die Original-Artikel des SPIEGELS beziehungsweise auf das dazu vertiefende Buch *Football Leaks - Die schmutzigen Geschäfte im Profifußball* von Rafael Buschmann und Michel Wulzinger.<sup>234</sup>

---

<sup>231</sup> Ebd., S. 13.

<sup>232</sup> Fédération Internationale de Football Association: *FIFA – Ethikreglement. Ausgabe 2018*. Schweiz 2018, S. 6.

<sup>233</sup> Vgl. Ebd.

<sup>234</sup> Vgl. Buschmann/Wulzinger 2017

### 5.1.1 Cristiano Ronaldo: Fußballgott und Steuersünder

Fünffacher Weltfußballer und Werbestar Cristiano Ronaldo kassiere 1,1 Millionen Euro für ein paar Aufnahmen, das Signieren von fünf Trikots und zwei Erwähnungen auf seiner Social Media Seite. Zu seinen Sponsoren zählen die bekanntesten Unternehmen der Welt und laut dem Wirtschaftsmagazin ‚Forbes‘ verdiente der Fußballstar mit seinen Werbetätigkeiten 2016 rund 32 Millionen Euro. Durch Ronaldo werden Jahresumsätze im dreistelligen Millionenbereich erwirtschaftet. Damit möglichst jeder Cent davon, insbesondere aus den Werbeverträgen, auf sein Konto gelange, beschäftige der heute bei Manchester United unter Vertrag stehende Spieler eine Belegschaft aus Anwältinnen und Anwälten sowie Spieler- und Steuerberaterinnen und -berater. Für die Optimierung seiner Finanzen nutze er den Steuertourismus, eine Taktik, die bereits seit Jahren von großen, multinationalen Unternehmen wie Google, Amazon, Apple, etc. angewendet werde. Die Abgabepflicht werde über Niederlassungen von Firmen in Ländern mit niedrigen Steuern gesenkt. Jährlich werden mit solchen Praktiken der Allgemeinheit Milliarden Euro entzogen.<sup>235</sup>

Ronaldo und sein Team haben 2008 beschlossen, dass alle seine Werbeeinnahmen an eine Agentur in Irland und dann weiter an eine Firma auf den British Virgin Islands gezahlt werden sollen. 2014 habe dieses Geld dann wieder auf sein Konto fließen sollen. Das Geld von Werbedeals sei zwischen 2009 und 2014 bei einer Firma namens ‚Tollin‘ eingegangen. Deren Eigentümer sei Ronaldos Steueranwältinnen und Anwälten zufolge nicht er selbst, sondern andere Personen gewesen - Strohmänner wie sich später herausgestellt habe. Durch die Enthüllungen von Football Leaks sei 2016 jedoch bewiesen worden, dass Tollin tatsächlich Ronaldo gehöre, was der Weltfußballer später auch bestätigt habe. Ziel dieser Aktion sei es gewesen, die Werbeeinnahmen des Spitzensportlers vor dem spanischen Staat, wo Cristiano Ronaldo zu dieser Zeit spielte, zu verstecken.<sup>236</sup> Das Land „hatte im Dezember 2017 eine Arbeitslosenquote von 16,4 Prozent. 36,8 Prozent der Jugendlichen hatten keinen Job.“<sup>237</sup> In seinem Heimatland Portugal haben die Zahlen damals ähnlich schlecht ausgesehen: „7,8 Prozent Arbeitslosenquote und 22,1 Prozent Jugendarbeitslosigkeit. Doch mit der normalen Bevölkerung haben Fußballstars wie Ronaldo schon längst nichts mehr zu tun.“<sup>238</sup>

---

<sup>235</sup> Buschmann/Wulzinger 2017, S. 53f.

<sup>236</sup> Naber, Nicola/Buschmann, Rafael/Winterbach, Christoph: *Steuerdeal des Fußballstars. Ronaldos Mannschaft gewinnt*. In: Spiegel Sport 22.01.2019, <https://www.spiegel.de/sport/fussball/cristiano-ronaldo-kaufte-sich-mit-steuerdeal-von-gefaengnis-frei-a-1249262.html> (Zugriff: 23. 09.2022).

<sup>237</sup> Buschmann/Wulzinger 2017, S. 55.

<sup>238</sup> Ebd.

Weiters merken Buschmann und Wulzinder an, dass anhand der Dokumente von Football-Leaks Geldströme durch die Schweiz, Marokko, Portugal und England aufgezeigt werden konnten. Ronaldo habe eine Kette aus Steueroasen und Briefkastenfirmen entwickelt mit dem Ziel, möglichst wenig von seinen Werbeerträgen zu versteuern.<sup>239</sup> Die Staatsanwaltschaft habe schließlich Anklage erhoben, wobei es zu keinem Prozess gekommen ist, da die Betrugsabsicht nicht direkt nachgewiesen werden konnte und Ronaldo Verträge vorgebracht habe, die belegt haben, dass der Portugiese bereits 2008 beschlossen habe, bei der Ausbezahlung 2014 Steuern zu bezahlen. Naber, Buschmann und Winterbach führen diesbezüglich an, dass die Unterlagen von Football Leaks diese Verträge als mögliche Fälschung darstellen konnten und sie aufzeigen, dass diese angeblich im Jahre 2008 abgeschlossenen Verträge eigentlich zwischen 2014 und 2015 aufgesetzt worden seien. Die Autoren weisen zudem darauf hin, dass festgestellt werden konnte, dass viele Beraterinnen und Berater von Ronaldo über die Rückdatierung der Verträge Bescheid wussten. In diesem Fall kann von Urkundenfälschung und Betrugsversuch gesprochen werden. Schlussendlich habe Ronaldo seine Steuerhinterziehung gestanden und durch einen Deal zwischen seinen Anwältinnen und Anwälten und dem spanischen Staat sei über den Sportler eine Strafe von zwei Jahren auf Bewährung und 19 Millionen Euro Rückzahlung verhängt worden. Seine Beraterinnen und Berater, die in anderen fragwürdigen Geschäften mit Profifußballern ähnlich gehandelt haben, seien von der spanischen Justiz hingegen verschont geblieben.<sup>240</sup> „Die Fälle zeigen, welche Sonderstellung der Fußball auch vor dem Gesetz hat.“<sup>241</sup>

Es ist offensichtlich, dass dieses Finanzmodell, das den Staat Millionen kostet, ethisch problematisch ist. Damit stellt die Steuerhinterziehung selbst ein ethisches Problem dar, das durch die Kommerzialisierung im Sport geprägt ist. Zuvor wurde in dieser Arbeit in Bezug auf Ethoskonzepte im Sport angeführt, dass der Mensch durch unterschiedliche Einflüsse, darunter etwa soziale Rollen oder institutionelle Kontexte, geprägt ist und er darin unterschiedlichen Normen, Wertehaltungen und Regeln begegnet.<sup>242</sup> Durch die Kommerzialisierung im Fußball herrschen mittlerweile andere Denkweisen und Einstellungen, beispielsweise in der moralischen Bewertung von korrupten Tätigkeiten in Bezug auf Steuern. „Wer

---

<sup>239</sup> Ebd., S. 54.

<sup>240</sup> Naber/Buschmann/Winterbach 22.01.2019, <https://www.spiegel.de/sport/fussball/cristiano-ronaldo-kaufte-sich-mit-steuerdeal-von-gefaengnis-frei-a-1249262.html> (Zugriff: 23. 09.2022).

<sup>241</sup> Ebd.

<sup>242</sup> Siehe Kapitel 3.2

bei diesem Spiel nicht mitmacht, weil er sich vielleicht noch an so etwas wie soziale Verantwortung erinnert, gilt vermutlich als naiv und zu schwach für den Erfolg.“<sup>243</sup> Es herrschen damit unterschiedliche Einflüsse und dadurch entstehen unterschiedliche Wertehaltungen.

Werden nun die Enthüllungen von Football Leaks über den Fall von Ronaldo mit dem Ethik-Reglement der FIFA gegenübergestellt, so kann von (möglichen) ethischen Verstößen in verschiedenen Bereichen gesprochen werden. Der Ethikkodex schreibt beispielsweise vor, dass es dem Reglement unterstellten Personen untersagt ist, Urkunden zu fälschen oder eine gefälschte Urkunde zu verwenden.<sup>244</sup> Beim Ronaldo-Skandal kam es, den Daten von Football Leaks zu Folge, wie zuvor angeführt, zu einer Rückdatierung und damit Fälschung eines Dokuments. Damit handelt es sich um einen Verstoß gegen den Artikel 24 des FIFA Ethik-Reglement und die Handlung kann damit als ethisch problematisch bezeichnet werden.

Zudem stellt die Veruntreuung der Steuergelder ein ethisches Problem und eine Missachtung des Artikel 28 des Ethikkodex dar.<sup>245</sup> Durch die Kommerzialisierung im Fußball werden solche Handlungen gefördert. „Der Profifußball ist heute ein Showgeschäft, das größte der Sportwelt. Die Summen, die dabei umgesetzt werden, sind gigantisch und scheinen nach oben hin keine Grenzen zu kennen.“<sup>246</sup> Der Fußball und damit Christiano Ronaldo werde von Geld überflutet, das dem Weltfußballer, möglichst ohne große steuerliche Abgaben an den Staat, ausbezahlt werden solle.<sup>247</sup>

Ein weiteres ethisches Problem, das sich durch Ronaldos Fall ergibt, liegt im Verstoß gegen die Anzeigepflicht. Wie zuvor erwähnt, weisen Naber, Buschmann und Winterbach darauf hin, dass die Unterlagen von Football Leaks aufzeigen konnten, wie viele Personen rund um Ronaldo über den Steuerhinterziehungsversuch informiert waren.<sup>248</sup> Das Ethik-Reglement der FIFA schreibt eine klare Anzeigepflicht vor. So müssen Personen bei der Untersuchungskammer der Ethikkommission alle Vergehen melden, die dieses Reglement missachten.<sup>249</sup> Das Verschweigen durch die Beraterinnen und Berater sowie Ronaldo selbst kann folglich als Verstoß gegen die Anzeigepflicht interpretiert werden.

---

<sup>243</sup> Buschmann/Wulzinger 2017, S. 55.

<sup>244</sup> Vgl: Fédération Internationale de Football Association 2018, S. 22.

<sup>245</sup> Vgl: Ebd., S. 24.

<sup>246</sup> Buschmann/Wulzinger 2017, S. 53.

<sup>247</sup> Ebd.

<sup>248</sup> Naber/Buschmann/Winterbach 2019, <https://www.spiegel.de/sport/fussball/cristiano-ronaldo-kauft-sich-mit-steuerdeal-von-gefaengnis-frei-a-1249262.html> (Zugriff: 23. 09.2022).

<sup>249</sup> Vgl: Fédération Internationale de Football Association 2018, S. 16.

Aufgrund von Ronaldos Bekanntheitsgrad wurde sein Fall der Steuerhinterziehung in den Medien und von Football Leaks stark thematisiert. Anzumerken ist, dass es sich dabei jedoch nicht um einen Einzelfall handelt. Dieses ethisch problematische Handeln tritt im Fußball sehr häufig auf. Mehr als 150 Spieler seien von der spanischen Justiz bereits wegen Steuer-  
vergehen zur Rechenschaft gezogen und zu hohen Nachzahlungen verpflichtet worden.<sup>250</sup> Darunter auch einige Kunden von Star-Agent Jorge Mendes, der auch Cristiano Ronaldo berät, wie etwa der „Startrainer José Mourinho, der AS-Monaco-Stürmer Radamel Falcao, der argentinische Dribbler Ángel Di María von Paris Saint-Germain, die portugiesischen Abwehrspieler Pepe und Fábio Coentrão.“<sup>251</sup> Die Unterlagen von Football Leaks haben zudem die illegalen Machenschaften von Starkicker Marcelo aufdecken können, der einen Teil seiner Einnahmen am spanischen Fiskus vorbei geschmuggelt habe.<sup>252</sup>

### 5.1.2 Der Handel am Jungspieler-Markt

Junge und talentierte Fußballspieler seien die Pennystocks des Transfermarkt. Dem SPIEGEL Artikel nach sind sie wie eine Risikoanlage und je jünger die Spieler sind, desto gewagter ist das Investment. Erfolge jedoch ein Investment in den richtigen Spieler, so könne ein Gewinn erzielt werden, mit dem die Investorinnen und Investoren lebenslang versorgt sein könnten. Folglich sei es nicht verwunderlich, dass durch dieses Millionenbusiness mit oftmals noch minderjährigen Spielern anruchige Akteurinnen und Akteure anlockt werden. Football Leaks enthüllt eine Reihe von Geschichten, die die korrupten Geschäfte von gierigen Geschäftsmachern mit jungen Talenten aufzeigen. Spieleragenturen und Vereine handeln mit Spielern wie mit Aktien und kaufen Anteile an ihnen wie an Investmentfonds.<sup>253</sup> „Die Talente sind dabei nur Spielmasse: Entweder sie werfen etwas ab, oder sie werden weggeworfen. Ausgetauscht gegen die nächsten Jugendlichen, die sich ins Fußballkasino locken lassen.“<sup>254</sup> Unter den Enthüllungen von Football Leaks befinden sich außerdem Belege über zwielichtige Tätigkeiten des Vereins Dinamo Zagreb. Über ein Netzwerk aus un-

---

<sup>250</sup> Naber/Buschmann/Winterbach 2019, <https://www.spiegel.de/sport/fussball/cristiano-ronaldo-kauft-sich-mit-steuerdeal-von-gefaengnis-frei-a-1249262.html> (Zugriff: 23. 09.2022).

<sup>251</sup> Ebd.

<sup>252</sup> *Star von Real Madrid. Marcelo wegen Steuerhinterziehung verurteilt.* In: Spiegel Sport 11.09.2018, <https://www.spiegel.de/sport/fussball/football-leaks-marcelo-von-real-madrid-wegen-steuerhinterziehung-verurteilt-a-1227592.html> (Zugriff: 23.09.2022).

<sup>253</sup> *Football Leaks: Das brachiale Geschäft mit jungen Fußballern.* In: Spiegel Politik 11.12.2016, <https://www.spiegel.de/spiegel/football-leaks-das-brachiale-geschaef-mit-jungen-fussballern-a-1125160.html> (Zugriff: 26.09.2022).

<sup>254</sup> Ebd.

terschiedlichen Briefkastenfirmen habe der Klub Ablösesummen im zweistelligen Millionenbereich ins Ausland verschoben. Insbesondere im Fall des Jungspielers Alen Halilovic sei es zu Bereicherungen an Transferrechten des Talents von einflussreichen Funktionären des Vereins gekommen. Nach außen hin zeige sich eine Geschichte über ein Wunderkind, das seinen Traum erfüllt und zum Star von einem der weltbesten Fußballklubs wird. Dahinter stecken jedoch Geschichten über Gier, Betrug und Untreue. Dabei handle es sich jedoch keineswegs um einen Einzelfall. Football Leaks bewiese durch zahlreiche Dokumente, dass insbesondere in der Balkanregion spielende Talente heutzutage kaum mehr in eine andere europäische Liga wechseln können, ohne dass Hintermänner durch korrupte Geschäfte an Ablösesummen oder späteren Einkünften profitieren.<sup>255</sup>

Ein weiterer Fall habe sich bei dem aus Guinea-Bissau stammenden Jungstar Armindo Tue Na Bengna oder auch Bruma genannt gezeigt. In den Medien sei er damals als der nächste Ronaldo bezeichnet worden, weshalb es nicht verwunderlich sei, dass bereits früh in seiner Karriere Manager und Inverstoren Interesse an ihm gezeigt haben. Dabei haben die Spieleragentinnen und Agenten mit fragwürdigen Methoden gearbeitet, darunter insbesondere das Überreden der Eltern des Spielers. Einige unmoralische Angebote, die große Summen für Familienmitglieder von Bruma beinhaltet haben, seien dem damals noch minderjährigen Spieler und seinen Eltern vorgelegt worden. Keines dieser Geschäfte sei zustande gekommen, unter anderem aufgrund des starken Einflusses von Catio Balde, dem Onkel und gleichzeitig Berater von Bruma. Nach außen habe diese Entscheidung zwar wie eine Tat zum Schutz von Bruma gewirkt, eine Enthüllung von Football Leaks habe jedoch Deals mit der Scouting-Agentur von Balde und Sporting Lissabon, dem Verein für den Bruma spielte, aufgezeigt. Das Vertragskonstrukt, bestehend aus diversen Deals sowie Bild- und Transferrechten, habe deutlich veranschaulicht, dass Balde selbst am meisten profitiere, wenn sein Neffe bei Sporting bleibe und erst zu einem späteren Zeitpunkt für eine höhere Ablösesumme den Verein wechsle.<sup>256</sup>

Der Fall von Bruma zeigt das Investorenmodell Third-Party-Ownership (TPO) auf. Kurz zusammengefasst, geht es dabei um folgendes: „Ein Investor kauft Anteile an Transferrechten eines zumeist jungen Spielers und setzt darauf, dass der Spieler so gute Leistung erbringen wird, dass sich sein Marktwert steigert. Wenn der Verein den Spieler dann verkauft,

---

<sup>255</sup> Buschmann/Wulzinger 2017, S. 13 u. 217f.

<sup>256</sup> *Football Leaks: Das brachiale Geschäft mit jungen Fußballern*. In: Spiegel Politik 11.12.2016, <https://www.spiegel.de/spiegel/football-leaks-das-brachiale-geschaef-mit-jungen-fussballern-a-1125160.html> (Zugriff: 26.09.2022).

kassiert der Investor eine Rendite.“<sup>257</sup> In einem Artikel wird angeführt, dass durch das Aufkommen von ausbeuterischen Geschäften durch das TPO dieses ab Mai 2015 von der FIFA verboten wurde. Es seien jedoch bereits neue Techniken gefunden worden, die dieses alte Geschäftsmodell sichern. Anstelle des Kaufs von Anteilen an Transferrechten entwickeln Agenturen Tabellen, die eine Staffelnung der Provisionen nach Höhe der Transfersummen beinhalte. Je teurer die Spieler, desto mehr Geld fließe durch Provisionen an die Agentur.<sup>258</sup>

Auch wenn diese Fälle aufgrund damaliger Regelungen nicht nachweislich widerrechtlich sind und damit auch nicht eindeutig einen Verstoß gegen das Ethik-Reglement der FIFA darstellen, können sie als ethisch problematisch betrachtet werden. Einige Punkte lassen sich dennoch dem Kodex oder anderen ethischen Aspekten gegenüberstellen. Diesbezüglich lässt sich beispielsweise, angeführt von Beirmann und Grossek und zitiert nach Brun, die Nähe zum ethischen Problem des Menschenhandels aufzeigen:

„In die Nähe des Menschenhandels geraten Spielertransfers dort, wo unerfahrene Athleten aus Entwicklungsländern oder armen Verhältnissen ohne ausreichende Betreuung und soziale Absicherung in Industrieländer gebracht werden und kein Interesse an ihrer sportlichen Entwicklung, sondern lediglich an möglichen Transfererlösen besteht.“<sup>259</sup>

Brüggemann zufolge werden solche Transfers durch die Eröffnung von Akademien unter anderem in Südamerika oder Afrika, wie es beispielsweise Manchester City in Ghana gemacht hat, unterstützt. Das Ziel des Vereins sei dabei in erster Linie nicht eine Schaffung von Perspektiven der Minderjährigen, sondern unter ihnen den neuen Fußballstar zu finden. Dabei reiche auch schon das Transferieren von zwar begabten, aber nicht ausreichend guten Spielern für Manchester City in andere, hauptsächlich europäische Vereine. Die Spieler werden trainiert und gedrillt und sofern ein wirklich talentierter Jungspieler dabei sei, werde dieser meist durch bestechliche und fragwürdige Deals nach Europa transferiert. Brüggemann führt diesbezüglich an, dass die Vereine jungen Talente und ihre Eltern mit Versprechungen anlocken, um sie frühzeitig an sich zu binden, in der Hoffnung, dass es sich dabei um den nächsten Fußballstar handelt, der dem Verein einen großen Gewinn erbringt. Bei diesen Deals, die teilweise eine Ähnlichkeit zum modernen Menschenhandel aufweisen, handle es

---

<sup>257</sup> Buschmann/Wulzinger 2017, S. 21.

<sup>258</sup> Vgl. *Football Leaks: Das brachiale Geschäft mit jungen Fußballern*. In: Spiegel Politik 11.12.2016, <https://www.spiegel.de/spiegel/football-leaks-das-brachiale-geschaeft-mit-jungen-fussballern-a-1125160.html> (Zugriff: 26.09.2022).

<sup>259</sup> Brunn 2014, S. 365f.

sich um ein grundsätzliches Problem <sup>260</sup> und „Menschenrechtler hatten bereits 2010 den ‚Kinderhandel‘ mit talentierten Minderjährigen, vornehmlich aus Afrika oder Südamerika, kritisiert, die in landeseigenen Talentschmieden für den europäischen Fußballmarkt herangezogen werden.“<sup>261</sup>

Ein weiteres ethisches Problem, welches im Zuge der sich stetig intensivierenden Kommerzialisierung im Fußball aufkommt, ist das Phänomen der Bestechung. Im Ethik-Reglement der FIFA ist im Artikel 27 festgelegt, dass Personen keine Vorteile annehmen, versprechen oder anbieten dürfen, um „von einer Person inner- oder außerhalb der FIFA eine Geschäftsbeziehung oder einen anderen unrechtmäßigen Vorteil zu erlangen oder aufrechtzuerhalten.“<sup>262</sup> Dem Jungstar Armindo Tue Na Bengna seien, wie zuvor erwähnt, Angebote vorgelegt worden, die in die Kategorie der Bestechung eingeordnet werden können. Darunter befinden sich etwa Angebote, in denen Brumas Mutter, Bruder und Stiefvater jeweils Summen im Wert von mehreren Tausend Euro versprochen worden seien. Der durch die Kommerzialisierung vorangetriebene Druck, die besten (Jung)spieler für das eigene Team zu gewinnen, zwingt die Spielerberaterinnen und -berater und andere Akteurinnen und Akteure förmlich dazu, Talenten bestechliche Angebote zu unterbreiten.<sup>263</sup> Doch die bestechlichen Angebote beziehen sich nicht nur auf Geld. Insbesondere bei ausländischen Jungspielern aus Entwicklungsländern werden für die Deals auch Aspekte wie Ausbildungsvergütungen oder das Versprechen, der Armut zu entkommen, miteinbezogen. Dass das Aufdecken dieser Bestechungsversuche teilweise Wirkung zeigte, veranschaulichte beispielsweise die Transfer Sperre einer ganzen Saison für den FC Chelsea 2019, nachdem nachgewiesen werden konnte, dass der Verein korrupte Deals mit minderjährigen Spielern gemacht hat, so Brüggemann.<sup>264</sup>

Der Aspekt der Provisionen ist ein weiteres, durch die Kommerzialisierung des Fußballs vorangetriebenes Phänomen, welches in gewissen Fällen gegen den FIFA Ethik-Kodex verstößt und damit ethisch problematisch ist. Das bezieht sich auf die Art von Provisionen, die nicht Teil einer echten geschäftlichen Vereinbarung sind, so die Festlegung der FIFA.<sup>265</sup> Darunter zählen vor allem die für einzelne Akteurinnen und Akteure persönlich vorteilhaften

---

<sup>260</sup> Brüggemann, Klaus: *Die Fußballblase. Hinter den Kulissen eines Milliardengeschäfts*. Berlin: Springer 2022, S. 10f.

<sup>261</sup> Ebd., S. 10.

<sup>262</sup> Fédération Internationale de Football Association 2018, S. 23.

<sup>263</sup> *Football Leaks: Das brachiale Geschäft mit jungen Fußballern*. In: Spiegel Politik 11.12.2016, <https://www.spiegel.de/spiegel/football-leaks-das-brachiale-geschaft-mit-jungen-fussballern-a-1125160.html> (Zugriff: 26.09.2022).

<sup>264</sup> Brüggemann 2022, S. 11.

<sup>265</sup> Vgl. Fédération Internationale de Football Association 2018, S. 20.

Zahlungen. Im bereits mehrmals zitierten Artikel des SPIEGELS wird diesbezüglich angeführt, dass Unterlagen von Football Leaks zeigen, dass gerade in Bezug auf die Provisionszahlungen unwahre Gründe angeführt oder eigene Verträge aufgesetzt werden, um diverse, teils illegale Geldflüsse rechtfertigen zu können. Eine weitere Festschreibung sei zudem vom Deutschen Fußball Bund, durch ein Verbot der Provisionszahlungen beim Transfer von minderjährigen Spielern, erfolgt. Grund dafür sei eine Minimierung des Risikos, dass Eltern zu ‚Kinderhändlern‘ werden, die nur noch an ihrem eigenen finanziellen Anteil interessiert seien und nicht mehr im Wohl ihres Kindes handeln, gewesen.<sup>266</sup>

Es gibt Transfervereinbarungen und andere Deals, insbesondere mit Jungspielern, die gegen den Schutz der körperlichen und geistigen Integrität, wie sie im Ethik-Reglement der FIFA festgelegt ist, verstoßen würden. Dabei geht es insbesondere um das Schützen, Achten und Wahren der Integrität und der persönlichen Würde anderer und das Verbot von Drohungen, Nötigungen und Vorteilsversprechen.<sup>267</sup> Ein Fall, der von Football Leaks detaillierter dargestellt wurde, an einen Verstoß dieser Aspekte grenzt und damit ethisch in vielen Hinsichten problematisch ist, ist der von Saul Niguez Escalpez. Er sei der Liebling der Atletico Fans, habe seine Treue zum Verein mehrmals öffentlich geschworen und würde einen Vereinswechsel keinesfalls in Betracht ziehen. Im SPIEGEL Artikel wird jedoch angeführt, dass die Realität aber vermutlich so aussehen wird, dass der Verein praktisch dazu gezwungen sein wird, das Talent noch vor Ablauf seines Vertrages zu verkaufen. Grund dafür werde nicht der Wunsch des Spielers selbst sein, sondern sein Vertrag, der ein Paradebeispiel dafür sei, wie sehr das Geld und der Gewinn und nicht der Spieler und seine Integrität im Fokus des Fußballbusiness stehen. 40 Prozent der Transferrechte von Saul habe der Verein einst an eine irische Investorengruppe verkauft, wofür der Klub 1,5 Millionen Euro erhalten habe. Buschmann und Wulzinger verweisen darauf, dass wenn der Verein ein Angebot für den Spieler erhalten würde, dieser alle Informationen diesbezüglich an seine irischen Geschäftspartner weiterleiten müsste. Würden diese dem Deal zustimmen, der Wechsel jedoch nicht stattfinden, so greife ein Punkt aus dem Knebelvertrag. Atletico würde die Transferrechte zurückbekommen, müsse aber den Investoren die entgangenen Einnahmen erstatten.<sup>268</sup> „So sieht sie aus – die moderne Form des Menschenhandels im Profifußball.“<sup>269</sup>

---

<sup>266</sup> *Football Leaks: Das brachiale Geschäft mit jungen Fußballern*. In: Spiegel Politik 11.12.2016, <https://www.spiegel.de/spiegel/football-leaks-das-brachiale-geschaefit-mit-jungen-fussballern-a-1125160.html> (Zugriff: 26.09.2022).

<sup>267</sup> Vgl. Fédération Internationale de Football Association 2018, S. 20.

<sup>268</sup> Buschmann/Wulzinger 2017, S. 150ff.

<sup>269</sup> Ebd. S. 157.

### 5.1.3 Doping und sein fragwürdiger Umgang

Der SPIEGEL berichtet, basierend auf den Dokumenten von Football Leaks, dass der damalige Real Madrid Star und Kapitän Sergio Ramos im Champions-League-Finale 2017 gedopt gewesen sein und zu einem späteren Zeitpunkt erneut gegen Doping Auflagen verstoßen haben soll. Bei einer Dopingkontrolle nach dem Finale sei in der Probe von Ramos Dexamethason nachgewiesen worden, welches auf der Liste der verbotenen Substanzen der Welt-Anti-Doping-Agentur Wada stehe. Erlaubt sei der Einsatz des Cortisonpräparates nur dann, wenn es im Formular der Dopingkontrolle festgehalten werde, was im Fall von Sergio Ramos nicht zugetroffen haben soll. Vermerkt sei hingegen Betamethason gewesen, ein anderes, jedoch ebenfalls im Wettkampf verbotenes Mittel. In einem SPIEGEL Artikel wird diesbezüglich angeführt, dass die Verantwortung für den Fall schließlich der Arzt von Real Madrid übernommen hat, der in einem Bericht an die UEFA angegeben hat, dass Ramos unschuldig ist sowie dass er aus Versehen den falschen Wirkstoff auf das Formular geschrieben hat. Weitere Äußerungen seitens Ramos oder Real Madrid habe es nie gegeben.<sup>270</sup> Die UEFA habe Ramos und den Mannschaftsarzt lediglich zur Vorsicht in der Zukunft aufgefordert. Dies stellt einen fragwürdigen Umgang mit einem positiven Dopingergebnis und der Falschangabe auf einem Dopingprotokoll dar, insbesondere wenn bedacht wird, dass bei anderen Sportarten, wie dem Radsport oder Boxen, ein Dopingfall mit Kortison eine Sperrung von Athletinnen und Athleten sowie teilweise auch Ärztinnen und Ärzten zur Folge habe.<sup>271</sup> Enthüllungen von Football Leaks zeigen zudem, dass sich Sergio Ramos im April 2018 einem Kontrolleur der AEPSAD, der spanischen Anti-Doping-Agentur, widersetzt haben soll. Nachdem Ramos nach einem Erstligaspiel zu einer Dopingkontrolle aufgefordert worden sei, soll dieser vor dem Test geduscht haben, obwohl der Kontrolleur ihm dies ausdrücklich untersagt und ihn mehrmals auf die Konsequenzen hingewiesen habe.<sup>272</sup> „Nach dem strengen spanischen Anti-Doping-Gesetz kann das Duschen oder Baden vor einem Urintest als ‚Behinderung eines Teils der Dopingkontrollverfahren‘ ausgelegt und geahndet werden.“<sup>273</sup> Während Ramos von einem Handeln in Einverständnis mit dem Dopingkontrolleur spreche,

---

<sup>270</sup> *Football Leaks. Real-Madrid-Star Sergio Ramos widersetzt sich bei Dopingtest.* In: Spiegel Sport 23.11.2018, <https://www.spiegel.de/sport/fussball/football-leaks-sergio-ramos-widersetzte-sich-bei-doping-test-a-1240194.html> (Zugriff 28.09.2022).

<sup>271</sup> Maaßen, Hendrik: *Hat Sergio Ramos gedopt?* In: Deutschlandfunk 23.11.2018, <https://www.deutschlandfunk.de/football-leaks-hat-sergio-ramos-gedopt-100.html> (Zugriff 28.09.2022).

<sup>272</sup> *Football Leaks. Real-Madrid-Star Sergio Ramos widersetzt sich bei Dopingtest.* In: Spiegel Sport 23.11.2018, <https://www.spiegel.de/sport/fussball/football-leaks-sergio-ramos-widersetzte-sich-bei-doping-test-a-1240194.html> (Zugriff 28.09.2022).

<sup>273</sup> Ebd.

führe dieser in einem offiziellen Schreiben an, dass er den Sportler darauf hingewiesen habe, dass die Regeln der AEPSAD das Duschen vor einer Kontrolle nicht erlauben. Ramos und der Arzt von Real Madrid haben sich damit nicht einverstanden gezeigt. Sämtliche Anfragen zu den Vorwürfen seien unbeantwortet geblieben und auch die AEPSAD habe nicht auf die Frage geantwortet, warum Real Madrid und der Spieler erst über fünf Monate nach dem Ereignis durch ein offizielles Schreiben informiert und zu einer Stellungnahme aufgefordert wurden.<sup>274</sup> Auch in diesem Fall kann von einem fragwürdigen Umgang mit dem Verstoß gegen die spanischen Anti-Doping-Regeln seitens aller Parteien gesprochen werden. „Denn normalerweise wird ein Sportler für mindestens zwei Jahre gesperrt. Normalerweise, in anderen Sportarten, als im Fußball.“<sup>275</sup>

Grundsätzlich sei die meistvertretene Position zu Doping im Sport jene, die jede Form der Leistungssteigerung durch Medikamente ablehnt. Die meisten nationalen, aber auch internationalen Sportverbände lehnen Doping-Praktiken nicht nur ab, sondern sehen sie auch als einen Regelverstoß gegen formelle und informelle Regeln im Sport.<sup>276</sup>

Die Gründe für die Bezeichnung von Ramos Handlung als ethisches Problem lassen sich auf verschiedene Aspekte beziehen. Durch Doping werden unter anderem Bedingungen des sportlichen Wettkampfs missachtet. Dazu zähle die Verletzung von impliziten Vertragswerten wie die Wahrhaftigkeit, normative Richtigkeit und reziproke Wirksamkeit. Franke führt dazu weiters an, dass mit Vertrag der Vertrags-Akt gemeint ist, der Wettkampfregeln beinhaltet und den die Akteurinnen und Akteure durch ihre Teilnahme an einem Wettkampf anerkennen. Weiters komme es zu einer Verletzung von agonalen Wettkampfprinzipien, darunter befinde sich die authentische Leistung und die natürliche Leistungsvoraussetzung.<sup>277</sup>

Die ethische Problematik äußert sich zudem als eine Unsportlichkeit und ein Verstoß gegen das Wesen des Sports. Dabei stelle nicht der Mensch das ethische Subjekt im Sport dar, sondern der Sport selbst und seine Idee. Der Betrug durch Doping richte sich demnach zuerst

---

<sup>274</sup> Ramos Reaktion auf Football-Leaks Enthüllung. Hier spricht der Kapitän. In: Spiegel Sport 24.11.2018, <https://www.spiegel.de/sport/fussball/sergio-ramos-aeussert-sich-zu-unregelmassigkeiten-bei-dopingkontrollen-a-1240279.html> (Zugriff: 28.09.2022).

<sup>275</sup> Maaßen 2018, <https://www.deutschlandfunk.de/football-leaks-hat-sergio-ramos-gedopt-100.html> (Zugriff 28.09.2022).

<sup>276</sup> Grupe, Ommo: *Vom Sinndes Sports. Kulturelle, pädagogische und ethische Aspekte*. Schorndorf: Hoffmann 2000, S. 242.

<sup>277</sup> Franke, Elk: Die Ethik der Ästhetik des Wettkampfsports. In: Franke, Elk (Hg): *Ethik im Sport, Beiträge zur Lehre und Forschung im Sport*. Schorndorf: Hofmann 2011, 100ff.

gegen den Sport selbst, dann als Selbstbetrug gegen die gedopten Sportlerinnen und Sportler und schließlich gegen die Gegnerinnen und Gegner als letzte Instanz.<sup>278</sup>

Ein Verlust der Glaubwürdigkeit stellt einen weiteren Aspekt dar. Durch Doping komme es zu einer öffentlichen Beschädigung des Vertrauens in den Sport selbst, in die betroffenen Sportlerinnen und Sportler und ihre Leistungen sowie zu einer Erschütterung des gegenseitigen Vertrauens unter den Sportlerinnen und Sportlern. Mit dem Aspekt der Leistungen gehe zudem die Frage nach der Echtheit der vorherigen Leistungen nach dem Bekanntwerden eines Doping-Falles einher. Für die Glaubwürdigkeit des Leistungssportes sei die Aufrechterhaltung des Vertrauens jedoch von essenzieller Bedeutung. Doping entziehe dieses Vertrauen und nehme dem sportlichen Wettkampf damit seine Grundlage.<sup>279</sup>

In Bezug auf das Ethik-Reglement der FIFA kann der Fall von Sergio Ramos als Verstoß gegen Punkte aus Artikel 29 ‚Manipulation von Fußballspielen und -wettbewerben‘ interpretiert werden. Das Reglement schreibt vor, dass „unrechtmässige [sic] Beeinflussungen oder Änderungen des Verlaufes, des Ergebnisses oder eines anderen Aspektes eines Fußballspiels [...] ungeachtet davon, ob das Verhalten zur finanziellen Bereicherung, zum sportlichen Vorteil oder aus einem anderen Grund erfolgte“<sup>280</sup>, zu unterlassen sind. Das Dopen ist in diesem Fall eine unrechtmäßige Beeinflussung mit dem Ziel eines sportlichen Vorteils und unter der Berücksichtigung des Wissens, wie viel Geld der Sieg eines Champions League Finales einbringt, auch einer finanziellen Bereicherung.

## **5.2 Weitere Verbindungen zu ethischen Aspekten**

In diesem Kapitel soll Bezug auf ein paar Punkte des dritten Kapitels dieser Arbeit genommen werden. Die zuvor angeführten und bereits ethisch diskutierten Fälle sollen erneut in Verbindung mit zuvor in dieser Arbeit angeführten ethischen Aspekten gebracht werden, um nochmals ihre ethische Problematik zu veranschaulichen. Wie zuvor erwähnt, verstoßen all diese Skandale gegen einige Aspekte des Konzepts der Fairness. So werden insbesondere die zuvor zitierte Garantie und Achtung von Chancengleichheit und von gleichen Bedingungen für alle Akteurinnen und Akteure<sup>281</sup> missachtet. Zudem wurde am Anfang dieses Kapi-

---

<sup>278</sup> Stegermeier, Moth: *Der Sport und seine Ethik. Zur Grundlegung einer Dogmatik des Sports*. Berlin: Tenea 1999, S. 116.

<sup>279</sup> Grupe 2000, S. 245f.

<sup>280</sup> Fédération Internationale de Football Association 2018, S. 20.

<sup>281</sup> Maier 2022, S.52 und vgl. Lenk/Pilz 1989, S. 33f.

tels angeführt, dass viele unmoralische Handlungen insbesondere gegen die informelle Fairness, die eine über Regeln und Gesetze hinausgehende Menschlichkeit fordert, verstoßen. Neben den gesetzlichen Vergehen, die bei den aufgezeigten Fällen von Ronaldo und Co. entstehen, stellt sich die Frage nach der Menschlichkeit bei einer Steuerhinterziehung in Spanien, dem Land mit der höchsten Arbeitslosenquote in der Europäischen Union, bei einer Ausbeutung von minderjährigen Spielern und Bestechung von deren Eltern sowie einem respektlosen Verhalten gegenüber dem Wettbewerb und dessen Akteurinnen und Akteure.

Im Kapitel zu sportethischem Handeln wurden zudem Gebote des Dekalogs auf den sportlichen Wettkampf übertragen. Die betrügerische Steuerhinterziehung von Spielern wie Ronaldo, die bestechlichen Angebote von Spielervermittlern an Jungspieler oder ihre Eltern, wie es bei Armino Tue Na Bengna der Fall war, oder das Dopen unter anderem von Sergio Ramos sind alles Aspekte, die gegen das 7. Gebot verstoßen, welches wie folgt lautet: „(Wett)-Betrug, Bestechung, Absprachen, Doping ächten.“<sup>282</sup> Zudem wurde in dem eben genannten Kapitel der naturrechtethisch orientierte Ansatz angeführt, bei dem es um eine kritische Betrachtung von „Rassismus und Gewalt im Sport, jede Art von Ausbeutung („Sportkindersklaven“), von unangemessenen Risiken und Gesundheitsgefährdungen“<sup>283</sup> geht. Auch die erläuterten Fälle von Football Leaks lassen sich darauf beziehen. So stellt der dem Aktienhandel ähnelnde Handel mit Jungspielern oftmals eine Ausbeutung dieser dar und Doping kann in einigen Fällen auch gesundheitsgefährdend sein.

Zuvor wurden in dieser Masterarbeit bereits die Tugend der Achtung im Sport und die damit verbundenen Bereiche angeführt, darunter unter anderem *die Achtung der sportlichen Gegner* und *die Achtung vor der Sportart und dem Wettbewerb* an sich.<sup>284</sup> Der Doping-Fall von Ramos kann als Verletzung gegen *die Achtung des sportlichen Gegners* interpretiert werden, denn er missachtet dabei Aspekte dieser, wie die Sicherstellung von Chancengleichheit, ein faires Verhalten den Gegnerinnen und Gegnern gegenüber sowie das Einhalten der Spielregeln.<sup>285</sup> Grundsätzlich können alle der zuvor angeführten und von Football Leaks aufgezeigten Skandale als Verletzung gegen *die Achtung vor der Sportart und dem Wettbewerb* gesehen werden. Die Achtung diesbezüglich zeigt sich vor allem im ernsthaften Willen, gemäß der geltenden Regeln zu handeln. Dies lässt sich jedoch nicht nur auf die Regeln des Spiels

---

<sup>282</sup> Maier 2022, 68.

<sup>283</sup> Ebd., 71.

<sup>284</sup> Brunn 2014, S. 377ff.

<sup>285</sup> Ebd., S. 379.

selbst beziehen, sondern auch auf allgemein geltende Regeln, die mit dem Fußball in Verbindung stehen, wie etwa dem Verbot von Veruntreuung, Betrug oder Bestechung. „Achtung sollten sich schließlich nicht nur die Athleten, sondern auch alle Sportfunktionäre untereinander entgegen bringen [sic].“<sup>286</sup> Unter ihnen herrscht ebenso, insbesondere durch die Kommerzialisierung des Fußballs, Konkurrenz, was zu einer Vermehrung unmoralischen Tätigkeiten, wie etwa in Bezug auf den Umgang mit Jungspielern durch bestechliche Angebote und korrupte Geschäfte, führt.

### 5.3 Football Leaks heute

Hinter Football Leaks steckt folglich Rui Pinto alias John. Dieser sagte 2017, zitiert nach Buschmann und Wulzinger, dass die Menschen zu begreifen beginnen, „dass die Fußballbranche mehr Transparenz braucht, und sie nehmen es selbst in die Hand. Wir sind mittlerweile eine der wichtigsten Anlaufstellen für all diejenigen geworden, die auf Missständen im Fußball hinweisen wollen.“<sup>287</sup> Der Berg an Daten sei folglich immer größer geworden und Rui Pinto sei bis zu seiner Verhaftung in Ungarn 2019 über drei Jahre der Whistleblower, der dem SPIEGEL über 70 Millionen vertraulicher Dokumente rund um die Fußballbranche zugespielt hat, gewesen. Insgesamt habe der SPIEGEL mit seinen Partnern des Recherchenetzwerkes EIC auf Grundlage dieser Daten bis dahin mehr als 800 Artikel über Regelbrüche und Straftaten im Profifußball veröffentlicht. Einige der Enthüllungen haben Wirkung gezeigt und es sei zu strafrechtlichen, sportrechtlichen oder verbandsrechtlichen Konsequenzen für Beteiligte gekommen. Doch auch dem Football-Leaks-Informant selbst seien schließlich Straftaten in 147 Fällen vorgeworfen worden, darunter unter anderem der Versuch der Erpressung, das illegale Beschaffen von vertraulichen Daten sowie die Missachtung von Briefgeheimnissen. Er selbst habe diese Vorwürfe bestritten.<sup>288</sup>

Nach mehr als einem Jahr in Untersuchungshaft sei Pinto im April 2020 in den Hausarrest entlassen worden. Er habe weder seine Wohnung verlassen noch internetfähige Geräte benutzen dürfen, seine engen Freundinnen und Freunde sowie Familienmitglieder haben ihn ab diesem Zeitpunkt besuchen können. Grund für die Entlassung in den Hausarrest seien womöglich die Kooperationsbemühungen der portugiesischen Justiz mit dem Informanten, der schon seit seiner Verhaftung immer wieder seine Kooperation angeboten hatte, gewesen.

---

<sup>286</sup> Ebd., S. 386.

<sup>287</sup> Buschmann/Wulzinger 2017, S. 330.

<sup>288</sup> Wulzinger, Michael/Naber, Nicole/Buschmann, Rafael: *Football Leaks. Massive Vorwürfe gegen Rui Pinto*. In: Spiegel Sport 21.09.2019, <https://www.spiegel.de/sport/fussball/football-leaks-massive-vorwuere-gegen-rui-pinto-a-1287944.html> (Zugriff 05.10.2022).

Seit jeher sei die Justiz in Besitz von zwölf Festplatten mit rund 26 Terabyte Material, welches sie bis dato nicht auslesen konnten, weil diese verschlüsselt gewesen seien. Einige Teile davon seien offenbar nun von Pinto entschlüsselt und der Justiz zu Verfügung gestellt worden.<sup>289</sup> Die Kooperation mit dem Informanten war der erste Schritt in die richtige Richtung. Sein Anwalt, der zuvor auch CIA-Whistleblower Edward Snowden vertreten hat, hoffte, dass „das Vertrauen in Pinto nun weiter wächst und er mithelfen kann, solche schwerwiegenden Straftaten aufzudecken.“<sup>290</sup> Zudem gebe es die Hoffnung, dass strafrechtlich der Fokus von der Kriminalisierung des Whistleblowers endlich auf die kriminellen Machenschaften in der Welt des Fußballs gelegt werde.<sup>291</sup>

Seit August 2020 sei Rui Pinto offiziell frei, lebt aber aktuell „in einem Zeugenschutzprogramm, der portugiesischen Behörde. Strafermittler und Polizisten gehen davon aus, dass ihm wegen seiner Enthüllungen akute Gefahr droht.“<sup>292</sup> Während demnach Ruhe rund um den bisher wichtigsten Whistleblower in der Geschichte des Fußballs einkehrt, gehen die korrupten und unmoralischen Geschäfte im Profifußball weiter.

---

<sup>289</sup> Buschmann, Rafael/Winterbach, Christoph/Naber, Nicola/Wulzinger, Michael: *Football Leaks. Pintos Deal*. In: Spiegel Sport 09.04.2020, <https://www.spiegel.de/sport/fussball/football-leaks-rui-pinto-darf-in-hausarrest-a-1902b3d0-1ad1-4ffd-a1c5-6e2d4f1a224c> (Zugriff: 05.10.2022).

<sup>290</sup> Ebd.

<sup>291</sup> Ebd.

<sup>292</sup> Buschmann, Rafael/Winterbach, Christoph: *Whistleblower. Edward Snowden unterstützt Football-Leaks-Informant Rui Pinto*. In: Spiegel Sport 15.07.2021, <https://www.spiegel.de/sport/edward-snowden-unterstuetzt-football-leaks-informant-rui-pinto-a-6546a286-f369-4b06-a96f-6d6c35e84b05> (Zugriff: 05.10.2022).

## 6. Ein Ausblick - Sport als wachsender Wirtschaftsfaktor

Wie bereits in Kapitel vier näher dargestellt, hat sich Sport, insbesondere der Fußball, im Laufe der Zeit zu einem regelrechten Wirtschaftsfaktor entwickelt. Er stellt durch die ökonomischen Verflechtungen mit Medien, Wettkampfveranstaltern, Sportartikelherstellern, Sportwettanbietern und anderen nicht-sportlichen Bereichen eine marktwirtschaftlich relevante Größe dar.<sup>293</sup> Zudem zeigen Studien das besonders durch die steigenden Medien- und Sponsoringeinnahmen begünstigte, kontinuierliche Wachstum des Fußballgeschäfts auf.<sup>294</sup> Über die letzten Jahrzehnte hat sich in Bezug auf Sport als wachsender Wirtschaftsfaktor vor allem eine Verbindung zu den Phänomene der Kommerzialisierung, Professionalisierung und Medialisierung, die ebenso im dritten Kapitel ausführlich thematisiert wurden, herauskristallisiert. Ein immer wichtiger werdender und zukunftsgerichteter Aspekt, der in diesem Kontext hinzukommt, ist jener der Digitalisierung. Bevor jedoch ein Ausblick auf zukünftige Entwicklungen im Sport und insbesondere im Fußball, sowie ein ethisch vertretbarer Umgang mit diversen, in dieser Masterarbeit angeführten, Faktoren erfolgt, gilt es die positiven und negativen Aspekte des Sports als wachsenden Wirtschaftsfaktor aufzuzeigen.

### 6.1 Positive und negative Aspekte

Fußball hat zwei Seiten, die sich nicht leicht vereinen lassen. „Fußball ist für viele Menschen, manchmal gar für ganze Städte und Regionen, Identitätsstifter Nummer 1. Gleichzeitig aber ist der Fußball ein Wirtschaftszweig in einer globalisierten, kapitalistischen Wirtschaftsordnung.“<sup>295</sup> In diesem Unterkapitel sollen diese beiden Seiten aufgezeigt werden. Es gilt, an dieser Stelle den Faktor der Mehrperspektivität zu erwähnen. Während die meisten Aspekte deutlich als positiv oder negativ beurteilt werden können, gilt dennoch zu erwähnen, dass einige Aspekte, betrachtet aus unterschiedlichen Sichtweisen, für eine Seite als positiv, für eine andere jedoch als negativ bewertet werden können.

---

<sup>293</sup> Siehe Kapitel 4

<sup>294</sup> Vgl. McKinsey & Company 2020.

<sup>295</sup> Bednarsky, Adam/Lippert, Conrad/Wagner, Gerd/Lazer, Moika/Rödl, Jakob: Das Spiel zwischen Lust und Moneten – Kommerzialisierung im Fußball: Ergebnisse des Workshops. In: Schneider Andre/Köhler, Julia/Schumann, Frank (Hg.): *Fanverhalten im Sport. Phänomene, Herausforderungen und Perspektiven*. Wiesbaden: Springer Fachmedien 2017, S. 200.

Die in Kapitel fünf dieser Arbeit angeführten und durch die Fälle von Football Leaks veranschaulichten ethischen, sportlichen und wirtschaftlichen Probleme der Kommerzialisierung stellen negative Aspekte des Sports als wachsenden Wirtschaftsfaktor dar. Dazu zählen Steuerhinterziehungen, der Handel mit Jungspielern, Doping und eine Vielzahl an damit einhergehenden negativen Folgen.<sup>296</sup>

Ein weiteres Beispiel für negative Aspekte des zunehmenden wirtschaftlichen Wachstums zeigt sich unter anderem darin, dass der Konsum von Fußball immer teurer wird. Deutlich wird dies vor allem in der Steigerung der Ticketpreise. In England etwa seien diese, unter anderem mit dem Ziel, gewalttätige Hooligans aus den Stadien zu halten, erhöht worden. Die Folge sei jedoch gewesen, dass sich geringverdienende und darunter vor allem junge Menschen den Stadionbesuch nicht mehr leisten können. In Deutschland haben sich organisierte Fanszenen ebenso für angemessene Ticketpreise sowie das Bestehenbleiben der Stehplätze eingesetzt, jedoch stelle England ein deutliches Negativ-Beispiel bei diesem Thema dar.<sup>297</sup> Im Jahr 2016 habe beispielsweise eine Ankündigung des Vereins Liverpool bezüglich einer Ticketpreiserhöhung zu Widerstand und Protesten der Fans geführt. Die Preise für Fußballspiele seien in England, dem Mutterland des Fußballs, ohnehin bereits deutlich teurer als jene in anderen europäischen Ligen. Die Ticketpreise steigen weiter an, obwohl sich wirtschaftlich betrachtet auch Vorteile von einem Verzicht auf die Erhöhung von Ticketpreisen aufzeigen lassen. Dauerkartenbesitzerinnen und -besitzer können beispielsweise durch günstige Preise als feste Kundinnen und Kunden gewonnen werden. Fans und Zuseherinnen und Zuseher seien ein wesentlicher Bestandteil für eine gute Stimmung in einem Stadion, wodurch wiederum das Interesse der Sponsorinnen und Sponsoren und Medien geweckt werde. Ein weiterer entscheidender Punkt seien die Einnahmen durch Anschlussprodukte. Mit nicht zu teuren Tickets werden die Menschen in die Stadien gelockt, in denen sie wiederum Geld für Essen, Getränke und Fanartikel ausgeben. Mit diesen Anschlussprodukten könne mehr Gewinn erzielt werden als durch die Erhöhungen von Ticketpreisen.<sup>298</sup>

Mit dem wirtschaftlichen Wachstum des Fußballs geht auch ein Wachstum der Sportwetten-Branche einher. Diese hat jedoch das Risiko der Wettmanipulation und Suchtgefahr zur Folge, welches durchaus als negativ betrachtet werden kann. Das Suchtpotenzial bei Sport-

---

<sup>296</sup> Siehe Kapitel 5.

<sup>297</sup> Bednarsky/Lippert/Wagner/Lazer/Rödl 2017, S. 201.

<sup>298</sup> Nufer, Gerd: Fan-Proteste gegen überhöhte Ticketpreise in Fußball-Stadien. In: Nufer, Gerd/Bühler Andre (Hg.): *Nachspielzeit die Schriftreihe des Deutschen Instituts für Sportmarketing* 2016, S. 4.

wetten werde durch die Verknüpfung mit der Sportbegeisterung verstärkt. Die ohnehin vorhandene Spannung und das euphorische Hoffen auf den Sieg einer Mannschaft werde durch den Aspekt des Geldgewinnens und -verlierens ergänzt. Während Erfolgserlebnisse und Gewinne das Wohlbefinden fördern, erzeugen Misserfolge sowie Geldverluste hingegen Belastungen. Diese können jedoch durch das Weiterspielen unterdrückt werden.<sup>299</sup> Der Fußball als wachsende Wirtschaftsfaktor bietet eine Fläche für dieses Weiterspielen, denn das wirtschaftliche Wachstum geht, wie bereits mehrfach erwähnt, mit einem sportlichen sowie medialen Wachstum einher. Es finden immer mehr Fußballspiele statt, die auch übertragen werden, und damit gebe es immer mehr Möglichkeiten Wetten zu platzieren. „Das neue Sportwettenangebot ermöglicht es, auf Sportereignisse zu wetten, die über die ganze Woche verstreut stattfinden.“<sup>300</sup> Koch und Maenning nach ist der Fußball zudem eine von Spielmanipulationen geprägte Sportart. Es gebe Länder, die hinsichtlich ihrer Wettmärkte weniger entwickelt seien. In ihnen erfolge durch Korruption eine Beeinflussung der Auf- und Abstiegsplätze in den Ligen. In Ländern mit entwickelten Wettmärkten hingegen zeige sich eine Manipulation einzelner Spiele, mit dem Ziel Wetterlöse zu maximieren.<sup>301</sup> Grundsätzlich kann der Fußball jedoch nicht auf die Manipulation und Korruption in der Wettbranche reduziert werden. Diese Sachverhalte lassen sich in sämtlichen Bereichen des Fußballs finden, was bereits durch die Auseinandersetzung mit einigen von Football Leaks aufgedeckten Skandale veranschaulicht wurde.

Das in dieser Arbeit bereits mehrfach angesprochene, weltweit vorherrschende Problem ist jenes der Korruption, die in nahezu jedem Bereich unseres Lebens vorzufinden ist.

„Auch der große und kleine Sport bildet hier keine Ausnahme. Korruption zerstört Gerechtigkeit, Leistung, geregeltes Zusammenleben, Vertrauen, Moral und Recht. Korruption ist eine der größten Gefahren für die Menschheit. [...] Das Beste im Sport ist die Fairness. Deren Enttarnung führt zum Schlimmsten, zur Zerstörung seiner Grundidee, die da ist: fairer, ehrlicher, respektvoller, gerecht geregelter, chancengleicher Wettkampf mit offenem Ausgang, und vielen weiteren Bestimmungen, die zum Sportgeist gehören.“<sup>302</sup>

Die mit dem Sport als wachsendem Wirtschaftsfaktor einhergehende Steigerung der Korruption kann als negativer Aspekt beurteilt werden. Zudem ergeben sich weitere Schwierigkeiten in

<sup>299</sup> Hayer, Tobias/Meyer, Gerhard: *Das Suchtpotenzial von Sportwetten*. In: Sucht, 49 (4), 2003, S. 214.

<sup>300</sup> Ebd.

<sup>301</sup> Koch, Rainer/Maenning, Wolfgang: *Fußball und Politik. Spiel- und Wettmanipulationen – und der Anti-Korruptionskampf im Fußball*. In: Der Bürger im Staat, 56 (1), 2006, S. 50.

<sup>302</sup> Maier 2022, S. 83f.

diesem Kontext. Zum einen gilt anzumerken, dass die Korruptionsvorwürfe oftmals aufgrund der emotionalen Verbundenheit zum Sport unberechtigt sind. Durch eine Niederlage tendieren Spielerinnen und Spieler sowie Fans einer Mannschaft oftmals dazu, anderen Schiebung oder Korruption vorzuwerfen. Damit stelle sich die Frage, welchen Korruptionsverdachten nachgegangen werden soll und welche nur eine Schuldzuweisung als Grundlage haben. Eine zweite Schwierigkeit stelle die Abhängigkeit der tatsächlichen Korruption von der empfundenen Korruption dar.<sup>303</sup> „Eine Wahrnehmung, dass die Korruption weit verbreitet ist, senkt die Moralschranken der Menschen und erhöht die Korruption.“<sup>304</sup> Insbesondere im Fußball, der zudem durch eigene Vorstellungen und Gesetze geprägt sei, wirke dieser, self-fulfilling prophecies‘ Mechanismus. Eine Schwierigkeit in diesem Kontext stelle weiters der Nachweis der Korruption dar, denn trotz skandalösen Fällen, wie etwa jene durch Football Leaks veröffentlichten, gebe es kaum eindeutige empirische Belege dafür, dass der Fußball verstärkt von einer Korruption betroffen sei. Deutlich sei jedoch, dass der Verdacht zu Korruption bereits bei der Entscheidung des Austrageorts einer Sportveranstaltung, bei Themen rund um das Sponsoring oder selbst bei der Vergabe von Funktionärsposten aufkomme. Folglich könne die im allgemeinen bekannte erhebliche Dunkelziffer der Korruption auch auf den Sport übertragen werden.<sup>305</sup>

Ziel dieser Arbeit war es, insbesondere die Probleme der Kommerzialisierung im Sport, vor allem im Fußball, darzustellen. Im Folgenden gilt es nun jedoch auch einige ausgewählte positive Aspekte des Sports als wachsender Wirtschaftsfaktor aufzuzeigen.

In allen Bereichen der globalen Gesellschaft werden erhebliche Veränderungen durch technologische Transformationen wahrgenommen. Informationen können durch eine Vielzahl an digitalen Möglichkeiten und Geräten in Echtzeit genutzt werden und die Interaktionen werden immer schneller und komplexer. Dabei komme es zu einer Ausweitung der Kommunikation über unterschiedliche Apps und soziale Medien, die auch den Sport prägt.<sup>306</sup> Die Investition in neue Technologien entwickelt eine Digitalisierung des Sportgeschehens- und -erlebens, die durchaus als positiver Aspekt interpretiert werden kann. Stadionbesucherinnen und –besucher sowie Fans können „relevante Trackingdaten, wie beispielsweise Laufleis-

---

<sup>303</sup> Koch/Maenning 2006, S. 50.

<sup>304</sup> Ebd.

<sup>305</sup> Ebd.

<sup>306</sup> Brüggemann 2022, S. 173.

tung, Passquoten, gewonnene Zweikämpfe, direkt aus der App abrufen [und die] Hologrammtechnik ist als das moderne Public Viewing in der nahen Zukunft denkbar.“<sup>307</sup> Live-Erlebnisse werden multiplizierbar, Fans können im Stadion aber auch von zuhause aus mehr in das Spiel selbst aber auch generell in den Fußball eingebunden werden. Dieser Aspekt könne sich positiv auf das Erleben des Sports auswirken. Die mit dem ökonomischen Wachstum des Fußballs einhergehende Digitalisierung könne zudem auch einen positiven Einfluss auf die Leistung der Spielerinnen und Spieler haben. So werden vermehrt künstliche Intelligenz sowie Virtual Reality im Training und Spiel eingesetzt,<sup>308</sup> wodurch die Trainingsinhalte, die Vorbereitung auf ein Spiel und damit einhergehend die Leistung optimiert werden können.

Ein weiterer Vorteil von Sport als wachsender Wirtschaftsfaktor ergibt sich durch die Investition in die Nachwuchsförderung. Gelingen könne dies, wenn ein Verein den Kauf von Spielerinnen und Spielern am Transfermarkt reduziere und Geld in den eigenen Nachwuchs investiere. Aufgaben eines Sportvereins seien neben dem Erreichen von sportlichen Erfolgen auch die Schaffung eines Sportangebots für die Bevölkerung sowie die Vermittlung von sportlichen Fertigkeiten an junge Menschen.<sup>309</sup> „Nachwuchsförderung ist dann gelungen, wenn eine gewisse Fankultur entsteht, wenn die Menschen sich mit ‚ihrem‘ Verein bzw. ‚ihren‘ Stars aus dem Spitzensport identifizieren und sie nicht nur anfeuern wollen, sondern es ihnen gleich nachmachen wollen.“<sup>310</sup> Ein positives Beispiel dafür in Österreich sei die Nachwuchsförderung des Eishockeyvereins KAC in Klagenfurt, die bei ihrer Ausbildung bereits bei den Kleinsten anfangen und grundsätzlich das Interesse der jungen Leute beziehungsweise der ganzen Stadt für diesen Sport wecken.<sup>311</sup> Je mehr eine Sportart kommerzialisiert wird und je mehr Geld damit beispielsweise in einen Verein fließt, desto mehr kann in die kostspielige Nachwuchsförderung investiert werden.

Wie zuvor in dieser Arbeit angeführt hat Sponsoring, das mit dem wirtschaftlichen Wachstum des Sports einhergeht, einen positiven Effekt auf viele Akteurinnen und Akteure des Sports. Die Win-Win-Situation des Sponsorings ergibt sich aus dem Austausch von Leistung und Gegenleistung. Während sich Vereine überwiegend durch Sponsoring finanzieren und damit einen großen Teil ihrer Ausgaben decken, erhalten Sponsorinnen und Sponsoren im

---

<sup>307</sup> Ebd., S. 175.

<sup>308</sup> Ebd.

<sup>309</sup> Tarmann, Paul: Nachwuchsförderung. In: Maier, Bernhard (Hg.): *Dictionarium der Sportethik*. Redaktion und Mitarbeit durch Paul R. Tarmann. Perchtoldsdorf: Johannes Martinek Verlag 2022, S. 90.

<sup>310</sup> Ebd.

<sup>311</sup> Ebd.

Gegenzug eine Werbefläche für ihre Produkte und Dienstleistungen. Eine langfristige Beziehung ist dabei sowohl für den Verein als auch für die Sponsorinnen und Sponsoren und ihre Erfolgsaussichten vorteilhaft.<sup>312</sup>

Grundsätzlich kann festgestellt werden, dass sich viele positive Effekte, die sich durch ein wirtschaftliches Wachstum ergeben, auch auf den Sport übertragen lassen. Ein Beispiel dafür sei die Schaffung neuer Arbeitsplätze und damit eine berufliche Beschäftigung von vielen Menschen.<sup>313</sup> Dies erfolge insbesondere durch die Bildung neuer Berufsgruppen und Abteilungen, die durch die stetige Entwicklung von Sport notwendig werden. Mittlerweile biete ein Fußballverein beispielsweise Jobs in den Bereichen der Geschäftsführung, Vermarktung, in diversen Abteilungen oder im medizinischen Bereich an.<sup>314</sup> Zudem lohne sich insbesondere der Profifußball auch wirtschaftlich gesehen für eine Stadt oder Region. „Die Kosten für Förderungen der Infrastruktur, Mobilität, Polizei und Stadtreinigung können durch die positiven direkten und indirekten wirtschaftlichen Effekte übertroffen werden, z.B. in Bezug auf Gastronomie und Tourismus.“<sup>315</sup> Diese, sich durch den Fußball ergebenden, wirtschaftlichen Effekte und Vorteile, erstrecken sich auf unterschiedliche Bereiche, wie etwa auf den Freizeit- und Profisport, auf Vereine, Sponsoring, Medien und viele mehr.<sup>316</sup>

## 6.2 Zukünftige Entwicklungen

In Zukunft werden die Kommunikation mit den Fans und das Erfüllen von deren Bedürfnissen in einem immer weiterwachsenden, wirtschaftlichen Bereich, wie es der Fußball ist, Faktoren darstellen, die sich verändern. Die voranschreitende Kommerzialisierung werde von vielen Fans zunehmend als ein negativer Aspekt wahrgenommen, weshalb es zukünftig für Verantwortliche eines Clubs immer schwieriger werde, eine Balance zwischen Tradition und Fortschritt zu finden. Die Fans zählen neben der Mannschaft immer noch zu den entscheidenden Hauptakteurinnen und -akteuren, weshalb ein Einbeziehen der Fanvertreterinnen und -vertreter bei Zukunftsentscheidungen nicht vernachlässigt werden dürfe. Viele Themen, die die Fans betreffen, werden künftig zudem durch die Breite der Fancharaktere erschwert. Die voranschreitende wirtschaftliche Entwicklung des Fußballs habe auch eine Erweiterung des

---

<sup>312</sup> Siehe Kapitel 4.1.3

<sup>313</sup> McKinsey & Company 2020, S. 7.

<sup>314</sup> Elbe/Rentmeister 2013, S. 8f.

<sup>315</sup> *Wirtschaftsfaktor Fußball*. In: Bundesministerium für Wirtschaft und Energie November 2015, S. 5, [https://www.bisp.de/SharedDocs/Downloads/SSK/Wirtschaftsfaktor\\_Fussball.pdf;jsessionid=C72E92EB0D0AD4E603F5397EBD24B3E2.1\\_cid362?\\_\\_blob=publicationFile&v=1](https://www.bisp.de/SharedDocs/Downloads/SSK/Wirtschaftsfaktor_Fussball.pdf;jsessionid=C72E92EB0D0AD4E603F5397EBD24B3E2.1_cid362?__blob=publicationFile&v=1) (Zugriff: 10.10.2022).

<sup>316</sup> Ebd., S. 4.

Fanpublikums zur Folge. So besuchen neben den echten Fußball- und Vereinsfans auch VIPS, Unternehmerinnen und Unternehmer sowie weitere wirtschaftliche Akteurinnen und Akteure das Stadion.<sup>317</sup> „Proficlub stehen vor großen Herausforderungen, was die Freizeitgestaltung und auch Veränderungen beim Konsum des Live-Produkts Fußball angeht.“<sup>318</sup>

Ein weiteres zukünftiges Thema kann der bisher negativ besetzte Versuch der Etablierung einer Super League sein. 2020 ist die Einführung dieser vorwiegend aufgrund erheblicher Fan-Proteste gescheitert. Football Leaks hat aufgedeckt, dass das Projekt bereits 2016 vom FC Bayern und anderen reichen Vereinen Europas über Monate geplant worden ist und es 2018 bereits Absichtserklärungen für eine European Super League von mehreren dieser europäischen Top-Vereinen gegeben hat.<sup>319</sup> Einige positive Aspekte, die für die Einführung einer Super League sprechen, sind der Grund dafür, dass dieses Thema aktuell in den Medien wieder verstärkt thematisiert wird und dass eine zukünftige Umsetzung nicht auszuschließen ist. „Würden die Topvereine aus den anderen europäischen Wettbewerben ausscheiden, ergebe sich unter Umständen mehr Ausgewogenheit in diesen Wettbewerben, ebenso in den einzelnen nationalen Ligen.“<sup>320</sup> Diese Ausgewogenheit könne sich neben einem sportlich- und leistungsbezogenen Ausgleich auch auf die Fan- und Zusehergruppen beziehen. Es gebe jene, die einen hohen Identifikationsgrad mit ihrem Verein haben, und jene, die als Fußball-Entertainment-Fans bezeichnet werden können. Zweitgenannte haben keine starke Identifikation mit einem Verein, sondern verfolgen den Fußball aufgrund der hohen fußballerischen Künste von den Stars dieses Sports. Eine Super League sei für diese Art von Fans, die in der aktuellen erlebnisorientierten Digitalgesellschaft immer mehr werden, ideal.<sup>321</sup>

Zukünftige Entwicklungen im Sport beziehen sich zudem auf eine stärkere Verbreitung von Frauensport beziehungsweise gemischtem Sport. Aufgrund der aktuellen Präsenz und Relevanz dieses Themas gilt es dieses auch in der Zukunft intensiv zu verfolgen und es zudem aus einem ethischen Blickwinkel zu betrachten. „Eine ethische Forderung ist, dass alle Mädchen auf allen Kontinenten das Grundrecht, ja das Menschenrecht auf Bewegung, Spiel und Sport in Schulen und Vereinen voll und ganz ermöglicht wird.“<sup>322</sup> Zukünftig müsse es auch

---

<sup>317</sup> Brüggemann 2022, S. 174f.

<sup>318</sup> Ebd., S. 174.

<sup>319</sup> *Football Leaks. Bayern München prüfte Ausstieg aus Bundesliga und Champions League.* In: Spiegel Sport 02.11.2018, <https://www.spiegel.de/sport/fussball/fc-bayern-muenchen-pruefte-ausstieg-aus-bundesliga-und-champions-league-a-1236452.html> (Zugriff: 10.10.2022).

<sup>320</sup> Brüggemann 2022, S. 177.

<sup>321</sup> Ebd.

<sup>322</sup> Maier 2022, S. 58.

Modifizierungen in der Kleidungs Vorschrift im Sport geben, sodass es zu keinen Ausschlüssen aufgrund kultureller und religiöser Faktoren komme. An die Medien sei zudem die ethische Forderung der Gleichberechtigung in der Medienpräsenz ohne unethische kommerzielle Ausreden gerichtet.<sup>323</sup> Brüggemann zufolge sind weitere mögliche Entwicklungen in diesem Bereich die Etablierung einer Young-Woman-League oder eine Verpflichtung zu einer Damen- oder Mädchenmannschaft. Erste Veränderungen dahingehend gebe es beispielsweise in den Niederlanden, die die Amateurligen 2020 auch für Damen- und Mädchenmannschaften geöffnet haben.<sup>324</sup> Maier führt diesbezüglich an, dass während das Duellieren von Geschlechtern in Kraft- oder Leistungswettkämpfen problematisch ist, ist es in jenen, in denen es um Geschicklichkeit geht, durchaus möglich. Zudem haben Teamsportwettkämpfe mit Beteiligung aller Geschlechter eine sportliche Relevanz.<sup>325</sup> „Aus Respekt zu intersexuellen Personen sollten vermehrt Sportarten für gemischte Gruppen von Frauen, Männern und Diversen in den Kanon der olympischen Bewerbe aufgenommen werde.“<sup>326</sup>

Ein Entwurf, der wichtige Aspekte für die zukünftigen Entwicklungen des Fußballs impliziere, stammt zudem vom Deutschen Fußball Bund. Die in einem Taskforce 2020 entstandenen Konzeptpapiere beinhalten eine Verpflichtung zur Berücksichtigung der drei Säulen der Nachhaltigkeit (Ökologie, Ökonomie und soziale Aspekte). Themen wie faire Arbeitsbedingungen für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Förderung des Mädchen-, Damen- sowie Jugendfußballs, strengere Anforderungen in Bezug auf Transferausgaben und Eigenkapitalbildungen in Vereinen, Financial Fairplay oder die Intensivierung des Austauschs mit Fanclubs seien dokumentiert worden.<sup>327</sup> Zudem wurde das „leidige Thema der Spielerberater insofern [...] berücksichtigt, dass in Zukunft nur akkreditierte Berater zugelassen sind und die Beraterhonorare nach Möglichkeit gedeckelt werden.“<sup>328</sup>

---

<sup>323</sup> Ebd., S. 59.

<sup>324</sup> Brüggemann 2022, S. 178.

<sup>325</sup> Maier 2022, S. 59.

<sup>326</sup> Ebd.

<sup>327</sup> Brüggemann 2022, S. 179f.

<sup>328</sup> Ebd., S. 180.

### 6.3 Ethisch vertretbarer Umgang

Es stellt sich nun die Frage, was die Gesellschaft, die Politik oder einzelne Sportverbände und Vereine gegen die negativen Auswirkungen der Kommerzialisierung unternehmen können, um diese zu reduzieren. Brun führt an, dass mit dem Wachstum von finanziellen Umsätzen im Sport folglich auch die Notwendigkeit eines Ausbaus von Maßnahmen zur Betrugs-, Doping- und Korruptionsprävention steigt. Anzumerken gilt, dass sich diese finanziellen Umsätze nicht nur auf das Sportsystem selbst, sondern auch auf parallel verlaufende Bereiche, wie etwa das Wettsystem, beziehen können.<sup>329</sup> Es gibt eine Vielzahl an Maßnahmen, die getätigt oder zukünftig noch verstärkt eingesetzt werden sollten, um einen ethisch vertretbaren Umgang mit Sport als wachsendem Wirtschaftsfaktor zu gewährleisten.

Bednarsky, Lippert, Wagner, Lazer und Rödl nach ist die Aufgabe dabei nicht nur, einen ethisch vertretbaren Umgang für die Zukunft zu sichern, sondern auch die bereits durch Korruptionsskandale verlorene Integrität und Legitimität des Fußballs und seiner Akteurinnen und Akteuren wiederherzustellen. Maßnahmen seien beispielsweise eine effektivere Kontrolle bei der Zulassung von sportfremden Personen oder die Abänderung der Gewichtung der Mitbestimmung von Ländern.<sup>330</sup> „Denn wenn etwa kleine Karibikstaaten, das gleiche Stimmgewicht wie etablierte europäische Fußballverbände haben, ist dies das erste strukturelle Einfallstor für Korruption.“<sup>331</sup> Vonseiten der Politik stelle der politische Druck oder eine direkte gesetzgeberische Handlung eine Lenkung in eine positive Richtung dar. Dazu zählen etwa Gesetze in Bezug auf die Strafbarkeit von Sportwettbetrug, Manipulation, Dopingvergehen und vieles mehr.<sup>332</sup>

Die in dieser Arbeit mehrfach thematisierte Korruption erweist sich als größte Gefahr für den Sport und scheint eine ökonomisch sehr stark bedingte Art der Unfairness zu sein. Koch und Maenning zufolge bedarf es an einer Anti-Korruptionspolitik im Sport, um sportliche Normen und Werte zu bewahren und die Anerkennung einzelner Sportarten zu sichern. Die Autoren erörtern Maßnahmen, die der Korruption entgegenwirken sollen.<sup>333</sup> Dazu zählen beispielsweise „transparente Entscheidungen der Schiedsrichter, die Verwendung verschie-

---

<sup>329</sup> Brunn 2014, S. 356.

<sup>330</sup> Bednarsky/Lippert/Wagner/Lazer/Rödl 2017, S. 202.

<sup>331</sup> Ebd.

<sup>332</sup> Ebd.

<sup>333</sup> Koch/Maenning 2006, S. 50.

denster technischer Kontrollsysteme (z.B. mittels Videos), angemessene Formen der Bestrafung aber auch die Formulierung von Ehren- und Verhaltenskodizes“.<sup>334</sup> Letzteres sei eine Maßnahme, die präventiv wirke und durch die Korruption nicht nur verhindert werden könne, sondern durch die diese erst gar nicht entstehe. Die Verhaltens-, Ethik- und Ehrenkodexe sollen dabei unerwünschtes Verhalten schriftlich festlegen. Während in den meisten Fußballverbänden bereits Kodexe existieren, die das Verhalten auf dem Spielfeld selbst vorgeben, gebe es noch Ausbaubedarf bei der Entwicklung und Etablierung von Reglementen, die sich auf das Verhalten diverser Sportakteurinnen und -akteure, wie etwa Funktionärinnen und Funktionäre, Sportlerinnen und Sportler untereinander oder Sponsoringpartnerinnen und -partner, beziehen.<sup>335</sup> Die Kodexe sollten einheitlich, frei zugänglich und nachvollziehbar gestaltet werden. Ein Beispiel wäre das in dieser Masterarbeit herangezogene Ethik-Reglement der FIFA, welches „das Verhalten und den Umgang innerhalb der FIFA und mit externen Parteien definiert.“<sup>336</sup> Weiters erwähnen Koch und Maenning in ihren Maßnahmen die Einführung verstärkter Kontrollen. Dabei gehe es insbesondere um das Nachgehen jedes Manipulationsverdachts und in weiterer Folge bei Strafbeständen auch um eine bessere Zusammenarbeit mit den staatlichen Strafverfolgungsbehörden.<sup>337</sup>

In Bezug auf die ethische Problematik des Dopings stellt, neben strengeren Kontrollen und Strafen, vor allem auch die Dopingprävention eine wesentliche Maßnahme für die Gewährleistung eines ethisch vertretbaren Umgangs mit Sport dar. Dabei müssen Staaten als Ganzes miteinbezogen werden, indem sie „eine Bürgschaft für den staatsrelevanten Spitzensport übernehmen und über solch eine sportliche Bürgschaft auch eine Kollektivhaftung über die Athleten des eigenen Landes, wie immer eine solche Bürgschaft gestaltet wird.“<sup>338</sup> Beispielsweise könne es schließlich beim Aufkommen mehrerer positiver Dopingtest von Athletinnen und Athleten einer Nation über diese Bürgschaft zu einem Ausschluss des Staates von den Olympischen Spielen kommen. Folglich sei in diesem Kontext ein individueller, tugendethischer Ansatz nicht ausreichend, sondern der Staat müsse bei der Dopingbekämpfung ganzheitlich mitwirken.<sup>339</sup> Eine reine Aufklärung über Doping mit Kontrollen und Bestrafungen sowie ein pathogenetischer Ansatz zur Dopingprävention, darunter etwa ein Abschreckungs- oder ein Risikofaktoren-Ansatz, reichen heutzutage nicht mehr aus. Zielführender sei die

---

<sup>334</sup> Ebd.

<sup>335</sup> Ebd., S. 56.

<sup>336</sup> Fédération Internationale de Football Association 2018, S. 6.

<sup>337</sup> Ebd., S. 57.

<sup>338</sup> Maier 2022, S. 41.

<sup>339</sup> Ebd., S. 42.

Kombination mit salutogenetischen Ansätzen, die eine Gesundheitsorientierung und die Förderung gesundheitsorientierter Prozesse beinhalte. Ein weiterer effektiver Ansatz sei jener der Deutschen Sportjugend (dsj), die junge Menschen mit Problembewusstsein, sogenannte Juniorbotschafterinnen und -botschaftern, für die Dopingprävention mit dem Ziel der Peer-Education einsetze. Der Schwerpunkt liege zudem auf der Förderung der Reflexions- und Entscheidungsfähigkeit.<sup>340</sup> „Das Ziel [die Dopingprävention und -bekämpfung] ist nie vollständig erreichbar – und muss von jeder folgenden Generation jugendlicher Sportler\*innen von neuem angegangen werden.“<sup>341</sup>

Eine weitere, ebenso bereits bei Kindern und Jugendlichen angewendete präventive Maßnahme, die ein Bewusstsein für das Richtige im Sport schafft und damit unmoralisches Verhalten im Sport vorbeugt, liegt in der Fairness-Erziehung. Maier nach geht es bei der pädagogischen Sporterziehung um eine ganzheitliche Persönlichkeitsentwicklung sowie um die Nutzung der Möglichkeit für eine Wertevermittlung. Sport-ethische Maßnahmen müssen grundsätzlich präventive Strategien, umfassende Fairnesskonzepte sowie eine Vermittlung von Fairplay beinhalten und die Spiel- und Sporterziehung solle einen Schwerpunkt in jedem Lehrplan darstellen.<sup>342</sup> Durch die aktuellen Entwicklungen im Sport sei es erzieherisch umso wichtiger „an einem gesunden Körperbewusstsein zu arbeiten, am Sinn für Disziplin und Anstrengung, an der Respektierung von Normen und Regeln, an Selbst- und Sozialkompetenz bei Jugendlichen, an Fach- und Methodenkompetenzen bei Lehrenden.“<sup>343</sup> Sport-ethische Maßnahmen müssen dabei präventive Strategien, umfassende Fairnesskonzepte sowie eine Vermittlung von Fairplay beinhalten.

In dieser Arbeit wurde in Kapitel 3.3 bereits die wertvolle Bedeutung des Schulsports für die Aneignung von ethisch vertretbaren Verhaltensweisen im Sport aufgezeigt. Brun zufolge bietet der Schulsport ein praktisches Übungs- und Anwendungsfeld von sportlichen Werten und Tugenden und erreicht zudem sportferne Schülerinnen und Schüler und nicht nur jene, die sich in einem außerschulischen Training ohnehin mit richtigem Verhalten und Handeln im Sport auseinandersetzen. Dazu solle zudem eine Einbeziehung massenmedialer Darstellungen des Sports erfolgen, um die Kritikfähigkeit der Kinder und Jugendlichen zu fördern<sup>344</sup>, die einen entscheidenden Faktor beim richtigen Umgang mit Sport als wachsenden

---

<sup>340</sup> Treutlein, Gerhard: *Dopingprävention – aber warum und wie?* In: Forum Kind und Jugend, 2, 2021, S. 83ff.

<sup>341</sup> Ebd., S. 85.

<sup>342</sup> Maier 2022, S. 53.

<sup>343</sup> Ebd.

<sup>344</sup> Brunn 2014, S. 388f.

Wirtschaftsfaktor darstellt. Grundsätzlich gilt jedoch vorab folgendes zu erkennen: Trainerinnen und Trainer sowie Lehrerinnen und Lehrer befinden sich „zwangsläufig in einer ethischen Vermittlungsposition und können einzig entscheiden, ob sie diese Rolle bewusst gestalten, also ihr Ethos und seine Vermittlungen reflektieren, oder sich einer bewussten Gestaltung verschließen.“<sup>345</sup> Ebenso führt Brunn an, dass sich Trainerinnen und Trainer sowie Lehrerinnen und Lehrer besonders gut für die Vermittlung von ethischen Werten eignen. Dies komme insbesondere im Vergleich zu weniger personalisierten Vermittlungen, wie etwa das Ansehen eines Fußballspiels, bei dem ethische Überzeugungen von Athletinnen und Athleten nur indirekt gezeigt werden oder von Stadionsprecherinnen und -sprechern in ihren Kommentierungen zum Ausdruck kommen, zum Vorschein.<sup>346</sup> Die Etablierung eines ethisch vertretbaren Umgangs mit Sport bereits bei Kindern und Jugendlichen bedarf demnach einer bewussten Auseinandersetzung, Weiterbildung und Umsetzung mit und von ethischen Aspekten sowie aktuellen Entwicklungen im Sport vonseiten der Lehrerinnen und Lehrer sowie Trainerinnen und Trainer selbst.

Grundsätzlich lässt sich deutlich aufzeigen, dass der Prozess der Kommerzialisierung nicht mehr aufhalten ist, weshalb eine Regulierung der negativen Auswirkungen umso wichtiger wird. Es bedürfe folglich an umfassenden Reformen und Maßnahmen in Spitzensportverbänden und der FIFA, an politischem Druck insbesondere durch (sport-)politischen Initiativen,<sup>347</sup> aber auch an präventiven, bereits bei Kindern und Jugendlichen ansetzenden Maßnahmen. Diese kommen insbesondere im Schulsport und in der Vermittlung von ethischen Normen, Werten und Tugenden unmittelbar durch Lehrerinnen und Lehrern sowie Trainerinnen und Trainern zum Vorschein.<sup>348</sup> „Alle diese Maßnahmen nutzen allerdings nur etwas, wenn sie weiterentwickelt, implementiert und von allen Seiten gelebt werden.“<sup>349</sup>

---

<sup>345</sup> Ebd., S. 376.

<sup>346</sup> Ebd.

<sup>347</sup> Bednarsky/Lippert/Wagner/Lazer/Rödl 2017, S. 202.

<sup>348</sup> Brunn 2014, S. 377.

<sup>349</sup> Brüggemann 2022, S. 180.

## 7. Zusammenfassung

Ziel dieser Arbeit war es unter anderem die Veränderung des Sports mit Hauptaugenmerk auf die wirtschaftlichen Entwicklungen im Profifußball darzulegen. Es konnte aufgezeigt werden, dass sich der Sport zu einem bedeutenden sozialen, kulturellen, gesellschaftlichen, wirtschaftlichen sowie politischen Konstrukt entwickelt hat.<sup>350</sup> Aus Kapitel 4.1.2 geht hervor, dass insbesondere der Fußball ökonomisch bedeutsam sowie durch die Kommerzialisierung geprägt ist und dadurch einen relevanten Wirtschaftsfaktor darstellt. Der Sport, ein Bereich des sozialen Lebens, der aus einem nicht-monetären Gedanken entstanden ist und dessen nicht-warenförmiger Charakter lange Zeit versucht wurde zu bewahren, hat seinen ursprünglichen Wert verloren. Verstärkt wird dieser Prozess zudem durch den wachsenden Einfluss der Massenmedien. Heute bezieht sich die Kommerzialisierung im Profifußball insbesondere auf die Vermarktung von Fußballspielen für bisher sportfremde Sphären sowie auf die Zunahme von sportfremden Investorinnen und Investoren. Die Kommerzialisierung im Sport äußert sich demnach beispielsweise in der Unterstützung von Sportveranstaltungen, Vereinen oder einzelnen Spielerinnen und Spielern durch Wirtschaftsunternehmen, in Ablösezahlungen für Spielertransfers, in Fernsehübertragungs- und Werberechten oder im Sponsoring.<sup>351</sup>

Ein interessanter Aspekt, der sich in diesem Kontext herausstellt, ist die wesentliche Bedeutung der Zuschauerresonanz. In dieser Masterarbeit konnte aufgezeigt werden, dass sich im Fußball unterschiedliche Märkte entwickeln, zwischen denen ökonomische Beziehungen herrschen und auf denen verschiedene Akteurinnen und Akteure agieren, in deren Mittelpunkt stehen jedoch weiterhin die Menschen. Die Zuschauerinnen und Zuschauer bilden die Basis für den wirtschaftlichen Erfolg, denn je höher das Interesse dieser ist, desto interessanter werden der Fußball, ein Verein, eine Veranstaltung oder einzelne Spielerinnen und Spieler für die Medien sowie die Sponsorinnen und Sponsoren.<sup>352</sup> Zudem wurden in dieser Arbeit die Zusammenhänge zwischen einigen angeführten Aspekten dargestellt. Das sogenannte magische Dreieck bietet dafür eine Darstellung zur Veranschaulichung. „Wirtschaftlich voneinander profitieren – dies ist seit jeher das große Credo im Beziehungsgeflecht von Sport, Medien und Wirtschaft. Vor allem in den letzten Jahrzehnten nahm dieses Ziel bei

---

<sup>350</sup> Siehe Kapitel 2.2

<sup>351</sup> Siehe Kapitel 4.1.2

<sup>352</sup> Siehe Kapitel 4.1.2

allen Akteuren immer stärker zu.“<sup>353</sup> Aus all diesen wirtschaftlichen Entwicklungen ergeben sich ethische Fragen, die es zu behandeln gilt, denn je mehr Geld in einen Bereich fließt, desto höher ist die Gefahr von Betrug und Korruption.

Demzufolge war die Darstellung (ethischer) Probleme, die sich durch die Kommerzialisierung im Sport und insbesondere im Profifußball ergeben, ein wesentlicher Bestandteil dieser Arbeit. Zuvor konnten ethische Aspekte im Sport aufgezeigt werden, wobei sich das Konzept der Fairness als bedeutsam herausgestellt hat. Dieses Konstrukt ist vielschichtig, grundsätzlich stellen jedoch die Anerkennung von Spielregeln, ein respektvoller Umgang mit den Gegnerinnen und Gegnern oder die Achtung der Bedingungs- und Chancengleichheit wesentliche Bestandteile dar. Zudem wurde in Kapitel 3.4 auf die Unterscheidung zwischen der formellen und informellen Fairness hingewiesen. Während die formelle Fairness die Muss-Normen, wie etwa die Regeleinhaltung oder Chancengleichheit, beinhaltet, beschreibt die informelle Fairness die Soll-Normen, die eine über Regeln und Gesetze hinausgehende Menschlichkeit sowie eine gute Gesinnung fordern.<sup>354</sup> In dieser Arbeit konnten Handlungen rund um den Fußball aufgezeigt werden, die zwar objektiv gesehen die Aspekte der formellen Fairness erfüllen, jedoch einen Verstoß gegen die informelle Fairness darstellen würden.

Eine Zusammenführung dieser Auseinandersetzungen erfolgte schließlich im fünften Kapitel dieser Masterarbeit, in dem die ethischen Probleme der Kommerzialisierung des Fußballs aufgezeigt wurden. Konkrete Fälle, die durch Football Leaks aufgedeckt und unter anderem durch den SPIEGEL veröffentlicht wurden, zeigen dabei praktische Beispiele, welche die im Profifußball herrschenden Probleme veranschaulichen. In diesem Kapitel konnte folglich die Forschungsfrage dieser Arbeit *„Welche ethischen Probleme ergeben sich durch die Kommerzialisierung im Profifußball basierend auf konkreten Enthüllungen von Football Leaks?“* beantwortet werden. Das Ziel von Football Leaks war das ganzheitliche Aufzeigen von Gegebenheiten und den Zusammenhängen zwischen den Machtverhältnissen und den teilweise illegalen und unmoralischen Tätigkeiten von verschiedenen Akteurinnen und Akteuren. Der Fußball entwickelt sich zu einer unkontrollierten Branche und die Dokumente von Football Leaks konnten die Schattenseite des Profifußballs darstellen. Viele Menschen haben bereits Vermutungen über die unmoralischen Tätigkeiten in der Fußballbranche gehabt, doch die Enthüllungen haben schließlich Gewissheit über Korruption, Betrug und die

---

<sup>353</sup> Bertling/Schierl 2020, S. 17.

<sup>354</sup> Siehe Kapitel 3.4

Entfremdung im Profifußball gebracht.<sup>355</sup> In diesem Kapitel folgte eine Darstellung von drei Skandalen und damit einhergehend eine Auseinandersetzung mit den ethischen Problemen in dieser Branche.

Zunächst wurde die Steuerhinterziehung von Cristiano Ronaldo näher untersucht. Die Enthüllungen haben die Taktik des Steuertourismus für die Optimierung der Finanzen des Fußballers aufgezeigt. In Ronaldos Fall gehören zu dieser Methode unter anderem Briefkastenfirmen, Strohmannen und quer durch die Welt verlaufende Geldströme. Dieses Finanzmodell ist unter anderem ethisch problematisch, weil der Staat damit Steuergelder in Millionenhöhe verliert. Zudem konnten an diesem Fall Verstöße gegen den Ethik-Kodex der FIFA aufgezeigt werden, wie beispielsweise die Urkundenfälschung, die Veruntreuung und die Missachtung der Anzeigepflicht. Ronaldos Fall stellt jedoch keinen Einzelfall dar, sondern dieses ethisch problematische Handeln tritt im Fußball häufig auf.<sup>356</sup>

Anschließend wurde in dieser Arbeit der Handel mit Jungspielern thematisiert. Durch Football Leaks konnten eine Reihe von Geschichten publiziert werden, die korrupte Deals von Geschäftsleuten mit jungen oder noch minderjährigen Talenten aufzeigen. Es geht dabei um den Handel mit Spielern wie mit Aktien, deren Ausbeutung sowie um die Bestechung der Spieler und ihrer Familien. Diese Handhabung weist Ähnlichkeiten zum ethisch problematischen Menschenhandel auf.<sup>357</sup> Knebelverträge, Transfervereinbarungen und unmoralische Deals veranschaulichen „die moderne Form des Menschenhandels im Profifußball.“<sup>358</sup>

Weiters wurden die Dopingfälle von Sergio Ramos dargestellt. Der leichtfertige Umgang mit diesem Vergehen hat die Sonderstellung des Fußballs veranschaulicht, wenn bedacht wird, dass ein positiver Dopingtest oder eine Falschangabe auf einem Dopingprotokoll in anderen Sportarten eine Sperrung von Athletinnen und Athleten sowie von anderen Beteiligten zur Folge hat. Ethische Probleme, die durch diesen Fall veranschaulicht werden, beziehen sich insbesondere auf die Handlung des Dopens selbst. Dabei werden Bedingungen des sportlichen Wettkampfes missachtet und es handelt sich um Unsportlichkeit, die gegen das Wesen des Sports verstößt. Zudem kommt es dadurch zu einem Verlust der Glaubwürdigkeit des Sports oder der Sportlerinnen und Sportler. Der sportliche Wettkampf beruht

---

<sup>355</sup> Siehe Kapitel 5.1

<sup>356</sup> Siehe Kapitel 5.1.1.

<sup>357</sup> Siehe Kapitel 5.1.2.

<sup>358</sup> Buschmann/Wulzinder 2017, S. 157.

jedoch auf der Glaubwürdigkeit der Leistung und dem Vertrauen in das faire Erbringen der Leistung, weshalb Doping dem sportlichen Wettkampf seine Grundlage entzieht.<sup>359</sup>

Das sechste und abschließende Kapitel dieser Arbeit hat zudem einen Ausblick auf den Sport als einen wachsenden Wirtschaftsfaktor gegeben. Neben negativen Aspekten des Sports als ein wachsender Wirtschaftsfaktor, wie dem Anstieg von Bestechung, Betrug, Korruption, Sportwettenmanipulation und Ticketpreisen, konnten in diesem Kapitel auch positive Aspekte aufgezeigt werden, wie etwa eine verstärkte Einbindung der Fans in den Fußball, die Leistungsverbesserung im Spiel und Training durch die Digitalisierung oder die Schaffung von neuen Arbeitsplätzen und Berufsgruppen.<sup>360</sup> Zudem wurden in diesem Kapitel zukünftige Entwicklungen dargestellt. Darunter wurden Themen wie die Herausforderung, die Fan-Bedürfnisse trotz der immer stärker werdenden Vielschichtigkeit der Fancharaktere zu erfüllen, die mögliche Einführung einer Super League oder eine Verbreitung von Frauensport beziehungsweise gemischten Sport behandelt.<sup>361</sup> Abschließend war es ein Ziel dieser Masterarbeit, Maßnahmen für einen ethisch vertretbaren Umgang mit Sport vorzustellen. Neben den Maßnahmen zur Verbesserung der Betrugs-, Doping- und Korruptionspräventionen gilt es ebenso die durch die Korruptionsskandale verloren gegangene Integrität und Legitimität des Fußballs und seiner Akteurinnen und Akteure wiederherzustellen. Weitere Maßnahmen stellen die Einführung und verstärkte Umsetzung von Verhaltens- und Ethikkodexen, die unerwünschtes Verhalten schriftlich festlegen, sowie die Verstärkung diverser Kontrollen, Zulassungen und Regelungen dar. Zuletzt wurde zudem das Potenzial des Schulsports als präventive Maßnahme zur Erreichung eines ethisch vertretbaren Umgangs mit Sport verdeutlicht. Darunter fallen Aspekte wie die Schaffung eines Bewusstseins für eine Sportethik, die Fairness-Erziehung oder die Vermittlung von ethischen Werten und Normen.<sup>362</sup>

Diese Masterarbeit bietet eine Basis für weiterführende Untersuchungen in dieser Thematik. In zukünftigen Auseinandersetzungen können noch andere Enthüllungen von Football Leaks herangezogen und weitere damit einhergehende ethische Probleme aufzeigt werden. Zudem kann eine umfassendere Ausarbeitung zu den Maßnahmen für einen ethisch vertretbaren Umgang mit Sport erfolgen. Dabei können Konzepte entwickelt werden, die präventiv und aktuell wirkende Maßnahmen für die zukünftige Reduzierung negativer Aspekte und ethischer Probleme implizieren.

---

<sup>359</sup> Siehe Kapitel 5.1.3.

<sup>360</sup> Siehe Kapitel 6.1.

<sup>361</sup> Siehe Kapitel 6.2.

<sup>362</sup> Siehe Kapitel 6.3.

# Literaturverzeichnis

- Apel, Karl-Otto: Die ethische Bedeutung des Sports in der Sicht einer universalistischen Diskursethik. In: Franke, Elk (Hg.): *Ethische Aspekte des Leistungssports*. Clausthal-Zellerfeld: Oberharzer Druckerei H. Greinert OHG 1988, S. 105 – 134.
- Asmuth, Christoph: *Was ist Doping. Fakten und Probleme der aktuellen Diskussion*. Bielefeld: transcript 2010.
- Bednarsky, Adam/Lippert, Conrad/Wagner, Gerd/Lazer, Moika/Rödl, Jakob: Das Spiel zwischen Lust und Moneten – Kommerzialisierung im Fußball: Ergebnisse des Workshops. In: Schneider, Andre/Köhler, Julia/Schumann, Frank (Hg.): *Fanverhalten im Sport. Phänomene, Herausforderungen und Perspektiven*. Wiesbaden: Springer Fachmedien 2017.
- Bertling, Christoph/Schierl, Thomas: *Sport und Medien*. Wiesbaden: Springer Fachmedien 2020.
- Bulut, Velihan: *Sportethik. Wie der Drang zum Sieg das schlechte Gewissen in den Schatten stellt*. München: Grin 2011.
- Brandmeier, Sonja/Schimany, Peter: *Die Kommerzialisierung des Sports: Vermarktungsprozesse im Fußball-Profisport; Mit einem Interview mit Uli Hoeneß, Manager des FC Bayern München*. Hamburg: Lit 1998.
- Bruhn, Manfred: *Sponsoring: Systematische Planung und integrativer Einsatz*. Wiesbaden: Springer Gabler 2003.
- Brunn, Frank Martin: *Sportethik. Theologische Grundlegung und exemplarische Ausführung*. Berlin/Boston: De Gruyter 2014.
- Brühler, Andre/Nufer, Gerd: Marketing im Sport. In: Nufer, Gerd/Bühler, Andre (Hg.): *Marketing im Sport- Grundlagen und Trends des modernen Sportmarketing*. Berlin: Erich Schmidt Verlag 2013.
- Buschmann, Rafael/Wulzinger, Michael: *Football Leaks. Die schmutzigen Geschäfte im Profifußball*. München: Spiegel Buchverlag 2017.
- Brüggemann, Klaus: *Die Fußballblase. Hinter den Kulissen eines Milliarden Geschäfts*. Berlin: Springer 2022.
- Cherkeh, Rainer: *Das Sportethos - ein Kulturen übergreifender Basiswert*. In: Erwägen, Wissen, Ethik, 16(4), 2005, S. 479 – 480.

- Ciovanola, Benedetta: Ökonomisierung und Kommerzialisierung als Problem der Philosophie. In: Kettner, Matthias/ Koslowski, Peter (Hg.): *Ökonomisierung und Kommerzialisierung der Gesellschaft. Wirtschaftsphilosophische Unterscheidung*. München: Wilhelm Fink Verlag 2011.
- Court, Jürgen: *Kritik ethischer Modelle des Leistungssports*. Köln: Sport und Buch Strauß 1995.
- Cotterell, Maïke/Vöpel, Henning: *Sport und Ökonomie: Ein ambivalentes Verhältnis*. In: *Indes* 9 (1), 2020, S. 69 – 76.
- DFL Deutsche Fußball Liga GmbH, & McKinsey & Company: *Wirtschaftsfaktor Bundesliga. Die volkswirtschaftliche Bedeutung des professionellen Fußballs in Deutschland*. Frankfurt 2010.
- Digel, Helmut: *Sport zwischen Faszination und Abscheu. Stichworte zur Sportentwicklung*. Schorndorf: Hofmann 2018.
- Düwell, Marcus/Hübenthal, Christoph/Werner, Micha: *Handbuch Ethik*. Stuttgart/Weimar: Metzler 2002.
- Eichel, Benjamin: *Der Sport im Recht der Europäischen Union: Rechtliche Wirkungen der Unionskompetenz aus Art. 165 AEUV für die Regelungsbefugnisse von Mitgliedstaaten und Sportverbänden*. Baden-Baden: Nomos 2013.
- Elbe, Marin/Rentmeister, Sascha: *Metaprofessionalisierung. Zur Professionalisierung des Personalmanagements in der Fußball-Bundesliga*. In: *Zeitschrift für Gesundheit und Sport*, 1, 2013, S. 6 – 27.
- Fédération Internationale de Football Association: *FIFA – Ethikreglement. Ausgabe 2018*. Schweiz 2018.
- Franke, Elk: Die Ethik der Ästhetik des Wettkampfsports. In: Franke, Elk (Hg.): *Ethik im Sport, Beiträge zur Lehre und Forschung im Sport*. Schorndorf: Hofmann 2011.
- Freyer, Walter: *Sport-Marketing*. Berlin: Erich Schmidt Verlag 2011.
- Friedrichsen, Mike/Möllenbeck, Sylvia: *Kommerzialisierung des Sports. Zur Medienfinanzierung des Profifußballs*. In: *Stuttgarter Beiträge zur Medienwirtschaft*, 5, 2002.
- Germann, Daniel: *Milliardenbusiness Sport. Wer kassiert – wer verliert*. Zürich: Orell Füssli Verlag 2010.
- Gieseke, Willtrud: Professionalisierung in der Erwachsenenbildung/Weiterbildung. In: Trippl, Rudolf (Hg.): *Handbuch Erwachsenenbildung/Weiterbildung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2011, S. 385 – 426.

- Grupe, Ommo: *Vom Sinn des Sports. Kulturelle, pädagogische und ethische Aspekte*. Schorndorf: Hoffmann 2000.
- Güllich, Arne/Krüger, Michael: *Sport. Das Lehrbuch für das Sportstudium*. Berlin Heidelberg: Springer Spektrum 2013.
- Haase, Henning: *Sport und Kommerzialisierung*. In: *Leistungssport*, 1, 1991, S. 5 – 8.
- Haut, Jan/Mittag, Jürgen/Nieland Jörg-Uwe, /Schürmann, Volker/Stibbe, Günter: *Bewegungskulturen im Wandel: Der Sport der Medialen Moderne - Gesellschaftstheoretische Verortungen*. Bielefeld: transcript 2016.
- Hayer, Tobias/Meyer, Gerhard: *Das Suchtpotenzial von Sportwetten*. In: *Sucht*, 49 (4), 2003, S. 212 – 220.
- Heinemann, Klaus: Kommerzialisierung. In: Röthing, Peter (Hg.): *Sportwissenschaftliches Lexikon*. Schorndorf: Hofmann Verlag 1992, S. 239.
- Heinemann, Klaus: *Einführung in die Ökonomie des Sports*. Schorndorf: Hofmann 1995.
- Hermanns, Arnold: Entwicklung der Perspektiven des Sportsponsoring. In: Hermanns, Arnold/Riedmüller, Florian (Hg.): *Management Handbuch Sport-Marketing*. München: Vahlen 2001.
- Horak, Roman/Marschik, Matthias: *Vom Erlebnis zur Wahrnehmung. Der Wiener Fußball und seine Zuschauer 1945–1990*. Wien: Turia und Kant 1995.
- Hortleder, Gerd: *Sport in der nachindustriellen Gesellschaft. Eine Einführung in die Sportsoziologie*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1978.
- Huber, Franke/Kircher, Heike/Matthes, Isabel: *Randsportarten erfolgreich vermarkten*. Wiesbaden: Gabler 2008.
- Jahn, Michael: *Verdammt zum Siegen?! Was ist der Sport wert? Sportethische Gedanken*. Purkersdorf: Hollinek 2010.
- Jonas Hannah: Konjunkturen des Fußballkonsums. Professioneller Vereinsfußball in der Bundesrepublik seit 1963. In: Pyta, Wolfram (Hg.): *Geschichte des Fußballs in Deutschland und Europa seit 1954*. Stuttgart: Kohlhammer 2013, S. 95 – 108.
- Kettner, Matthias/Koslowski, Peter: *Ökonomisierung und Kommerzialisierung der Gesellschaft. Wirtschaftsphilosophische Unterscheidung*. München: Wilhelm Fink Verlag 2011.

- Koch, Rainer/Maenning, Wolfgan: *Fußball und Politik. Spiel- und Wettmanipulationen – und der Anti-Korruptionskampf im Fußball*. In: *Der Bürger im Staat*, 56 (1), 2006, S. 50 – 58.
- Kretschmann, Rolf: *Formen der Moralbegründung in der Sportethik*. Saarbrücken: VDM-Verlag 2005.
- Kuchler, Walter: *Sportethos: Eine moraltheologische Untersuchung des im Lebensbereich Sport lebendigen Ethos als Beitrag zu einer Phänomenologie der Ethosformen*. München: Johann Ambrosius Barth 1969.
- Lamprecht, Markus/Stamm, Hanspeter: *Sport zwischen Kultur, Kult und Kommerz*. Zürich: Seismo 2002.
- Lenk, Hans/Pilz, Gunter: *Das Prinzip Fairness*. Osnabrück: Fromm 1989.
- Lenk, Hans. Eigenleistung sportlich – athletisch. In: Cayser, Volker (Hg.): *Sportphilosophie*. Leipzig: Reclam 1997, S. 142 – 171.
- Lenk, Hans. *Sport von Kopf bis Fuß(ball)*. Berlin: LIT-Verlag 2010.
- Lenk, Hans: Strukturelle Dilemma-Situationen der Fairness in Wirtschaft und Sport. In: Maring, Matthias (Hg.): *Zur Zukunft der Bereichsethiken – Herausforderung durch die Ökonomisierung der Welt*. Karlsruhe: KIT Scientific 2016, S. 239 – 256.
- Maier, Bernhard: *Sport – Ethik – Religion*. Hollabrunn: MBC 2000.
- Maier, Bernhard: *Dictionarium der Sportethik*. Redaktion und Mitarbeit durch Paul R. Tarmann. Perchtoldsdorf: Johannes Martinek Verlag 2022.
- Mährlein, Julia: *Der Sportstar in Deutschland – Die Entwicklung des Spitzensportlers vom Helden zur Marke*. Göttingen: Sierke 2009.
- McKinsey & Company: *Wirtschaftsfaktor Bundesliga. Die volkswirtschaftliche Bedeutung des professionellen Fußballs in Deutschland*. Düsseldorf 2010.
- McKinsey & Company: *Unternehmen Bundesliga. Die ökonomische Bedeutung des Profifußballs in Deutschland*. Düsseldorf 2020.
- Meinberg, Eckhard: *Die Moral im Sport. Bausteine einer neuen Sportethik*. Aachen: Meyer & Meyer 1991.
- Meyen, Michael: *Medialisierung des deutschen Spitzenfußballs. Eine Fallstudie zur Anpassung von sozialen Funktionssystemen an die Handlungslogik der Massenmedien*. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 62 (2), 2014, S. 377 – 394.

- Mieg, Harald: Professionalisierung. In: Rauner, Felix (Hg.): *Handbuch Berufsbildungsforschung*. Bielefeld: W. Bertelsmann Verlag 2005, S. 342 – 349.
- Mikos, Lothar: Mythos Fan: Fußball-Fankulturen im Kontext gesellschaftlicher Veränderungen. In: Mittag, Jürgen/Nieland, Jörg-Uwe (Hg.): *Das Spiel mit dem Fußball. Interessen, Projektionen und Vereinnahmungen*. Essen: Klartext Verlag 2007, S. 479 – 498.
- Mittag, Jürgen: Die Europäische Union und der Fußball. Die Europäisierung des Profifußballs zwischen Bosmann- und Simutenkow-Urteil. In: Mittag, Jürgen/Nieland, Jörg-Uwe (Hg.): *Das Spiel mit dem Fußball. Interessen, Projektionen und Vereinnahmungen*. Essen: Klartext Verlag 2007, S. 203 – 218.
- Nufer, Gerd: Fan-Proteste gegen überhöhte Ticketpreise in Fußball-Stadien. In: Nufer, Gerd/Bühler Andre (Hg.): *Nachspielzeit die Schriftenreihe des Deutschen Instituts für Sportmarketing* 2016.
- Pawlenka, Claudia: *Utilitarismus und Sportethik*. Paderborn: Mentis 2002.
- Pawlenka, Claudia: *Sportethik. Regeln – Fairneß – Doping*. Paderborn: Mentis 2004.
- Pilz, Gunter/Wewer, Wolfgang: *Erfolg oder Fair play? Sport als Spiegel der Gesellschaft*. München: Copress 1987.
- Rösch, Heinz-Egon: Fairness heute. In: Jakobi, Paul (Hg.): *Sport ohne Ethos?: Überlegungen zur Vermenschlichung im Sport*. Mainz: Matthias-Grünwald-Verlag 1979, S. 48 – 64.
- Röthing, Peter/Prohl, Robert: Sport (sport[s]). In: Röthing, Peter/Prohl, Robert (Hg.): *Sportwissenschaftliches Lexikon*. Schorndorf: Hofmann Verlag 2003, S. 493 - 495.
- Sandvoss, Cornel: *A game of two halves: football, television and globalization*. London/New York: Routledge 2003.
- Schauerte, Thorsten: Wirkung des Mediensports. In: Swier, Jürgen (Hg.): *Mediensport. Ein einführendes Handbuch*. Hohengehren: Schneider-Verlag 2002.
- Schauerte, Thorsten: Ökonomisierung des Mediensports: Entwicklungen und Auswirkungen. In: Marschik, Matthias/Müllner, Rudolf (Hg.): „Sind's froh, dass Sie zu Hause geblieben sind.“ *Mediatisierung des Sports in Österreich*. Göttingen: Die Werkstatt 2010, S. 365 – 378.
- Schwieb, Jürgen/Schauerte, Thorsten: Die Telegenisierung von Sportereignissen-Anpassung von Sportarten und ihrem Regelwerk an medialen Bedingungen. In: Schierl, Thomas (Hg.): *Die Visualisierung des Sports in den Medien*. Köln: Halem 2004, S. 164 – 186.

- Seggern, Andreas: Bal(l)sam der Globalisierung? Skizzen zur Kultur- und Sozialgeschichte des globalen Fußballs. In: Mittag, Jürgen/Nieland, Jörg-Uwe (Hg.): *Das Spiel mit dem Fußball. Interessen, Projektionen und Vereinnahmungen*. Essen: Klartext 2007, S. 31 – 50.
- Sieweck, Jörg: *Wirtschaftsfaktor Fußball: Der Milliarden-Markt rund um den Fußball*. Nordestedt: BoD–Books on Demand 2016.
- Stygermeer, Moth: *Der Sport und seine Ethik. Zur Grundlegung einer Dogmatik des Sports*. Berlin: Tenea 1999.
- Suchy, Günther: *Public Relations im Sport: Basiswissen – Arbeitsfelder – Sport-PR und social Media*. Berlin: Erich Schmidt Verlag 2011.
- Tarmann, Paul: Nachwuchsförderung. In: Maier, Bernhard (Hg.): *Dictionarium der Sportethik*. Redaktion und Mitarbeit durch Paul R. Tarmann. Perchtoldsdorf: Johannes Martinek Verlag 2022, S. 90 – 91.
- Tiedemann, Claus: „Sport“ –*Vorschlag einer Definition*. Hamburg: Universität Hamburg 2021.
- Treutlein, Gerhard: *Dopingprävention – aber warum und wie?* In: Forum Kind und Jugend, 2, 2021, S. 79 – 86.
- Volker, Gerhardt: Die Moral des Sports. In: Caysa, Volker (Hg.): *Sportphilosophie*. Leipzig: Reclam 1997, S. 172 – 202.
- Weber, Jürgen: *Wirtschaftsfaktor Bundesliga: Der Einfluss von Stakeholder auf den deutschen Profifußball*. Hamburg: Diplomica Verlag 2013.
- Wischmann, Berno: *Die Fairness. Eine erfreuliche Erscheinung des Sports und eine nützliche Tugend in unserer Wettbewerbsgesellschaft*. Frankfurt am Main: Wilhelm Limpert 1962.
- Zeyringer, Klaus: *Fußball. Eine Kulturgeschichte*. Frankfurt am Main: S. Fischer 2014.

## Onlinequellen:

- Buschmann, Rafael/Winterbach, Christoph/Naber, Nicola/Wulzinger, Michael: *Football Leaks. Pintos Deal*. In: Spiegel Sport 09.04.2020, <https://www.spiegel.de/sport/fussball/football-leaks-rui-pinto-darf-in-hausarrest-a-1902b3d0-1ad1-4ffd-a1c5-6e2d4f1a224c> (Zugriff: 05.10.2022).
- Buschmann, Rafael/Winterbach, Christoph: *Whistleblower. Edward Snowden unterstützt Football-Leaks-Informant Rui Pinto*. In: Spiegel Sport 15.07.2021, <https://www.spiegel.de/sport/edward-snowden-unterstuetzt-football-leaks-informant-rui-pinto-a-6546a286-f369-4b06-a96f-6d6c35e84b05> (Zugriff: 05.10.2022).
- FIFA: *Professional Football*, <https://www.fifa.com/legal/football-regulatory/stakeholders> (Zugriff 15.09.2022).
- Football Leaks. Das brachiale Geschäft mit jungen Fußballern*. In: Spiegel Politik 11.12.2016, <https://www.spiegel.de/spiegel/football-leaks-das-brachiale-geschaeft-mit-jungen-fussballern-a-1125160.html> (Zugriff: 26.09.2022).
- Football Leaks. Johns gefährlichster Schatz*. In: Spiegel Politik 03.12.2016, <https://www.spiegel.de/spiegel/football-leaks-woher-der-groesste-datensatz-der-sportgeschichte-kommt-a-1124139.html> (Zugriff: 22.09.2022).
- Football Leaks. Bayern München prüfte Ausstieg aus Bundesliga und Champions League*. In: Spiegel Sport 02.11.2018, <https://www.spiegel.de/sport/fussball/fc-bayern-muenchen-pruefte-ausstieg-aus-bundesliga-und-champions-league-a-1236452.html> (Zugriff: 10.10.2022).
- Football Leaks. Real-Madrid-Star Sergio Ramos widersetzt sich bei Dopingtest*. In: Spiegel Sport 23.11.2018, <https://www.spiegel.de/sport/fussball/football-leaks-sergio-ramos-widersetzte-sich-bei-dopingtest-a-1240194.html> (Zugriff 28.09.2022).
- Maaßen, Hendrik: *Hat Sergio Ramos gedopt?* In: Deutschlandfunk 23.11.2018, <https://www.deutschlandfunk.de/football-leaks-hat-sergio-ramos-gedopt-100.html> (Zugriff 28.09.2022 und 26.10.2022).
- Naber, Nicola/Buschmann, Rafael/Winterbach, Christoph: *Steuerdeal des Fußballstars. Ronaldos Mannschaft gewinnt*. In: Spiegel Sport 22.01.2019, <https://www.spiegel.de/sport/fussball/cristiano-ronaldo-kauft-sich-mit-steuerdeal-von-gefaengnis-frei-a-1249262.html> (Zugriff: 23. 09.2022).
- Pawlenka, Claudia: *Sportethik*. In: Information Philosophie. Die Zeitschrift, die über Philosophie informiert, <https://www.information-philosophie.de/?a=1&t=2911&n=2&y=1&c=76> (Zugriff 13.08.2022).

- Ramos Reaktion auf Football-Leaks Enthüllung. Hier spricht der Kapitän.* In: Spiegel Sport 24.11.2018, <https://www.spiegel.de/sport/fussball/sergio-ramos-aeussert-sich-zu-unregelmaessigkeiten-bei-dopingkontrollen-a-1240279.html> (Zugriff: 28.09.2022).
- Star von Real Madrid. Marcelo wegen Steuerhinterziehung verurteilt.* In: Spiegel Sport 11.09.2018, <https://www.spiegel.de/sport/fussball/football-leaks-marcelo-von-real-madrid-wegen-steuerhinterziehung-verurteilt-a-1227592.html> (Zugriff: 23.09.2022).
- Wirtschaftsfaktor Fußball.* In: Bundesministerium für Wirtschaft und Energie November 2015, [https://www.bisp.de/SharedDocs/Downloads/SSK/Wirtschaftsfaktor\\_Fussball.pdf;jsessionid=C72E92EB0D0AD4E603F5397EBD24B3E2.1\\_cid362?\\_\\_blob=publication-File&v=1](https://www.bisp.de/SharedDocs/Downloads/SSK/Wirtschaftsfaktor_Fussball.pdf;jsessionid=C72E92EB0D0AD4E603F5397EBD24B3E2.1_cid362?__blob=publication-File&v=1) (Zugriff: 10.10.2022).
- Wulzinger, Michael/Naber, Nicole/Buschmann, Rafael: *Football Leaks. Massive Vorwürfe gegen Rui Pinto.* In: Spiegel Sport 21.09.2019, <https://www.spiegel.de/sport/fussball/football-leaks-massive-vorwuere-gegen-rui-pinto-a-1287944.html> (Zugriff 05.10.2022).

## Abbildungsverzeichnis

|                                                            |    |
|------------------------------------------------------------|----|
| Abbildung 1: Phasen der Kommerzialisierung.....            | 33 |
| Abbildung 2: Das kommerzielle Spielfeld des Fußballs ..... | 37 |
| Abbildung 3: Das magische Dreieck des Sports .....         | 47 |