

Stuttgarter Sportgespräch am 28. Januar 2013

**„Ausverkauf der Werte – Funktioniert Spitzensport
nur noch als Event?“**

Impulsreferat von Dr. Marius Breucker

Es gilt das gesprochene Wort.

Liebe Gäste und Freunde des Stuttgarter Sportgesprächs,

vor vier Monaten brach die Langstreckenläuferin Alina Reh nach der Hälfte des 10.000 m-Laufs der Leichtathletik-WM in Doha von Krämpfen geschüttelt zusammen und musste mit dem Rollstuhl von der Laufbahn gefahren werden. Sie hatte sich bei 40 °C außerhalb des Stadions warmgemacht und war anschließend im Stadion angetreten, in dem die Temperatur mit einer Hochleistungsklimaanlage auf 26° C heruntergekühlt worden war. Die Siegerin Sifan Hassan aus den Niederlanden absolvierte nach dem Lauf ihre Ehrenrunde vor geisterhaft leeren, stummen Tribünen. Die Fernsehzuschauer aber – und darauf kam es dem Internationalen Leichtathletikverband an – wurden bestens unterhalten. Die Fernsehshow stimmte, unter anderem mit einer Videoprojektion der Teilnehmer des Finales über 100 m.

Gekühlt wurde vor sechs Wochen auch in Neuss, und zwar in der dortigen Skihalle für die Produktion von rund 4.000 Kubikmetern Schnee, der anschließend mit Muldenkippern für „Biathlon auf Schalke“ nach Gelsenkirchen gekarrt wurde. Dort feiern die Athleten alljährlich das „größte Biathlonspektakel der Welt“, das mit den Worten „Spitzensport. Spitzengaudi.“ beworben wird.

Während die Leichtathleten die Vergabe der WM ins heiße und nicht unbedingt als Leichtathletikhochburg bekannte Doha kritisierten und die FAZ die „Marathonläufer“ als „Selbsterfahrungsgruppe zu Nahtod-Erlebnissen“ bezeichnete, gehen die Biathleten offenbar gerne auf Schalke an den Start und lassen sich von über 45.000 Zuschauern feiern. Lukrativ ist es allemal.

Bei allen Unterschieden zwischen Doha und Schalke – es gibt doch Gemeinsamkeiten: Beide Veranstaltungen hätten so nicht stattgefunden, wenn der Veranstaltungsort nach originär sportlichen Kriterien ausgewählt würde. Denn zweifellos gibt es bessere Bedingungen für die Sportler als die feuchte Hitze Dohas oder die künstliche Kurzstrecke im Schalker Stadion.

Entscheidend für die Wahl des Veranstaltungsortes und die Ausgestaltung eines Wettbewerbs sind nicht mehr die Anforderungen des Sports oder gar der Sportler, sondern die Interessen der Zuschauer, vulgo der Werbekunden. Diese wollen unterhalten sein, wollen eine emotionale Party feiern - und dafür ist es nicht entscheidend, ob unten auf dem Platz geeignete Bedingungen herrschen, und ob Eishockey, Volleyball, Tennis oder Skispringen geboten wird. Hauptsache, die Inszenierung stimmt.

Die Emotionen werden nicht zuletzt durch die Zuschauer selbst geschaffen, die wie die Ultras in den Fußballstadien weitgehend unabhängig von der sportlichen Leistung und dem Spielstand für eine stimmungsvolle Atmosphäre sorgen und sich nicht zuletzt selbst feiern. Aber es geht auch ohne Stadionbesucher, wie die Leichtathleten in Doha bewiesen, solange das Ganze im Fernsehen millionenfach verfolgt wird. Und eine Prise Nervenkitzel, ob überhaupt alle Athleten lebend ins Ziele kommen, macht die Sache noch etwas würziger.

Nun war der für Zuschauer interessante Spitzensport schon immer „Ereignis“, und als solches nicht ausschließlich an sportspezifischen Kriterien orientiert: Die Austragung der antiken Spiele in Olympia war der Heiligkeit des Ortes, nicht den idealen Wettkampfbedingungen geschuldet. Der Sport als Teil der Kultur hatte ursprünglich in erster Linie religiöse Bedeutung, sollte also über sich und über den Menschen hinaus wirken. Diesen kultischen Charakter der Spiele griff *Pierre de Coubertin* für die Neuzeit auf und erhoffte sich dadurch, den Sport in ein übergeordnetes Wertegerüst einzubetten. Olympische Ringe und Flaggen, der olympische Eid, der Wahlspruch „citius, altius, fortius“, die Siegesgöttin Nike auf den Goldmedaillen oder die Entzündung der Flamme im heiligen Hain von Olympia mit anschließendem Fackellauf bis zum Austragungsort – all das soll den Spielen einen transzendenten Charakter verleihen, der weit über die bloße Sportausübung hinausweist.

Dass aus dem so verstandenen kulturellen „Ereignis“ aber ein „Event“ wurde, ist ein jüngerer Phänomen. Es nahm seinen Ausgang wohl mit der Professionalisierung des Sports. Dessen Wurzeln reichen in den USA zwar bis ins 19. Jahrhundert zurück, doch nahm die Entwicklung erst in den 80er-Jahren des 20. Jahrhunderts weltweit an Fahrt auf: Der spanische IOC-Präsident *Juan Antonio Samaranch* entkoppelte die olympische Bewegung vom Amateurprinzip, das von seinen Vorgängern und namentlich vom – nota bene - US-Amerikaner *Avery Brundage* noch vehement verteidigt worden war. *Samaranch* öffnete mit Zulassung der bis dahin verpönten Profis zu Olympia die Büchse der Pandora.

Zwar folgte der Sport schon immer dem Leistungsprinzip; - mit der Akzeptanz professioneller Athleten wurde jedoch die Tür zu einer zuvor nicht vorstellbaren Leistungsoptimierung und Gewinnorientierung aufgestoßen. Mit der Professionalisierung hielten die Gesetze des Marktes Einzug: Maßgeblich waren nicht mehr klassische Aspekte und Werte des Sports wie Körperertüchtigung, Fairness und – bei aller Konkurrenz – Solidarität, sondern das unbedingte Streben nach bestmöglichen Ergebnissen mit größtmöglichem Gewinn. Das galt für die Athleten wie für die anderen, am System Profisport beteiligten Akteure. Lieber Herr *Klaue*, aus Ihrer Tätigkeit beim DOSB und IOC kennen Sie die Mechanismen und die Perspektiven sowohl der Sportler als auch der Verbände und Sponsoren – wir sind gespannt, wie Sie bisherige und vor allem die Entwicklung einschätzen!

In der Folge legten auch Politik und Rechtsprechung an den Sport vorwiegend ökonomische Maßstäbe an. Die berühmte *Bosman*-Entscheidung des Europäischen Gerichtshofs im Jahr 1995 bewertete die Beschäftigung und den Vereinswechsel von Fußballprofis allein nach den Gesetzen des Binnenmarktes, namentlich der Arbeitnehmerfreizügigkeit, und ließ sportspezifischen Kriterien keinen Raum. Auch die der Nachwuchsförderung dienende Beschränkung des Einsatzes ausländischer Spieler in einheimischen Mannschaften wurde – ganz im Sinne der Marktfreiheit – aufgehoben.

Damit begann die Entfesselung des Profisportmarktes, die bis heute ungebremst fortschreitet: Im Dezember 2017 entschied die EU-Kommission, dass der Internationale Eisschnelllaufverband (ISU) den Athleten die Teilnahme an privaten, nicht von der ISU anerkannten Konkurrenzveranstaltungen nicht de facto untersagen darf: Der Verband darf Athleten, die an einem privat organisierten Wettbewerb

teilgenommen haben nicht von offiziellen ISU-Veranstaltungen ausschließen. Das bedeutet nicht mehr und nicht weniger als die Aufhebung des Ein-Platz-Prinzips, also des Prinzips wonach in jeder Sportart nur ein Verband die offiziellen Wettbewerbe und die Regeln der Sportausübung bestimmt. Eine solche Monopolstellung widerspricht den Gesetzen des freien Marktes – man wird sich also an private Konkurrenzveranstaltungen gewöhnen müssen – etwa die vom Deutschen Ringerbund nicht anerkannte private Deutsche Ringerliga oder die vom ukrainischen Milliardär [Kost-jantyn Rū–ho–rū–schün](#) gegründete International Swimming League. Wir sind gespannt zu hören, liebe Frau *Lewis*, wie sich der Internationale Skiverband FIS auf diese Entwicklung einstellt.

Der Weg zu einer Privatisierung und Parzellierung des Sports scheint vorgezeichnet. Solche, ausschließlich unter Vermarktungsgesichtspunkten gegründeten und betriebenen Wettbewerbe werden den Trend zur Eventisierung erheblich verstärken, wie ein Blick in die privat organisierten Ligen der USA wie Major League Baseball oder National Football League illustriert. Sportstadien sind Unterhaltungsstätten, in denen der WLAN-Zugang und die kulinarische Versorgung nicht weniger bedeutsam sind als die Funktionalität für den Sport. Im Football-Stadion der San Francisco 49ers erfassen eingebaute Ortungsbaken jeden Zuschauer und informieren ihn, wenn er den Gastronomie- und Partybereich verlassen sollte, um nichts vom Spiel zu verpassen – sofern es dem Kunden hierauf überhaupt ankommt. In Planung für Stadien der Zukunft ist die kulinarische Versorgung des Zuschauers durch Drohnen direkt am Platz. Schon heute ermöglichen manche Stadien den Besuchern, während der Sportveranstaltung im stadioneigenen Pool zu schwimmen oder durch einen Glasboden in der Tribüne den Fischen im eingebauten Aquarium zuzusehen. Man muss also nicht an Sport interessiert sein, um in einer Sporteventstätte unterhalten zu werden.

Im Zuge der Eventisierung des Sports schwindet die Bedeutung der Amateurvereine, die nur mit Sport und vielleicht einer guten Stadionwurst aufwarten und damit die zunehmend verwöhnten und umworbenen Zuschauer kaum noch vom Fernsehsofa herunterlocken können. Die FIFA lädt 2022 zur WM nach Katar und vergrößert den Wettbewerb ab 2026 zur „XXL-WM“; die UEFA führt ab 2021 die Europa League 2 ein, auf dass es nicht zu wenig Fußball gebe. *Christoph Kramer*, Fußballweltmeister von Borussia Mönchengladbach, kritisiert die letztlich auf dem Rücken der Spieler

ausgetragene, nicht enden wollende Vermehrung des Produkts Fußball, hält sie aber für logisch, da es sich bei UEFA und FIFA de facto um Wirtschaftsunternehmen handle. *Andreas Rettig*, zuletzt Manager des FC St. Pauli, auch schon Podiumsgast des Sportgesprächs und heute ebenfalls hier, kritisierte zuletzt in den StN die Überkommerzialisierung des Fußballs mit den Worten: „Früher wusste man noch, in welcher Stadt man war, wenn man den Stadionnamen hörte“. Lieber Herr *Vogt*, als Vorsitzender des FC Play-Fair haben Sie sich für die Interessen der Fans und für eine Einhegung der fortschreitenden Kapitalisierung des Fußballs eingesetzt. Nun amtieren Sie als Präsident eines hochprofessionalisierten und -kommerzialisierten Vereins und zugleich als Aufsichtsratsvorsitzender der entsprechenden Aktiengesellschaft – wir sind gespannt, wie Sie sich den weiteren Weg des Fußballs, aber auch anderer Sportarten vorstellen.

Unbestreitbar liegt in der Eventisierung auch eine Chance, nicht zuletzt für Randsportarten, sich angesichts des übermächtigen Fußballs in einem attraktiven Format zu präsentieren. Für manche Sportart könnte dies überlebensnotwendig sein. Beachvolleyball, lieber Herr *Brink*, war schon immer zuschauerwirksam aufbereitet und kann vielleicht als Vorbild für andere Sportarten dienen. Betrachtet man den Schwund von Leichtathletiklaufbahnen in deutschen Stadien in den letzten Jahren, erscheint es mehr als verständlich, dass der Deutsche Leichtathletikverband seine Deutsche Meisterschaft gemeinsam mit neun anderen Sportarten im medienwirksamen Format der „Deutschen Finals“ austrägt. Damit rücken auch Sportarten wie Bogenschießen, Bahnrad- und Kanufahren in das Licht der Öffentlichkeit, was ohne die Präsentation im Rahmen eines größeren Sportevents nicht möglich wäre.

Lassen sich die klassischen Werte des Sports also mit dem Charakter als Event versöhnen? Kann der Sport seine Werte vielleicht sogar nur mithilfe der Eventisierung in die Zukunft tragen? - Eine differenzierte Betrachtung erscheint angezeigt, für die das Stuttgarter Sportgespräch bekannt ist. Das heißt nicht, dass es nicht unterhaltsam sein darf – verehrte Frau *Lewis*, sehr geehrte Herren *Brink*, *Klaue* und *Vogt*, damit geben wir den Ring frei für das Podium und freuen uns jetzt auf Ihre Gedanken!