UNIVERSITÄT BAYREUTH

Nr. 046/2020 // 31.03.2020

Medienmitteilung

Ansprechpartnerin	Anja-Maria Meister Pressesprecherin Hochschulkommunikation
Telefon	+49 (0) 921 / 55-5300
E-Mail	anja.meister@uni-bayreuth.de
Thema	Experte zu Sport/Events und Corona

Experte zu Folgen der Corona-Pandemie auf die Eventbranche, das Millionengeschäft Fußball und kleine Vereine

Die Folgen des Lockdown für große und kleine Vereine, für Unternehmen und Solo-Selbständige im Eventbusiness werden gravierend sein. „Nur wenn was los ist, wird Geld verdient“, sagt Prof. Dr. Markus Kurscheidt, Inhaber des Lehrstuhls Sportwissenschaft II - Sport Governance und Eventmanagement an der Universität Bayreuth. Große Probleme sieht er für den Breitensport: Er befürchtet, dass viele regionale Vereine die Krise nicht überstehen werden. Die Erholung nach Ende der Ausgangsbeschränkungen wird der Eventbranche laut Kurscheidt nicht reichen: „Um die Einbußen zu kompensieren, müssten wir schon bis Jahresende den Mittwoch zum freien Tag erklären.“

Prof. Dr. Markus Kurscheidt, Lehrstuhlinhaber Sportwissenschaft II - Sport Governance und Eventmanagement an der Universität Bayreuth

Können kleine Vereine weiter bestehen?

Die Auswirkungen der Corona-Krise auf den Breiten- und Freizeitsport sind zum jetzigen Zeitpunkt noch schwer abzuschätzen. Manche Dorf- und Stadtteilvereine werden sich mit unlösbaren Finanzlagen konfrontiert sehen. Viele kleinere Sponsoren werden sich aufgrund eigener Wirtschaftsprobleme zurückziehen. In den höheren Amateurklassen wird man keine Aufwandsentschädigungen mehr an Spieler zahlen können. Teilweise könnte der Spielbetrieb in Gefahr geraten, weil die Klubs nicht mal mehr die Reisekosten zu Auswärtsspielen bestreiten können. Eine massive Konsolidierung in den vielen Spielklassen des Breitensports ist nicht ausgeschlossen. Allerdings haben die Regionalverbände und Städte diverse Instrumente, um Härten in dieser Situation abzufedern. Ich befürchte dennoch, dass eine nennenswerte Zahl an Vereinen die Krise nicht überstehen wird. Ein Fokus sollte sein, erfolgreiche Jugendabteilungen vor der Schließung zu retten. Denn hier wird im Breitensport zugleich hervorragende soziale Arbeit geleistet.

Wie hoch schätzen Sie die Einbußen im Sport- und Eventbusiness aufgrund der Corona-Krise ein?

Es hängt alles davon ab, wie lange wir den so genannten Lockdown fast aller gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Aktivitäten aus medizinischen Gründen noch durchhalten müssen. Einen Anhaltspunkt bieten die Erfahrungen aus China, wo die Pandemie begonnen hat. Dann müssen wir von einem weitgehenden Stillstand von mindestens zwei Monaten ausgehen. Für die deutsche Sportwirtschaft dürften die Einbußen bei einem Gesamtvolumen von gut 70 Milliarden Euro dann grob überschlagen bis zu 15 Milliarden Euro bzw. 20% betragen. Für die gesamte Veranstaltungsbranche gibt es leider keine zuverlässigen Zahlen. Der prozentuale Einbruch wird indes ähnlich sein. Erste Prognosen von Wirtschaftsinstituten rechnen allerdings mit einem schnellen Aufholen in der zweiten Jahreshälfte und einer Sonderkonjunktur im kommenden Jahr. Mittelfristig könnten sich die negativen und positiven Wachstumsimpulse sogar nahezu die Waage halten. Für das Sport- und Eventbusiness wird diese optimistische Erwartung aber kaum aufgehen. Zum einen wird es mitunter deutlich länger dauern, bis größere Veranstaltungen wieder zugelassen werden. Zahlreiche Events fallen schlicht weg. So hat etwa die Deutsche Eishockey Liga die Saison schon frühzeitig abgebrochen und verzichtet auf die Playoffs.

Wer leidet darunter besonders?

In der Kultur- und Unterhaltungsbranche ist die Lage noch schwieriger. Generell können die Anzahl und Kapazität von Events nicht beliebig ausgebaut werden, weil die Leute vor allem am Wochenende ausgehen. Um die Einbußen zu kompensieren, müssten wir schon bis Jahresende den Mittwoch zum freien Tag erklären. Die Veranstaltungswirtschaft, ob im Sport oder in anderen Bereichen, ist stark geprägt von einer Vielzahl an Kleinunternehmen über Freiberufler bis zu Projekt- und Servicepersonal, die von Event zu Event einspringen. Das liegt in der Natur des Produkts. Zeitlich und örtlich konzentriert kommen Menschenmassen zusammen, die versorgt und unterhalten werden wollen. Eventbusiness ist per se kein kontinuierliches Geschäft, sondern hat seine Nachfragespitzen. Nicht wenige hangeln sich mit viel Enthusiasmus und Flexibilität von einem Job zum nächsten. Erst in der Summe der Events und Engagements ergibt sich ein tragfähiges Geschäftsmodell oder Berufsbild. Einfach gesprochen: Wenn was los ist, wird gut verdient. Wenn wie jetzt alles stillsteht, sind diese Berufsgruppen ohne Einkommen und Alternative. Der Einzelhandel kann noch im Internet oder durchs Ladenfenster verkaufen, Handwerker arbeiten halt isolierter und andere Dienstleister im Homeoffice. Aber das Eventgewerbe ist ein „People Business“ – ohne die menschliche Interaktion in größeren Gruppen geht nichts. Erfreulicherweise hat die Politik das Problem verstanden und stellt Soforthilfen bereit. Dennoch werden viele Existenzen in der Branche bedroht sein.

Ist wenigstens das Merchandising verlässliche Einnahmequelle?

Im Profisport – wie im Übrigen auch in der Popkultur etwa auf Konzerttourneen – ist das Merchandising lizensierter Kleidung und Produkte keine tragende Einnahmesäule. Nur in Einzelfällen werden größere Beträge erzielt. Die Bedeutung liegt eher in der Markenführung und Identifikation von Fans. Da gehört das Mannschaftstrikot und der Fanschal zum guten Ton beim Stadionbesuch. Das große Geld wird im Spitzensport mit den Medienrechten und Sponsorships verdient. Auch Spieltagseinnahmen sind noch bedeutsam. Im unterklassigen Sport sowie außerhalb des Fußballs und anderen Mediensportarten wie Motorsport ist das Ticketing indes immer noch entscheidend. Hier steuern die Veranstaltungsumsätze ein Viertel bis die Hälfte des Umsatzes bei, während die Fußball-Bundesliga weniger als 20% mit Eintrittsgeldern und Catering erwirtschaftet. Sicherlich verzeichnet die Sportartikelbranche aktuell ähnliche Einbußen wie in der Modebekleidung und im Einzelhandel. So sorgte die Ankündigung von adidas unlängst für Aufsehen, dass das Unternehmen die Mietzahlungen für seine Ladengeschäfte aufgrund der

Verkaufsausfälle einstellen wolle. Das mag man bei einem solchen Großunternehmen ethisch verwerflich finden. Fakt ist aber, dass die Sportartikler derzeit im Internethandel nur noch einen Bruchteil der üblichen Umsätze machen. Sie haben jedoch gute Chancen, dass die geringeren Käufe von den Konsumenten nachgeholt werden. Das ist anders als im Eventgewerbe.

Wird sich der Sport als Unterhaltungsevent nach Corona verändert haben?

Grundsätzlich erwarte ich keine gravierende Veränderung des Geschäfts- und Unterhaltungsmodells im Profisport. Der Trend der so genannten Eventisierung wird ungebrochen bleiben, und die Fans freuen sich schon jetzt darauf, wenn es wieder losgeht. Die Corona-Krise ist aber definitiv eine Zäsur im erfolgsverwöhnten Spitzensport. Zuletzt haben die Verantwortlichen im Profisport ungewohnt oft etwa vom „Kulturgut" Fußball gesprochen, während vorher mehr vom „Premiumprodukt" und der „Marke" die Rede war. In diesen Tagen müssen alle schmerzlich feststellen, dass das Sportbusiness immer noch beim Wettkampf und den sportlichen Werten auf dem Platz beginnt – und zwar mit der Atmosphäre durch die Fans und nicht in Geisterspielen wie im TV-Studio. Ich erwarte und hoffe, dass diese heilsame Erfahrung sich auch in verbesserten Beziehungen zwischen den Sportfunktionären und den Fans niederschlägt. Wir sollten nicht vergessen, dass im Fußball vor der Krise die Konfrontation zwischen den Anspruchsgruppen die Schlagzeilen und Debatten bestimmte.

Wird es noch Millionen-Gehälter und -Transfersummen geben?

Infolge der Einnahmeausfälle wird es vorerst einen dämpfenden Effekt auf die Gehälter und Transferzahlungen geben. Die Frage ist, wie einschneidend und nachhaltig dies der Fall sein wird. Entscheidend wird im Fußball zudem sein, wie stark Großbritannien und damit die englische Premier League noch unter der Corona-Krise leiden wird. Denn die umsatzstarke Liga von der Insel war stets der Treiber in der Entwicklung. Die anderen europäischen Konkurrenzligen aus Italien, Spanien und Frankreich sind bereits stark betroffen. Die spanische Primera Division hat den Spielbetrieb auf unbestimmte Zeit eingestellt. Im Eishockey und Basketball hat man die besondere Situation, dass die vielen nordamerikanischen Spieler ihre Verträge aufgelöst und sich in ihre Heimatländer verabschiedet haben. In Teilen muss hier ohnehin ein Neuaufbau der Kader stattfinden, dessen Ausgang noch ungewiss ist.

Die Spende von Leipzig, Bayern, Dortmund und Leverkusen - ist das nur PR? Zumal die Vereine 12,5 der 20 Mio nicht aus den Vereinskassen zahlen, sondern aus DFL-Rücklagen.

Zunächst habe ich mich gewundert und auch etwas gefreut, dass die Champions League-Teilnehmer aus der Fußball-Bundesliga aus freien Stücken auf die letzte Tranche der TV-Gelder verzichten plus eine gewisse Zusatzzahlung. Auf den zweiten Blick ist es aber in Prozentpunkten vom Gesamtumsatz kein großer Verzicht für diese Spitzenklubs. Auch ist noch unklar, ob die Inhaber der TV-Rechte die volle Summe zahlen werden. Denn die Leistung hierfür, nämlich mitreißende Spiele vor begeisterten Zuschauern im Stadion, kann ja nicht in vollem Umfang erfüllt werden. Man muss, wenn überhaupt, die Saison wohl vor leerer Kulisse zu Ende spielen. Die große Solidarität war das noch nicht. Böse interpretiert war es ein geschickter Schachzug, um erwartbaren Forderungen nach einem Ausgleichsfonds proaktiv entgegenzukommen. Positiver gesehen ist es ein löblicher Schritt in die richtige Richtung.

Wie bewerten Sie die Absagen der olympischen Spiele 2020 und der EM?

Bei der Fußball-Europameisterschaft war ich über die baldige Entscheidung der Verschiebung auf 2021 durchaus überrascht. Man hatte aber kaum eine Alternative. Denn die Ausrichtung hätte zum 60-jährigen Jubiläum des Wettbewerbs an elf europäischen und einem asiatischen Standort (Baku) stattgefunden. Ein Massentourismus von Fans quer durch Europa wäre bereits im Juni dieses Corona-Jahres völlig unrealistisch gewesen. Im Gegensatz zu dem negativen öffentlichen Echo hatte ich indes bei den Olympischen Sommerspielen in Tokio Verständnis für die abwartende Haltung des IOC. Die Verschiebung der Spiele ist historisch einmalig und gleichermaßen organisatorisch wie finanziell hochkomplex. Dabei geht es nicht nur um die Kosten für den Austragungsort, die immens sind, sondern auch um Einnahmeausfälle für die Verbände der Randsportarten, die nur zu den Olympischen Spielen große Beachtung genießen. Die Zuweisungen des IOC an diese schlechter gestellten Sportverbände werden dieses Jahr geringer ausfallen. Das wird manchen Nationalverband in den kleinen Sportarten in Probleme bringen. Dennoch haben das IOC und der deutsche Präsident Thomas Bach im Vergleich zur UEFA keine gute Figur abgegeben.

Kontakt:

Prof. Dr. Markus Kurscheidt
Lehrstuhlinhaber Sportwissenschaft II -
Sport Governance und Eventmanagement
Universität Bayreuth
Tel.: +49 (0) 921 / 55 - 3470 und -3471 (Sekretariat)
Mail: markus.kurscheidt@uni-bayreuth.de
Web: https://www.spowi2.uni-bayreuth.de

Über die Universität Bayreuth

Die Universität Bayreuth existiert seit 1975 und ist eine der erfolgreichsten jungen Universitäten in Deutschland. Sie liegt im ‚Times Higher Education (THE) Young University Ranking' auf Platz 40 der 351 weltweit besten Universitäten, die jünger als 50 Jahre sind. Interdisziplinäres Forschen und Lehren ist Hauptmerkmal der 160 Studiengänge an sieben Fakultäten in den Natur- und Ingenieurwissenschaften, Rechts- und Wirtschaftswissenschaften sowie den Sprach-, Literatur- und Kulturwissenschaften. Die Universität Bayreuth hat rund 13.330 Studierende, rund 240 Professorinnen und Professoren, ca. 1.330 wissenschaftliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie etwa 985 nichtwissenschaftliche Beschäftigte. Sie ist der größte Arbeitgeber der Region. (Stand Januar 2020)