



Heft 2/2004

Kurswechsel

Zeitschrift für gesellschafts-, wirtschafts- und umweltpolitische Alternativen

Ideologien und Ökonomien des Sports

Editorial	3
Otto Penz	
Praxis und Symbolik – Zur Ökonomisierung des Sports	7
Agnieszka Dzierzbicka	
Move Your Body, Stretch Your Mind	15
Imke Schmincke	
No Decision – Einige Überlegungen zum Stand des Geschlechterverhältnisses am Beispiel von Frauenfußball und Frauenboxen	23
Matthias Marschik	
Sport als »leerer Signifikant« – Die Neutralisierung des Sportes als Bedingung seiner kulturellen Bedeutungen	35
Georg Spitaler	
Populismus und Sportstars in Österreich – Die politische Ressource der »authentischen Vertretung«	44
Barbara S. Schmidl	
Die ökonomische Bedeutung des Sports in Österreich	56
Wolfram Manzenreiter	
Sportevents und makroökonomische Effekte – Theorie und Praxis am Beispiel der Fußball WM 2002	67
Gerald Hödl	
Capitalism meets football – Zur Kapitalverwertung im europäischen Klubfußball	79
Klaus Federmair	
Effizienz durch Umverteilung – Die Bedeutung der zentralen Vermarktung von Übertragungsrechten im Vereinsfußball	85
Die Autorinnen und Autoren	93

Offenlegung der Blattlinie gemäß Mediengesetz

Die Zeitschrift Kurswechsel ist das Mitteilungsblatt des Vereins »Beirat für gesellschafts-, wirtschafts- und umweltpolitische Alternativen« mit Sitz in Wien. Der Inhalt der Zeitschrift orientiert sich an § 2 des Statuts: »Der Verein, dessen Tätigkeit nicht auf Gewinn gerichtet ist, bezweckt die Erstellung, Diskussion und Verbreitung von Konzeptionen und Einzelanalysen der österreichischen Wirtschafts- und Sozialpolitik und die Entwicklung gesellschafts-, wirtschafts- und umweltpolitischer Alternativen unter besonderer Berücksichtigung der Interessen von Frauen.«

Eigentümer und Herausgeber

Beirat für gesellschafts-, wirtschafts- und umweltpolitische Alternativen (BEIGEWUM)

A-1015 Wien, Postfach 162

E-mail: beigewum@iname.com

Homepage: <http://www.beigewum.at>, <http://www.kurswechsel.at>

Verleger

Sonderzahl Verlagsges.m.b.H., A-1040 Wien, Große Neugasse 35, Fax: (43) 01/ 586 80 70-4

Redaktion

Joachim Becker, Nadja Bergmann, Werner Raza, Christa Schlager, Elisabeth Springler, Beat Weber

Heftredaktion

Georg Spitaler, Lukas Wieselberg

Umschlag

Thomas Kussin

Druckunterlagen

VISCOM Ges. f. Mediendesign, Wien

Druck

REMAprint, Wien

Bankverbindungen

Sonderzahl Verlagsgesellschaft m.b.H.

Bank Austria AG 684 055 114

Zulassungsnr.: 1104 50 W 88 U

ISDS International Series Data Systems, Paris

Registered as: ISSN 1016 8419. Key Title: Kurswechsel

© 2004 BEIGEWUM. Alle Rechte vorbehalten

Preis

Einzelheft Euro 10,50 (zuzüglich Porto)

Normalabonnement Euro 29,-

StudentInnenabonnement Euro 18,- (Vorlage einer Inskriptionsbestätigung)

Auslandsabonnement Euro 36,-

Bestellungen an: Sonderzahl Verlag / Kurswechsel Große Neugasse 35, A-1040 Wien

Fax: (01) 586 80 704

E-Mail: sonderzahl-verlag@chello.at

Die Zeitschrift Kurswechsel liegt in folgenden Buchhandlungen auf:

buchhandlung a.punkt – Brigitte Salanda, Fischerstiege 1–7, 1010 Wien

Zentralbuchhandlung, Schulerstraße 1–3, 1010 Wien

Buchhandlung Winter, Landesgerichtstraße 20, 1010 Wien

Buchhandlung Alex Stelzer, Hauptplatz 17, 4020 Linz

Studia Büchershop, Herzog-Sigmund-Ufer 15, 6020 Innsbruck

Die Hefte können darüberhinaus in jeder Buchhandlung bestellt werden.

Editorial

»Der Sinn des Sports ist, dass es den Menschen nichts ausmacht sterben zu müssen, weil sie ja ohnehin für den raschen Verzehr erzeugt scheinen.«

Elfriede Jelinek, Das Sportstück

Woher kommt das viele Reden über den Sport im Allgemeinen und den Fußball im Besonderen? Wieso wuchs Umfang und Niveau des einschlägigen Diskurses im deutschsprachigen Raum in den vergangenen 15 Jahren derart an? Eine Antwort darauf gibt Monika Theweleit im jüngsten Buch ihres »Männerphantasien«-Mannes Klaus: Durch den Wegfall der Utopien sei »vielen Menschen ein geistiges Betätigungsfeld oder auch theoretisches Spielfeld genommen« worden, das »durch eine ungeheure Menge öffentlichen Fußballs ersetzt wird« (Theweleit 2004, 84). Ausdruck einer »unübersehbaren Intellektualisierung« im Sportdiskurs sei es, dass heute Menschen über Pressing diskutierten, die sich früher noch »bestens in den diversen chinesischen Wegen zur deutschen Revolution« auskannten. »Reste politischen Denkens« würden hier quasi »überwintern, um gegebenenfalls auf anderen Feldern wieder Pässe zu schlagen« (ebd.).

Der vorliegende Band zu »Ideologien und Ökonomien des Sports« soll in diesem Sinn im Fußball-EM- und Olympiejahr 2004 für die Vertreter möglichst vieler Felder die Winterpause beenden. Sport und Kapitalismus sind seit ihrem Bestehen nahe Verwandte, die bürgerliche Athletik, die sich schon sehr bald – früher als in anderen Bereichen – gegen etwaige Alternativen des Arbeitersports durchgesetzt hat und dennoch zur Popularkultur wurde, ist ein Kind der Industrialisierung. Auf den drei Prinzipien Konkurrenz, Leistung und Rekord-Orientierung lassen sich nicht nur sportliche Wettkämpfe aufbauen, sondern sie geben auch gute Säulen für unsere Wirtschaft ab – dies *alleine* ist noch nicht besonders aufregend. Vor dem Hintergrund jüngerer gesellschaftlicher Entwicklungen, nennen wir sie *Postfordismus* oder *Kontrollgesellschaft*, gewinnt der Plural der »Ideologien und Ökonomien des Sports« aber an Bedeutung – etwa durch die Konvergenz der Felder Pop-Kultur und Sport. Die »Konjunktur des Körpers« seit den 1980er Jahren, Trend- und Extremsportarten, Streetwear auf der einen, neue Körpermodelle in der Clubkultur auf der anderen Seite haben die bisherigen Grenzen der beiden Felder durchlässiger gemacht (Schmidt 1999). Gleichzeitig koppelte sich der neue Freizeitsport in vielen Bereichen von alten »fordistischen« Ethiken ab und wurde Teil »individueller, spiritueller Identitätsdiskurse« (Diederichsen 1999). Neue Schlüsselbegriffe wie *Fitness* oder boomende Sportarten wie der *Marathonlauf* verfügen auch für die Sphäre der Politik über erhebliche Anziehungskraft.

Eine zentrale Voraussetzung für diese politische und popularkulturelle Bedeutung des Sports liegt für **Matthias Marschik** in der gesellschaftlichen Konstruktion seiner Neutralität. Die Vorstellung des neutralen, also unpolitischen und gleichzeitig den Sphären der Ökonomie enthobenen Sports, bringe Vorteile für alle beteiligten

Akteure mit sich. Marschik rekurriert auf Ernesto Laclaus Konzept des »leeren Signifikanten« um zu zeigen, dass der Sport nur auf diese Weise »zum gemeinsamen Ausdruck unterschiedlicher Interessen und zum Begriff für unterschiedliche Sportpraxen« werden konnte. Solche Tendenzen diagnostiziert er auch für eine Reihe wissenschaftlicher Zugänge zum Sport in Österreich, die dessen »Neutralisierung« weitgehend verdoppelt hätten.

Der Mythos des »unpolitischen Sports«, demnach seine Sphären nichts mit dem »schmutzigen Geschäft« der (Partei-)Politik zu tun haben sollten, ist für **Georg Spitaler** eine der Voraussetzungen für jene spezifischen Darstellungen und medialen Images von prominenten Sportstars, die diese von ihren KollegInnen aus dem Feld der Politik unterscheiden. In dieser Hinsicht existiere gerade im österreichischen Kontext die Vorstellung von »authentischer Vertretung« im Sport. Wo die Welt der Politik als »inszeniert« betrachtet wird, behaupten die medialen Bilder der beliebten AthletInnen oft genug echte, glaubhafte und nachvollziehbare »Repräsentation«. Ein solches Vertretungsverhältnis, so Spitaler, nimmt aber auch populistische Politik in Anspruch. Das spezifische Verhältnis der FPÖ zum österreichischen Sport in den vergangenen Jahren dient ihm dabei als Beispiel für die generelle Bedeutung poplarkultureller Diskurse für den »antipolitischen« Modus des Populismus und wird zum Ausgangspunkt für allgemeine Überlegungen zur Beziehung von symbolischer Politik und Mediensport in Österreich.

Dass der Sport keineswegs als »ökonomisch neutral« betrachtet werden muss, zeigt **Otto Penz**, der sich in seinem Beitrag mit der bereits angesprochenen Transformation des Sports vom Fordismus zum Postfordismus beschäftigt. Ehemals Ausdruck der Industriegesellschaft, gleiche der Sport heutzutage einem Kommunikationsnetzwerk, das emotionale Zustände miteinander verbindet. Auf der einen Seite hätten Oberflächenreize – das Design, die Marke, das Spektakel – und die Emotionalisierung von Verhaltensweisen enorm an Bedeutung gewonnen, während sich auf der anderen Seite die soziale Kohärenz der Gesellschaft verflüchtigte und die Flexibilisierung der Lebenswelten voranschreite. Vor dem Hintergrund liberaler Wirtschaftspolitiken im heutigen Österreich plädiert Penz für das Comeback einer politischen Ökonomie der Sports, wie sie seit den 1970er Jahren kaum mehr aufzufinden war. Am Beispiel des weltweit erfolgreichen Energydrinks »Red Bull«, der die enge Verkoppelung von Sportpraxis und Markenstrategie auf den Punkt bringt, erweise sich ihre ungebrochene Relevanz. Die Ökonomisierung der Kultur, so Penz, schreitet unaufhörlich voran und hat den sportlichen Freizeitspaß, bei dem es nunmehr um intensive Erlebnisse und die Inszenierung von Events geht, weitestgehend erfasst.

Eine Möglichkeit, diese relativ jungen Tendenzen zu fassen, besteht im Anschluss an das Konzept der Gouvernamentalität von Michel Foucault, das dieser als eine bestimmte Form des Regierens verstand. Eine Eigenschaft des Machttypus Gouvernamentalität ist es laut **Agnieszka Dzierzbicka**, zu jedem Zeitpunkt bestimmen zu können, was in die Zuständigkeit des Staates gehört und was nicht, was öffentlich ist und was privat. Am Beispiel öffentlicher Gesundheitskampagnen lasse sich ein bemerkenswerter Wandel im politischen Diskurs feststellen. Sport- und Fitnessverhalten der Bevölkerung rückten ins Zentrum, würden Teil tagespolitischer Geschäfte. Die zentrale Aussage dabei: Die Gesellschaft soll sich gesund bewegen. Gleichzeitig wird das Risikoverhalten der Einzelnen zu einem potenziellen Bedrohungsszenario für die Gesellschaft hochstilisiert. Während Dzierzbicka in dieser Hinsicht ein Plä-

doyer für die »ambitionierte Trägheit« wider den Appell zur Fitness hält, diskutiert **Imke Schmincke**, ebenfalls im Anschluss an das Konzept der Gouvernamentalität, die Änderung des Geschlechterverhältnisses in den vergangenen Jahren. Ausgangspunkt sind ihr zwei Sportarten, die – zumindest in Deutschland – in relativ kurzer Zeit aus der öffentlichen Unbeachtetheit ins Zentrum der medialen Aufmerksamkeit gerückt sind: Frauenfußball und Frauenboxen. Schmincke analysiert die gegenwärtige Situation dieser beiden Sportarten und arbeitet dabei Strategien zur Modifikation aber auch zur Aufrechterhaltung des dichotomen Geschlechterverhältnisses heraus. Es sind nicht zuletzt die Tendenzen der »Sportifizierung der Gesellschaft« sowie der »Ökonomisierung des Sports«, die den Körper zu einem umstrittenen Schauplatz traditioneller, im Sinne neuer Verwertungsmöglichkeiten aber durchaus gebrochener, Weiblichkeitsbilder machen.

Die Ökonomisierung des Sports führt zu einer Reihe systemimmanent nur schwer lösbarer Widersprüche – ein Beispiel dafür ist das Konkurrenzprinzip im Profifußball. Im Gegensatz zu anderen wirtschaftlichen Bereichen, ist die tendenzielle »Ausschaltung der Konkurrenz« im Fußball nicht möglich, meint **Gerald Hödl** – ohne Konkurrenz gibt es schlicht keinen sportlichen Vergleich. Er schildert am Beispiel des europäischen Profi-Fußballs die Transformation einer Sportart in einen profitorientierten Zweig der Unterhaltungsindustrie, der diese Widersprüche immer stärker zu Tage treten lasse. Als wesentliche Ursache dafür ortet er die in den 1970er Jahren manifest gewordene Überakkumulationskrise, in deren Verlauf dem Kapital neue Anlagensphären erschlossen werden mussten. Besonderheiten des europäischen Profi-Fußballs tragen nun aber bei den (theoretisch) gewinnmaximierenden Vereinen bis heute dazu bei, dass deren Kalkül nur selten aufgeht. Die Zukunftsaussichten laut Hödl: Entweder kommt es zu einer Orientierung an den Vorbildern der nordamerikanischen Profiligen – etwa einer fix besetzten Euroliga ohne Abstiegsorgen für die Vereine, mit Gehaltsobergrenzen für die Spieler und insofern einer besseren ökonomischen Planbarkeit – oder das Geschehen bleibt von neuen Mäzenen wie Frank Stronach oder Roman Abramovich bestimmt, deren Kapitalgewinne im Fußball vielfältig, aber sicher nicht ökonomisch sind.

Damit die Großen die Kleinen bzw. die Schnellen die Langsamen nicht allzu vollständig verspeisen, gibt es im Fußball eine Reihe von Umverteilungsinstrumenten. Sie sollen die relative Ausgewogenheit (nationaler) Meisterschaften gewährleisten und insofern die Güte des Produkts »Fußball« garantieren. Wichtiges Werkzeug dafür ist die zentrale Vermarktung von TV-Übertragungsrechten, wie es sie in Europa noch mehrheitlich, aber keineswegs in allen Ländern gibt. **Klaus Federmair** meint, dass die zentrale Lukrierung und relativ egalitäre Verteilung dieser Einnahmen das Marktergebnis im Hinblick auf die Qualität der »Meisterschaft« zumindest zum Teil verbessert. Vor dem Hintergrund gegenwärtiger Diskussionen um die »Wettbewerbsbeschränkung« solcher Regelungen, prognostiziert Federmair, dass, aufgrund der Nachteile »echter Umverteilung« für die großen Klubs, das Entstehen alternativer Umverteilungsmechanismen als Ersatz für die Zentralvermarktung nicht zu erwarten ist.

Auch für die Ausrichtung von Sportgroßereignissen wie Olympischen Spielen oder Fußballweltmeisterschaften gilt seit Olympia 1984 in Los Angeles nicht mehr das Credo »Dabei sein ist alles«, sondern die Prämisse, dass dabei auch Gewinne erzielt werden sollten. Unzählig sind die Studien, die im Vorfeld derartiger Ereignisse

den ökonomischen (Langzeit-)Nutzen für die jeweiligen Volkswirtschaften betonen – als Überzeugungshilfe für die oft störrische Lokalbevölkerung, aber auch als Placebo für die politisch Verantwortlichen und Entscheidungsträger. **Wolfram Manzenreiter** geht diesen Versprechungen anhand der Fußball-WM 2002 in Japan/Südkorea nach, für die Bauinvestitionen in Höhe von nahezu fünf Milliarden Euro nötig waren. Kaum eines der durch die öffentliche Hand finanzierten Riesenstadien verfügt laut Manzenreiter über langfristige Nutzungspläne, mit denen auch nur die laufenden Kosten ausreichend abgedeckt werden könnten. Offensichtlich steckt hinter den Ambitionen der veranstaltenden Städte, Regionen oder Nationen etwas anderes als rein ökonomischer Profit – auch in Österreich kein unwesentliches Thema, versprechen hierzulande doch einschlägige Studien für die gemeinsam mit der Schweiz ausgerichtete Fußball-EURO 2008 schon heute das Blaue vom Himmel.

Dass es sich beim Sport prinzipiell um einen eminent wichtigen Wirtschaftsfaktor in Österreich handelt, daran besteht kein Zweifel. **Barbara S. Schmidl** unternimmt einen der raren Versuche ihn zu quantifizieren – und kommt zu dem Schluss, dass seine Bedeutung für Wertschöpfung und Arbeitsmarkt mit jener des Burgenlandes vergleichbar ist. Der Sport trägt – inklusive des besonders wichtigen Wirtschaftszweigs des Sporttourismus – durch seine direkten oder indirekten Effekte zu knapp 100.000 Beschäftigten und einem Anteil am Bruttoinlandsprodukt von fünfeneinhalb Milliarden Euro bei. Aktuelle Statistiken belegen laut Schmidl, dass die Bedeutung des Sports für die österreichische Volkswirtschaft weiter zunimmt. Und das alleine ist schon Grund genug, um sich dem Sport nicht nur als blinder Fan, geschmäcklerischer Konsument oder adornitischer Verweigerer zu stellen. Denn, so schreibt Klaus Theweleit: »Wer mitbekommt, was sich im Fußball« – wir ergänzen: dem Sport als solchem – »wann und wie verschiebt, ist über andere Gesellschaftsbereiche *osmotisch* informiert.« (Theweleit 2004, 116)

Lukas Wieselberg/ Georg Spitaler

Literatur

- Diederichsen, Diedrich (1999) Drogen, Techno, Sport revisited – Kühle Kinder können wieder warten, in: ders., *Der lange Weg nach Mitte. Der Sound und die Stadt*, Köln, 257-271.
- Schmidt, Robert (1999) Die Konvergenz von Pop- und Sportkultur, in: *Berliner Debatte/Initial* 6/1999, 30-40.
- Theweleit, Klaus (2004) *Tor zur Welt. Fußball als Realitätsmodell*, Köln.