

Please cite as follows:

Prinz, J. & Weimar, D. (2016). Spielermärkte. In Deutscher, Hovemann, Pawlowski & Thieme (Eds.), Handbuch Sportökonomie (pp. 179-196). Hofmann-Verlag.

11. Märkte I: Spielermärkte

1. Einleitung

Entgegen klassischen Arbeitsmärkten, auf welchen auch Arbeitnehmer der untersten Produktivitätsebene entlohnt werden, ist das deutsche Sportsystem in einem Pyramidensystem organisiert (Eady, 1993). Während auf der obersten Ebene ein vollständiger (professioneller) Arbeitsmarkt existiert, agieren Sportler der untersten Ebene (Amateur- und Breitensport) vollkommen ohne Lohnanreize (Houlihan & Green, 2008). Entsprechend dieser Einteilung ist der Markt für Fußballspieler mit 1.577 professionellen (1. – 3. Liga) und 7.683 semi-professionellen Spielern (4.-5. Liga) als größter Arbeitsmarkt für Sportler in Deutschland zu identifizieren (Transfermarkt.de, 2014). Auch wirtschaftlich gilt die Fußball-Bundesliga mit einem Umsatz von 1,7 Mrd. € im Jahr 2014 als bedeutendste Sportliga Deutschlands (DFL, 2014). Der folgende Beitrag nährt sich daher dem thematischen Schwerpunkt „Spielermarkt“ über eine Betrachtung des deutschen Fußballmarktes.

Auf diesem treffen nutzenmaximierende Fußballclubs auf nutzenmaximierende Athleten. Dabei sind beide Zielfunktionen jedoch nicht vollständig deckungsgleich. Während Clubs primär die Maximierung von sportlichen Erfolgen oder des Unternehmensgewinns anstreben (Garcia-del-Barrio & Szymanski, 2009; Lehmann & Weigand, 1997; Sloane, 1971), forcieren Spieler primär eine Maximierung des individuellen Einkommens. Zu einem Austausch der Arbeitsleistung kommt es gemäß ökonomischen Grundmodellen, wenn die Nachfrage gleich dem Angebot ist. Befindet sich der Spieler in keinem laufendem Vertrag („free agent“), bestimmt nur das clubseitige Gehaltsangebot und die individuelle Gehaltsforderung über die Transaktionswahrscheinlichkeit. Befindet sich ein Spieler noch „unter“ Vertrag, muss es überdies auch zu einer Übereinstimmung zwischen dem aufnehmenden Club und dem abgebendem Club über eine Vertragsauflösungsentschädigung (Ablösesumme) kommen.¹

¹ Bis zum Prozess um den niederländischen Spieler Jean-Marc Bosman im Jahr 1995, war stets eine Ablösesumme fällig, was die Transaktionsflexibilität auf dem deutschen und europäischen Spielermarkt einschränkte (Frick, 2009).

Obwohl die sportökonomische Grundlagenliteratur (Frick, 1997; Kahn, 2000; Neale, 1964; Rosen & Sanderson, 2001; Sloan, 1971) aus der Sicht eines allumfassenden Spielermarktes argumentiert, offenbart sich bei genauerer Betrachtung des deutschen Fußballmarktes, dass sich mehrere separate Teilmärkte identifizieren lassen. Klassifizierungsmöglichkeiten für derartige „Sub-Märkte“ sind vielfältig: entsprechend des vorherrschenden Sportsystems², hinsichtlich der Professionalisierungsstufe (Breitensport, Amateursport, professioneller Sport) oder anhand geographischer Strukturen (Sprache, Wirtschaftsräume, Verbände). Für den Aufbau des vorliegenden Beitrags soll sich an einer an den klassischen Produktlebenszyklus (Vernon, 1966) angelehnten Unterteilung des Spielermarktes orientiert werden, wobei aufgrund des arbeitnehmerseitigen Blickwinkels der Umsatz durch die Entlohnung bzw. dem Marktwert ersetzt wird (Abbildung 1).

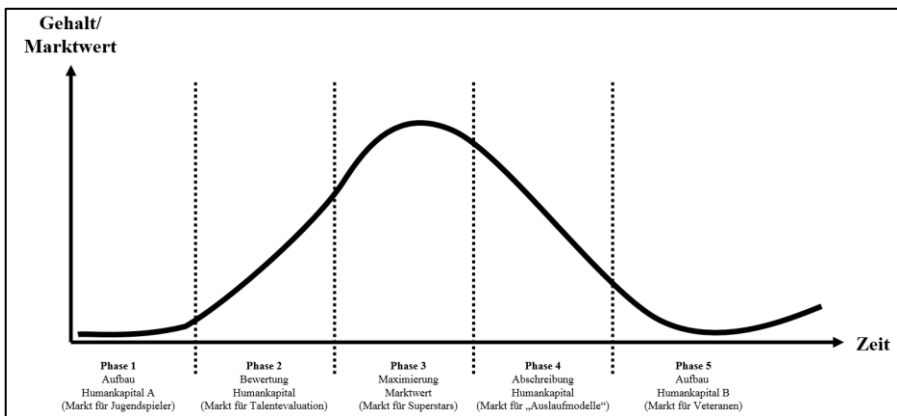


Abbildung 1: Lebenszyklus und Märkte eines Sportlers

Ausgehend von einem Spieler mit maximaler Performance, wird zuerst auf dem Markt für Jugendspieler fußballspezifisches Humankapital aufgebaut. In Phase zwei betritt der Spieler den Seniorenmarkt. Aufgrund fehlender ex-post Performance herrscht zunächst Unsicherheit am Markt über die wahre Produktivität des Spielers (Lazear, 1998). Infolge kommt es zu einer schrittweisen Bewertung des in der Jugend aufgebauten Humankapitals anhand von Transfererlösen, Vertragslaufzeiten und Marktwerten. Bei einer positiven Bewertung durch den Markt tritt der Spieler

² Offenes europäisches Pyramidensystem vs. geschlossenem nordamerikanischem Franchisesystem, siehe weiterführend dazu Hoehn & Szymanski (1999).

in den Markt für Superstars über (Adler, 1985; Rosen, 1981), bevor sein Humankapital entsprechend des Alters auf dem Markt für „Auslaufmodelle“ abgeschrieben wird (Dilger & Prinz, 2004; Frick, 2007; Frick, Pietzner & Prinz, 2007; Groothuis & Hill, 2007; Hoang & Rascher, 2001). Am Ende geht der Spieler in einen alternativen Arbeitsmarkt über, wobei neues Humankapital generiert werden muss (Frick et al., 2007). Da die nach Karriereende bereitstehenden Arbeitsmarktoptionen oftmals mit der vorhergehenden Spielerkarriere und -erfahrung in Verbindung stehen (Ristolainen, Kettunen, Kujala & Heinonen, 2012; Wylleman, Alfermann & Lava-lee, 2004), wird der Markt für „Veteranen“ als fünfter „Sub-Markt“ abgegrenzt.

2. Markt für Jugendspieler

Der Grundstein für zukünftigen Erfolg einer Unternehmung ist die Fähigkeit durch kontinuierliche Entwicklung und Innovationen Marktvorteile zu generieren (Rogers, 1988). Für ein Fußballunternehmen bedeutet dies primär die Ausbildung, Entwicklung und Rekrutierung von Jugendfußballern. Entgegen technologiebasierten Innovationen, handelt es sich jedoch um die Vermittlung und Reifung von allgemeinem – fußballbezogenem – Humankapital (Becker, 1962). Aufgrund körperlicher Veränderungen mit dem Heranwachsen, besteht über die spätere Produktivität ex-ante Unsicherheit im Jugendalter. Fußballunternehmen sind daher gezwungen, möglichst viele Talente in jungen Jahren zu Sichten (Screening), um die Wahrscheinlichkeit eines hochproduktiven Seniorenspielers zu maximieren. Dabei verläuft der Entwicklungsprozess aus Unternehmenssicht ähnlichen dem Prozess offener Innovationen (Chesbrough, 2003), wie in Abbildung 2 dargestellt.

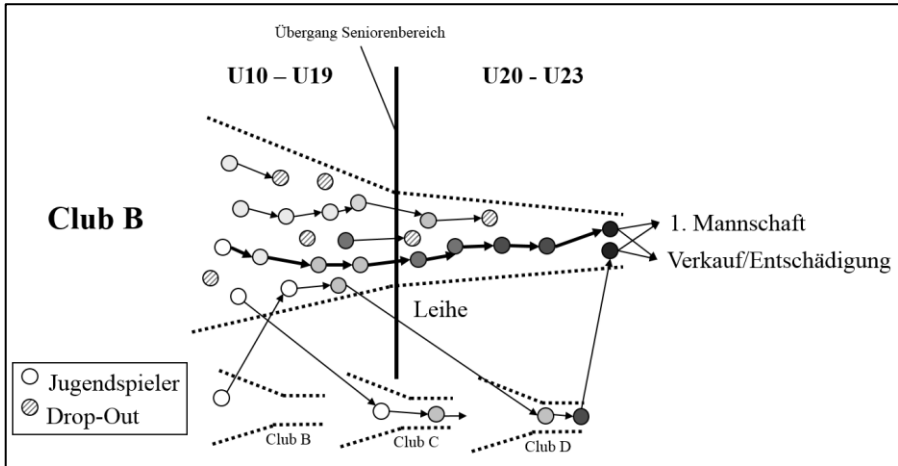


Abbildung 2: Prozess der Jugendspielerausbildung

Im Rahmen dieses Prozesses der Jugendspielerausbildung gelingt nur rund 2% (der Top 20 Jugendleistungszentren) der Juniorenspieler die Entwicklung professioneller Leistungsfähigkeit (Göke, Prinz & Weimar, 2014). Ein Grund für die Verengung der Jugendspielerausbildung nach der U19 sind geringere Kapazitäten (1. und 2. Mannschaft) im Seniorenbereich. Eine Möglichkeit Spieler mit höherer erwarteter Produktivität auch außerhalb der vorhandenen Kapazitäten zu entwickeln bietet die Ausleihe an einen externen Club, um so die noch fehlenden Humankapitalinvestitionen dem externen Club zu überlassen.

Neben den reinen sportlichen Leistungen zählen auch Eigenschaften wie Fleiß, Disziplin und Respekt (Persönlichkeit) zu den notwendigen Charakteristika eines potenziellen, späteren Arbeitnehmers auf dem Fußballmarkt (Williams & Reilly, 2000). Während die sportliche Grenzproduktivität eines Jugendspielers anhand von Performancemaßen auch von externen Clubs approximiert werden kann (öffentliche Informationen durch Beobachtungen der Ligaspiele im Juniorenbereich), sind Erfahrungen zur Persönlichkeit des Spielers vorwiegend private Informationen. Derartige Situationen sind Bestandteil der „Matching“-Theorie (Jovanovic, 1979a). Sportclubs betreiben demnach Jugendakademien primär zur Generierung privater Informationen über den Jugendspieler, um die spätere – ex-ante unbekannte – Leistungsfähigkeit und Passfähigkeit mit dem Club besser abzuschätzen (Göke et al., 2014). Je mehr Informationen der Heimclub akkumuliert, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit eines guten „Matches“ und damit der Übergang in das eigene professionelle

Team. Die Jugendzeit ist somit eine ausgedehnte Probezeit, an deren Ende der Club die Entscheidung zur Übernahme oder Entlassung hat. Zum anderen wird der Aufbau von club-spezifischen Humankapital gefördert (z.B. interne Abläufe, Kontakte, Anforderungen), welches nur im eigenen Club nutzenmaximierend eingesetzt werden kann (Jovanovic, 1979b). Daher gilt neben dem reinen sportlichen Talent die Ausbildungslänge in der clubeigenen Ausbildungsakademie als ein Treiber für ein erfolgreiches Debüt in der clubeigenen professionellen Mannschaft (Göke et al., 2014).

Im Vergleich zu klassischen Innovationen besteht im Umgang mit Jugendspielern als Entwicklungsprodukt ein weiteres Spezifikum. Während klassische Innovationsprozesse nur unternehmensseitig abgebrochen werden, wird die Separation auf dem Jugendfußballmarkt oft spielerseitig initiiert. Ein Grund liegt in der allgemeinen öffentlichen Spielerperformance begründet, welche zu externen Abwerbeangeboten von Jugendspielern führt (Borland & Lye, 1996). Des Weiteren sehen Jugendspieler irgendwann eher in einer außerfußballerischen Karriere die Maximierung des Lebens Einkommens und wechseln in den Amateursport (Göke et al., 2014). Häufigster „Drop out“-Grund von Jugendspielern sind jedoch Verletzungen, welche Jugendspieler für mehrere Monate aus dem Prozess der Humankapitalentwicklung werfen – ein Rückstand der selten wieder aufgeholt werden kann (Heinze, 2012; Ristolainen et al., 2012). Aufgrund der zahlreichen „Drop-outs“ ist eine komplette Entwicklung eines Spielers von der U10 bis zu den Senioren im gleichen Club rar (z.B. Kevin Großkreuz, Thomas Müller, Sami Khedira, Phillip Lahm).

Ein weiteres Spezifikum des Jugendmarktes ist der Einfluss der Jugendgruppierungen (U10-U19). Stichtag für die Eingruppierung ist der 1. Januar. Dies führt zu einer maximalen Altersdifferenz von Spielern innerhalb einer Altersklasse von zwölf Monaten. Ältere Spieler sind daher physisch besser ausgestattet und somit produktiver als ihre jüngeren Gegenspieler. Der Effekt wird in der Literatur als „Matthäus-Effekt“ oder „Relative-Age-Effect“ geführt (Barnsley, Thompson & Legault; Merton, 1988). Über die konkreten Effekte für die spätere Produktivität im Seniorenfußballbereich ist sich die Literatur uneinig (Baker, Schorer & Cogley, 2010). Zum einen fallen körperlich bevorteilte Spieler in jungen Jahren leichter auf und werden eher „befördert“. Auf der anderen Seite bilden körperlich benachteiligte Spieler spezifisches Humankapital wie Spielintelligenz und Positionsverhalten aus, welches von körperlich bevorteilten Spielern weniger benötigt und daher vernachlässigt wird. Grundsätzlich sind „Relative-Age-Effects“ ein weiterer Grund für die

hohe ex-ante Unsicherheit über die spätere Leistung auf dem Markt für Jugendspieler.

Im Fall, dass Jugendspieler nicht den Weg in den professionellen Fußball mit dem Heimatclub finden, wird das Debüt über einen externen Club (vorwiegend bei einem schwächerem Club) forciert bis ein stabiles „Match“ gefunden ist (Göke et al., 2014). In der ökonomischen Literatur ist dies als „Job-Shopping“ bekannt (Johnson, 1978). Demnach sind gerade am Beginn einer Karriere viele Clubwechsel zu beobachten. Während bei derartigen „Job-Shoppings“ das allgemeine und spezifische Humankapital (spielerisches Talent) erhalten bleibt, verliert der Spieler jedoch mit jedem Wechsel sein akkumuliertes club-spezifisches Humankapital, weshalb es über reines „Job-Shopping“ selten zu einem Anstieg des Gehaltes kommt (Jovanovic, 1979a, 1979b).

3. Markt für Talentevaluation

Während der Jugendmarkt als klassische Ausbildungsstätte begriffen werden kann, zeigt erst der Verlauf von Phase zwei, ob die getätigten Investitionsaufwendungen des Clubs (langfristig) als profitabel angesehen werden können. Eine Amortisation der Investition erstreckt sich über mehrere Jahre (Phase 2) und ist abhängig von der Produktivität des Spielers, welche wiederum dessen Marktwert und damit dessen individuelle Entlohnung determiniert.

Unter der Annahme der vollständigen Konkurrenz würde jeder Spieler exakt nach dem Wert seines Grenzprodukts entlohnt werden. Klassischerweise ist dies die Erklärung aus Sicht der Humankapitaltheorie (Becker, 1962; Mincer, 1974). Demzufolge steigt die Produktivität eines Spielers während dessen Karriereverlauf mit abnehmenden Grenzertrag an, da Erfahrung und Alter die Produktivität (Spielqualität) erhöht. Wenn die Fähigkeiten des Spielers „allgemeiner Natur“ sind, kann ein Spieler die diese bei Ablauf seines Vertrages jedem anderen konkurrierenden Arbeitgeber anbieten, was den persönlichen Marktwert des Spielers aufgrund des Zusammenspiels von Angebot und Nachfrage erhöht. Liegen zusätzlich gewisse Spielqualitäten knappheitsbedingt selten vor, können hochtalentiertere Spieler ihren Marktwert weiter steigern. So weisen beispielsweise Bryson, Frick und Simmons (2013) nach, dass die seltene fußballerische Fähigkeiten „Beidfüßigkeit“ mit einer zusätzlichen Rendite entlohnt wird. Ebenso kann die Spielergröße bzw. das Athletengewicht ein wichtiger Indikator zur Beschreibung von Knappheitsverhältnissen auf Spielermärkten und damit dem Marktwert sein. Auch körperlich größere Spieler sind

wertvoller für erfolgsmaximierende Clubs (Berri, Brook, Frick, Fenn & Vicente-Mayoral, 2005), wohingegen Fleiß im Sinne von Laufwegen zwar spielentscheidend ist, jedoch aktuell noch nicht vom Markt entlohnt wird (Weimar & Wicker, in press; Wicker et al., 2013).

Nach einem Debüt im Seniorenbereich kommt es zur Offenlegung der Produktivität für externe Clubs. Je talentierter ein Spieler ist, desto einzigartiger ist seine Fähigkeit bzw. desto geringer sind die Substitutionsalternativen auf dem Markt. Infolge steigt der Marktwert von hochtalentierten Spielern innerhalb der ersten Jahre (19-23) mit steigender Grenzrate an, bis der Markt das „wahre“ Talent des Spielers antizipiert hat. Beispielhaft sei dieser Prozess anhand der Spieler Götze, Reus, Özil und Khedira und den individuellen Marktwerten dargestellt (Abbildung 3).

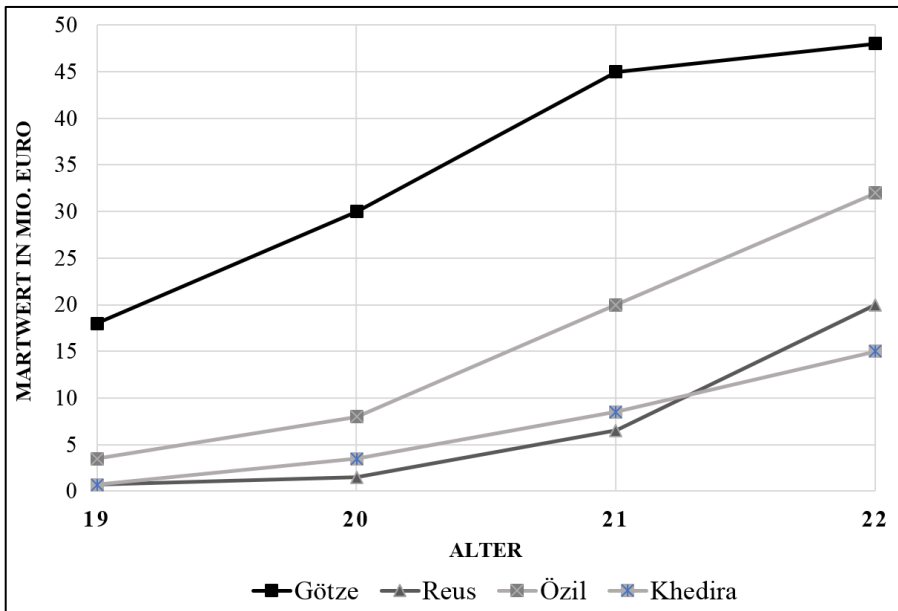


Abbildung 3: Entwicklung der Marktwerte nach der Jugendausbildung (Transfermarkt.de, 2014)

Obwohl sich die Entlohnung von professionellen Fußballspielern hauptsächlich an der individuellen Spielstärke orientiert, ist eine isolierte Betrachtung insofern problematisch, da der Marktwert eines Spielers immer das Resultat einer (vorher) geleisteten Teamproduktion ist, bei der die Einzelbeiträge der Teammitglieder nicht

additiv sondern multiplikativ in den Produktionsprozess eingehen (Picot, Dietl & Franck, 1999). Somit ist der Marktwert nicht ausschließlich von allgemeinen Fähigkeiten sondern auch von teamspezifischen Fähigkeiten wie der „Teamintegration und Teamfähigkeit“ bestimmt. Da dieses teamspezifische Humankapital laut Definition nur in dem Team produktiv ist, in dem es (einst) erworben wurde ist es bei Unternehmenswechsel verloren, und muss erneut angelernt werden, was den individuellen Marktwert im neuen Club möglicherweise reduziert. Zwar sind die Renditen aus dem spezifischen Humankapital nicht in gleicher Höhe ausgeprägt wie die Erträge aus den Investitionen in das allgemeine Humankapital, dennoch weisen empirische Studien nach (Frick & Prinz, 2005; Idson & Kahane, 2000; Swieter, 2002), dass Spieler mit längerer „Teamzugehörigkeitsdauer“ mehr verdienen. Von daher kann im Kontext des oben dargestellten Lebenszyklusmodells davon gesprochen werden, dass Humankapitalbewertungen die bestimmenden Faktoren von Phase zwei kennzeichnen.

4. Markt für Superstars

Nachdem der Markt die Produktivität der Spieler antizipiert hat, nähern sich die Marktwerte ihrem Maximum. Dabei sind auf dem Spielermarkt der ersten Bundesliga - im Verhältnis zu allen Fußballaktiven in Deutschland - grundlegend nur noch Spieler mit außergewöhnlicher Produktivität übrig. Nichtsdestotrotz, lässt sich diese hochselektierte Gruppe von Fußballtalenten in mehr und weniger substituierbare Spieler unterteilen. Während ein Spieler im unteren „Talentquantil“ durch ähnliche Spieler ersetzt werden können, sind die produktivsten Talente wie Marco Reus, Mario Götze oder Manuel Neuer nur imperfekte Substitute - die Produktivität eines Marco Reus ist nicht durch zwei Zweitligaspieler zu ersetzen. Infolgedessen sind auf Arbeitsmärkten mit imperfekten Substituten stark linksschiefe Verteilung der Gehälter zu beobachten. Entsprechend der Grundlagenliteratur um Rosen (1981), ist in solchen Marktsituationen von Superstarmärkten die Rede. Hierbei werden Sportler des oberen 90% Gehaltsquantils in der empirischen Literatur als Superstars definiert (Franck & Nüesch, 2012; Lehmann & Schulze, 2008; Prinz, Weimar & Deutscher, 2012).

Eine zentrale Voraussetzung von Superstarmärkten ist nach Rosen (1981) die vollständige Information über die Produktivität eines Spielers bei allen Marktteilnehmern. Diese Situation ergibt sich im Fußball (Kapitel 3) erst nach einer bestimmten Zeit auf dem Markt (Zeit der Talentevaluation). Verteilungen von Gehältern auf

Superstarmärkten ähneln der Struktur von Abbildung 4. Leider sind für den deutschen Fußballmarkt Gehaltsinformationen selten öffentlich. Die empirische Literatur zum „Superstar-Phänomen“ im europäischen Fußball orientiert sich daher vorwiegend an subjektiven Marktwerten des Online-Portals transfermarkt.de, ausgehend von einer hohen Korrelation mit den Realgehältern (Franck & Nüesch, 2012; Frick, 2006; Wicker et al., 2013). Entsprechend den Werten aus Abbildung 4 wird ersichtlich, dass auch für den deutschen Fußballmarkt gilt: „relatively small numbers of people earn enormous amounts of money and dominate the activities in which they engage“ (Rosen 1981, S. 845). Dabei sind marginale Talentunterschiede für einen Spieler ausreichend, um „überdurchschnittliche Einkommensverträge mit ihren Clubs auszuhandeln“ (Prinz, Weimar & Deutscher, 2012, S. 791).

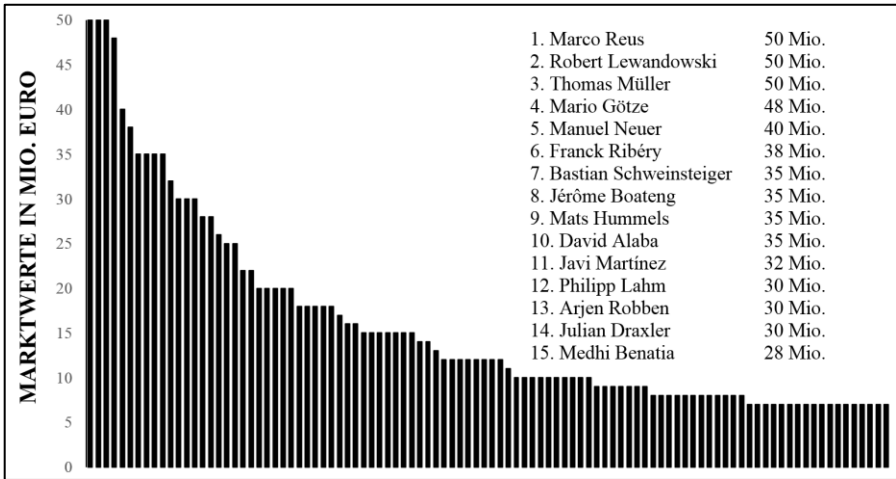


Abbildung 4: Superstar-Strukturen der Bundesliga (Transfermarkt.de, 2014)

Weiteres Kernelement eines Superstarmarktes ist die steigende Grenzrate der Substitution von Talent. Dementsprechend ist der Marktwert des Spielers Götze doppelt so groß wie der Marktwert von Benatia. Es ist jedoch nicht davon auszugehen, dass der Nutzen für die Fans und der Produktivitätsbonus für das Team ebenfalls dementsprechend größer ist. Diese Konstellation auf dem Markt für Superstars wird als überproportionale Einkommensverteilung erfasst (Prinz et al., 2012; Rosen, 1981).

Neben marginalen Talentunterschieden, kann auch die Popularität bzw. Persönlichkeit eines Sportlers als Treiber für Superstargehälter fungieren (Adler, 1985). Dies basiert auf der Annahme (Adler, 1985), dass Talent – entgegen den Annahmen des Rosen-Modells - nicht von allen Clubs und Fans objektiv beurteilbar ist. Clubs und Fans tendieren daher dazu, sich in der Art eines „bandwagon“-Effektes den Meinungen anderer Clubs und Fans anzuschließen, da diese bereits das entsprechende Konsumkapital und Wissen über das Talent eines Spielers aufgebaut haben (Stigler & Becker, 1977). Waren ältere empirische Untersuchungen des Superstareffektes hinsichtlich der Messbarkeit von Popularität eingeschränkt, ermöglichen moderne Informationsseiten (z.B. Google) und soziale Netzwerke (z.B. Facebook) die Messung von Popularität und den Einfluss auf die Gehaltsdeterminierung (Garcia-del-Barrio & Pujol, 2007; Prinz et al., 2012.; Weimar, 2012). Dabei sind die Erkenntnisse hinsichtlich des Popularitätseffektes jedoch inkonsistent.

5. Markt für „Auslaufmodelle“

Analog zum Lebenszyklusmodell maximiert der Fußballclub mit Hilfe seines „Superstars“ in der Reife-Sättigungsphase seinen Gewinn. Auch das Gehalt/Marktwert des Spielers ist in dieser Phase in der Nähe seines „Allzeithochs“. Während produzierende Unternehmen die anstehende Degenerationsphase mit technischen Produktverbesserungen (Produktvariation) verzögern kann (Henderson & Clark, 1990), ist ein Spielerupgrade eines alternden Superstars für den Club unmöglich. Aufgrund des fortgeschrittenen Alters nähert sich die Restlaufzeit des Spielers gegen null, da dessen verminderte Leistungsfähigkeit nicht durch zusätzliche Erfahrung (über)kompensiert werden kann. Aus Sicht des Clubs ist das Humankapital des Spielers in dieser Auslaufphase vollständig abgeschrieben und der Marktwert erreicht das Minimum. Um wettbewerbsfähig zu bleiben, muss der Club am Ende der Nutzungsdauer Ersatz am Spielermarkt besorgen.

Obwohl die Spieler altersbedingt nicht mehr erstklassig sind, haben diese die Möglichkeit die Amortisationszeit der eigenen Humankapitalinvestition zu verlängern, indem Angebote von Fußballunternehmen aus sekundären Fußballmärkten wie China, Japan, Nordamerika, Katar oder den Vereinigten Arabischen Emiraten angenommen werden. Insbesondere ehemalige „Superstars“ wie David Beckham oder Didier Drogba werden von wohlhabenden Teambesitzern nachgefragt und generös entlohnt. Die Existenz dieser Sekundärmärkte beruht nicht wie der Primärmarkt (eu-

ropäische Ligen) auf Produktivität und Marktwert. Vielmehr muss das Zusammenspiel von ehemaligen Starspielern und spielerisch wenig attraktiven Clubs und Ligen mit der knappen Ressourcen „Aufmerksamkeit“ (Franck, 1998) und „Reputation“ erklärt werden. Beim Ausscheiden aus dem Primärmarkt verliert der frühere Erfolgsspieler seine Aufmerksamkeitsrendite. Er ist weder als Torjäger noch als Nationalspieler aktiv und nicht mehr omnipräsent. Gerade für finanziell unabhängige Superstars ist die angewöhnte – doch nun eingeschränkte Medienpräsenz – problematisch, da aufgrund der fehlenden Aufmerksamkeit Prestige, Reputation, Ruhm und Prominenz an Wert verliert (Downs, 1957). Dieser Wertverlust wird deshalb mit einem Wechsel auf einen Sekundärmarkt vermieden bzw. zeitlich verschoben. Der Spieler bezieht weiterhin Gehalt und bleibt für Werbeträger attraktiv, wodurch ebenfalls das Konsumkapital (Stigler & Becker, 1977) seiner Fans erst zu einem späteren Zeitpunkt entwertet wird. Gleichzeitig profitiert auch die Nachfrageseite (Club, Liga) vom ehemaligen Starspieler, da der früher erworbene Ruf dem Spieler vorausseilt. Ohne die mögliche Rekrutierung ehemaliger Starspieler werden unbekannte Fußballmärkte kein Entwicklungspotenzial entfalten (Frick, 2007). Doch mit der Verpflichtung älterer Spieler aus Europa kauft der Sekundärmarkt hauptsächlich bereits existierendes Konsumkapital, welches über Netzwerkeffekte (Social Media) dann wiederum den Bekanntheitsgrad des aufnehmenden Clubs verstärkt und möglicherweise selbst die Popularität der einheimischen Liga erhöht – ein Wirkungsmechanismus der in der Literatur als „David Beckham Effekt“ geführt wird (Kuethe & Motamed, 2010; Lawson, Sheehan & Stephenson, 2008).

6. Markt für Veteranen

Sobald die Grenzproduktivität eines Spielers deutlich unter die Erwartungen des Clubs sinkt (Verletzungen, Alter), wird der Fußballclub von einer Vertragsverlängerung absehen. Sollte die „first-best“ Entlohnungsalternative für den Spieler bei einem anderen Club unterhalb der Erhaltung seines Lebensstandards liegen, wird der Spieler seine Karriere als professioneller Spieler beenden und sich auf alternativen Arbeitsmärkten umsehen.

Auf der Suche nach einer alternativen Karriere können Fußballspieler auf fünf verschiedene Arten von akkumuliertem Kapital zurückgreifen: fußballspezifisches Humankapital, club-spezifisches Humankapital, Konsumkapital bei den Fans (Popularität), Sozialkapital in Form von sozialen Netzwerken (Spieler, Clubführungen, Sponsoren, Medien) sowie finanzielles Kapital in Form von Ersparnissen (Adler,

1985; Becker, 1962; Bourdieu, 1986; Johnson, 1978; Stigler & Becker, 1977). Zusätzlich beginnen einige Fußballer bereits während der Karriere bzw. direkt nach Karriereende mit der Herausbildung von fußballexternen Humankapital in Form von Weiterbildungen oder eines Hochschulstudiums. Entsprechend der Höhe der jeweiligen Kapitalarten, ergeben sich für den Spieler verschiedene Jobalternativen (Abbildung 5).

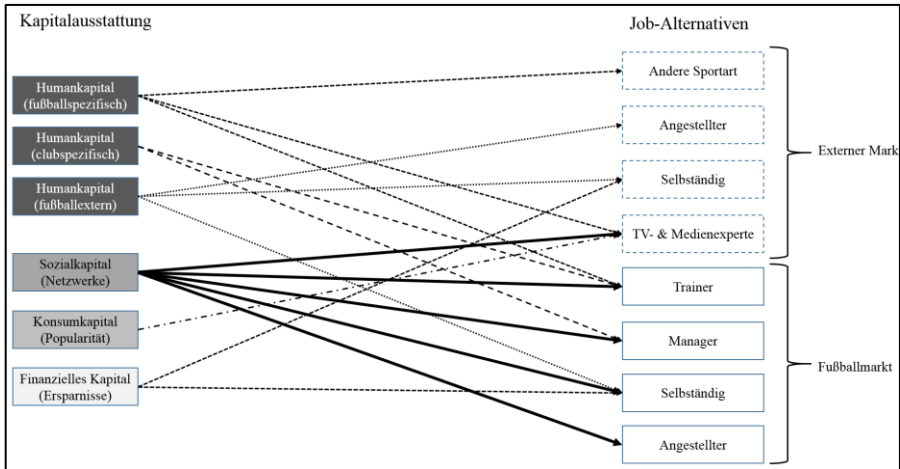


Abbildung 5: Markt für Veteranen

Dem Schaubild entsprechend, lässt sich der Markt für Veteranen in einen fußballexternen und einen Fußballmarkt differenzieren. Auf zweitgenannten, fragen die Fußballclubs weiter nach, womit sich der „Kreislauf“ des Fußballmarktes schließt. Fußballextern werden in einigen Fällen bestimmte fußballerische Eigenschaften auf anderen Sportmärkten nachgefragt (z.B. American Football, Rugby, Futsal). Basierend auf der Popularität finden sich außerdem Jobangebote in Rundfunk, Fernsehen oder in der Werbeindustrie.

Ein Grund, weshalb ein Großteil ehemaliger Fußballer auch eine zweite Karriere auf dem Fußballmarkt sucht, ist die Möglichkeit der Monetarisierung des aufgebauten Sozialkapitals. Während bestehende Kontakte außerhalb des Fußballmarktes nahezu wertlos sind, können derartige Netzwerke lohnsteigernd auf dem „sekundären“ Fußballmarkt eingesetzt werden. Zur zusätzlichen Einbringung des fußballerischen Humankapitals liegt eine Karriere als Trainer oder Manager nahe, wobei eine

Fortführung im bestehenden Club die Entlohnung aufgrund des passenden „Matchings“ und dem Einsatz des clubs-spezifischen Humankapitals maximiert. Das Finanzvermögen können Veteranen entweder fußballextern (z.B. Wurstfabrikant Ulli Hoeneß) oder indirekt auf dem Fußballmarkt investieren (z.B. Sportagenturen, Soccerhallen, Fußballschulen). Als Angestellte sind ehemalige „Profis“ entweder in niedrigqualifizierten Jobs wie „Greenkeeper“, Jugendwart sowie Stadionsprecher zu finden oder aber als hochentlohnte, angestellte Verbandsfunktionäre eingebunden (DFB, UEFA, FIFA).

Literatur

- Adler, M. (1985). Stardom and Talent. *The American Economic Review*, 75(1), 208-212.
- Baker, J., Schorer, J., & Cogley, S. (2010). Relative Age Effects. *Sportwissenschaft*, 40(1), 26-30.
- Barnsley, R. H., Thompson, A. H., & Legault, P. (1992). The Relative Age Effect in Football. *International Review for the Sociology of Sport*, 27(1), 77-87.
- Becker, G. S. (1962). Investment in Human Capital: A Theoretical Analysis. *The Journal of Political Economy*, 70(5), 9-49.
- Berri, D. J., Brook, S. L., Frick, B., Fenn, A. J., & Vicente-Mayoral, R. (2005). The Short Supply of Tall People: Competitive Imbalance and the National Basketball Association. *Journal of Economic Issues*, 39(4), 1029-1041.
- Borland, J., & Lye, J. (1996). Matching and Mobility in the Market for Australian Rules Football Coaches. *Industrial and Labor Relations Review*, 50(1), 143-158.
- Bourdieu, P. (1986). *Forms of capital*. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241-258). New York, NJ: Greenwood.
- Bryson, A., Frick, B., & Simmons, R. (2013). The Returns to Scarce Talent Footedness and Player Remuneration in European Soccer. *Journal of Sports Economics*, 14(6), 606-628.
- Chesbrough, H. W. (2003). *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*. Boston, Ma: Harvard Business Review Press.
- DFL (2014). Bundesligareport 2014. Deutsche Fußball Liga GmbH.
- Dilger, A., & Prinz, J. (2004). Hazard Rates in the NBA. *Sportwissenschaft*, 34(3), 327-340.
- Eady, J. (1993). *Practical Sports Development*. London, England: Pitman.
- Franck, E., & Nüesch, S. (2012). Talent and/or Popularity: What Does it Take to be a Superstar? *Economic Inquiry*, 50(1), 202-216.
- Frick, B. (1997). Die Anreizwirkungen leistungsabhängiger Entgelte. Theoretische Überlegungen und empirische Befunde aus dem Bereich des professionellen Sports. *Zeitschrift für Betriebswirtschaft*, 67(11), 1117-1138.
- Frick, B. (2006). *Salary Determination and the Pay-Performance Relationship in Professional Soccer: Evidence from Germany*. In S. Kesenne, & J. Garcia (Eds.), *Sports Economics after Fifty Years: Essays in Honour of Simon Rottenberg* (pp. 125-146). Oviedo: Ediciones de la Universidad de Oviedo.

- Frick, B. (2007). The Football Players`Labor Market: Empirical Evidence from the Major European Leagues. *Scottish Journal of Political Economy*, 54(3), 422-446.
- Frick, B. (2009). Globalization and Factor Mobility The Impact of the “Bosman-Ruling” on Player Migration in Professional Soccer. *Journal of Sports Economics*, 10(1), 88-106.
- Frick, B., & Prinz, J. (2005). *Spielerallokation und Spielerentlohnung im professionellen Team-Sport*. Sportverlag Strauß.
- Frick, B., Pietzner, G., & Prinz, J. (2007). Career Duration in a Competitive Environment: The Labor Market for Soccer Players in Germany. *Eastern Economic Journal*, 33(3), 429-442.
- Garcia-del-Barrio, P., & Pujol, F. (2007). Hidden Monopsony Rents in Winner-take-all Markets—Sport and Economic Contribution of Spanish Soccer Players. *Managerial and Decision Economics*, 28(1), 57-70.
- Garcia-del-Barrio, P., & Szymanski, S. (2009). Goal! Profit Maximization Versus Win Maximization in Soccer. *Review of Industrial Organization*, 34(1), 45-68.
- Göke, S., Prinz, J., & Weimar, D. (2014). Diamonds are Forever: Job-Matching and Career Success of Young Workers. *Journal of Economics and Statistics*, 234(4), 450-473.
- Groothuis, P. A., & Hill, J. R. (2004). Exit discrimination in the NBA: A Duration Analysis of Career Length. *Economic Inquiry*, 42(2), 341-349.
- Henderson, R. M., & Clark, K. B. (1990). Architectural Innovation: The Reconfiguration of Existing Product Technologies and the Failure of Established Firms. *Administrative Science Quarterly*, 9-30.
- Heinze, T. (2012). *Nachspielzeit: Eine unvollendete Fußballkarriere*. Rowohlt Verlag.
- Hoang, H., & Rascher, D. (1999). The NBA, Exit Discrimination, and Career Earnings. *Industrial Relations: A Journal of Economy and Society*, 38(1), 69-91.
- Hoehn, T., & Szymanski, S. (1999). The Americanization of European Football. *Economic Policy*, 14(28), 203-240.
- Houlihan, B., & Green, M. (2008). *Comparative Elite Sport Development: Systems, Structures and Public Policy*. London, England: Elsevier.
- Idson, T. L., & Kahane, L.H. (2000). Team Effects on Compensation: An Application to Salary Determination in the National Hockey League. *Economic Inquiry*, 38(1), 583-595.
- Johnson, W. R. (1978). A Theory of Job Shopping. *The Quarterly Journal of Economics*, 92(2), 261-278.
- Jovanovic, B. (1979a). Job Matching and the Theory of Turnover. *Journal of Political Economy*, 87(5), 972-990.
- Jovanovic, B. (1979b). Firm-specific Capital and Turnover. *Journal of Political Economy*, 87(6), 1246-1260.
- Kahn, L.M. (2000). The Sports Business as a Labor Market Laboratory. *Journal of Economic Perspectives*, 14(3), 75-94.
- Kuethle, T. H., & Motamed, M. (2010). Returns to Stardom: Evidence from US Major League Soccer. *Journal of Sports Economics*, 11(5), 567-579.

- Lawson, R. A., Sheehan, K., & Stephenson, E. F. (2008). Vend it Like Beckham: David Beckham's Effect on MLS Ticket Sales. *International Journal of Sport Finance*, 3(4), 189-195.
- Lazear E. P. (1998). *Hiring Risky Workers*. In I. Ohashi & T. Tachibanaki (Ed.), *Internal Labour Markets, Incentives and Employment* (pp. 143-158). New York: Macmillan Press.
- Lehmann, E., & Schulze, G. (2008). What Does it Take to be a Star?—The Role of Performance and the Media for German Soccer Players. *Applied Economics Quarterly*, 54(1), 59-70.
- Lehmann, E., & Weigand, J. (1997). Money Makes the Ball Go Round: Fußball als ökonomisches Phänomen. *Zeitschrift für empirische Wirtschaftsforschung*, 43(3), 381-409.
- Merton, R. K. (1988). The Matthew Effect in Science, II: Cumulative Advantage and the Symbolism of Intellectual Property. *Isis*, 79(4), 606-623.
- Mincer, J. (1974). *Schooling, Experience, and Earnings*. New York: Columbia University Press.
- Neale, W. C. (1964). The Peculiar Economics of Professional Sports. *The Quarterly Journal of Economics*, 78(1), 1-14.
- Picot, A., Dietl, H., & Franck, E. (1999). *Organisation-Eine ökonomische Perspektive*. Stuttgart: Schäffer.
- Prinz, J., Weimar, D., & Deutscher, C. (2012). Popularity Kills the Talentstar? Einflussfaktoren auf Superstargelöhne in der NBA. *Zeitschrift für Betriebswirtschaft*, 82(7-8), 789-806.
- Ristolainen, L., Kettunen, J. A., Kujala, U. M., & Heinonen, A. (2012). Sport Injuries as the Main Cause of Sport Career Termination Among Finnish Top-level Athletes. *European Journal of Sport Science*, 12(3), 274-282.
- Roberts, E. D. (1988). What We've Learned: Managing Invention and Innovation. *Research Technology Management*, 31(1), 11-29.
- Rosen, S. (1981). The Economics of Superstars. *The American Economic Review*, 71(5), 845-858.
- Rosen, S., & Sanderson, A. (2001). Labour Markets in Professional Sports. *The Economic Journal*, 111(469), 47-68.
- Sloane, P. (1971). The Economics of Professional Football: The Football Club as a Utility Maximizer. *Scottish Journal of Political Economy*, 17(2), 121-146.
- Stigler, J. T., & Becker, G. (1977). De Gustibus non est Disputandum. *The American Economic Review*, 67(2), 76-90.
- Swieter, D. (2002). *Eine ökonomische Analyse der Fußball-Bundesliga*. Berlin: Duncker & Humblot.
- Transfermarkt.de (2014). <http://www.transfermarkt.de>, abgerufen am 22.12.2014.
- Vernon, R. (1966). International Investment and International Trade in the Product Cycle. *The Quarterly Journal of Economics*, 80(2), 190-207.
- Weimar, D. (2012). Facebook-Fans und Konsumkapital in der Unterhaltungsbranche. *Diskussionsbeiträge der Mercator School of Management*, No. 381.
- Weimar, D., & Wicker, P. (in press). Moneyball Revisited: Effort and Team Performance in Professional Soccer. *Journal of Sports Economics*.

- Williams, A.M., & Reilly, T.(2000). Talent Identification and Development in Soccer. *Journal of Sports Science*, 18(9), 657–667.
- Wicker, P., Prinz, J., Weimar, D., Deutscher, C., & Upman, T. (2013). No Pain, No Gain: Effort and Productivity in Professional Soccer. *International Journal of Sport Finance*, 8(2), 124-139.
- Wylleman, P., Alfermann, D., & Lavallee, D. (2004). Career Transitions in Sport: European Perspectives. *Psychology of Sport and Exercise*, 5(1), 7-20.