

<b>Inhaltsverzeichnis</b>	<b>Seite</b>
1. Einleitung	1
1.1. Problemstellung und Methodik	1
1.2. Gang der Untersuchung	2
2. Merkmale der Märkte für Profisport	5
2.1. Produktion und Angebot an Sportveranstaltungen	5
2.2. Nachfrage nach Sportveranstaltungen	14
2.2.1. Überblick über Entwicklung und Struktur der Konsum-Interessen der direkten und indirekten Zuschauer	14
2.2.2. Die Bedeutung der Nicht-Rivalität im direkten und indirekten Konsum und der Qualitätserwartungen für die Marktprozesse	20
2.2.3. Nachfrage nach Fernsehrechten	24
2.2.4. Nachfrage nach Werberechten ("Sportsponsoring")	30
3. Ökonomische Merkmale von Ligaspielen in Mannschaftssportarten	45
3.1. Die Bedeutung von Ligen	45
3.2. Determinanten der Nachfrage nach Ligaspielen	47
3.2.1. Qualitative Nachfragedeterminanten	49
3.2.2. Sonstige Nachfragedeterminanten	60
3.3. Produktion und Angebot an Ligaspielen und ihre Besonderheiten	64
4. Kartelle im Mannschaftssport: Major League Baseball, National Football League und Fußball-Bundesliga	69
4.1. Überblick über die Kartellproblematik der drei Mannschaftssportligen	69
4.1.1. Definition und wettbewerbspolitische Beurteilung von Kartellen	69
4.1.2. Kartellarten	72
4.1.3. Determinanten der Bildung und Stabilität der Ligakartelle	75
4.2. Teamunternehmen und Vereine als Kartellmitglieder	84

4.3.	Major League Baseball, National Football League und Fußball-Bundesliga als Kartellorganisationen	90
4.3.1.	Major League Baseball (MLB)	91
4.3.2.	National Football League (NFL)	94
4.3.3.	Fußball-Bundesliga	95
4.4.	Das Standardargument der Ligamitglieder für ihre kartellmäßigen Vereinbarungen	102
5.	Kartellvereinbarungen der Ligaorganisationen auf den relevanten Absatzmärkten	105
5.1.	Markt für Eintrittskarten - räumliche Marktaufteilungskartelle	105
5.2.	Markt für Fernsehrechte	122
5.2.1.	Markt für lokale Fernsehrechte - räumliche Marktaufteilungskartelle	123
5.2.2.	Markt für nationale Fernsehrechte - Syndizierung des Rechteverkaufs	130
5.2.2.1.	Kartellierter Fernsehrechteverkauf im Football und Baseball	132
5.2.2.2.	Kartellierter Fernsehrechteverkauf im Fußball	140
5.3.	Markt für Werberechte	154
5.4.	Sonstige Kartellvereinbarungen der Ligaorganisationen	158
6.	Kartellvereinbarungen der Ligaorganisationen auf dem Spielermarkt	161
6.1.	Grundlegende Vorbemerkungen	161
6.2.	Auswahlverfahren von Nachwuchsspielern im Baseball und Football ("draft") - Bildung eines Nachfragerkartells zur Marktsegmentierung	169
6.3.	Wechselbeschränkungen - Kartellvereinbarungen zur Einkommensumverteilung	174
6.3.1.	Reserve Rule, Final-Offer Arbitration und Free Agent-Status im Baseball und Football	174
6.3.2.	Ablösesummen im Fußball	183
6.4.	Ausländerklausel - Diskriminierung ausländischer Arbeitnehmer (Protektionismus)	191

7.	Zutrittsmöglichkeiten zu den Ligaspiel-Märkten im Baseball, Football und Fußball	193
7.1.	Zutritt zum Kartell	193
7.1.1.	Fußball-Bundesliga als saisonal offenes Kartell	194
7.1.2.	Erweiterung des geschlossenen Baseball- oder Footballkartells	202
7.2.	Zutritt durch Bildung einer Konkurrenzliga	206
7.2.1.	Marktzutrittsbarrieren und Marktzutrittsversuche von Konkurrenzligen im Baseball und Football	206
7.2.2.	Potentielle Konkurrenzligen im Fußball	217
8.	Wettbewerbspolitische Beurteilung der Kartellvereinbarungen der Major League Baseball, National Football League und Fußball-Bundesliga	225
9.	Zusammenfassung der Ergebnisse und Schlußfolgerungen	237
	Anhang	243
	Literaturverzeichnis	253
	Zitierte Entscheidungen	273

## Abbildungsverzeichnis

	Seite	
Abb. 1:	Marktbeziehungen eines Sportveranstalters	7
Abb. 2:	Nachfragekurve der direkten Zuschauer und Durchschnittskostenkurve bei alternativen Qualitäten	22
Abb. 3:	Nachfrage- und Durchschnittskostenkurve bei kostenlosen Qualitätsverbesserungen	23
Abb. 4:	Determinanten der Zuschauernachfrage nach Ligaspielen	48
Abb. 5:	Marktbeziehungen eines Ligaspielveranstalters	65
Abb. 6:	Determinanten der Kartellfähigkeit	75
Abb. 7:	Mitglieder der Major League Baseball 1991	91
Abb. 8:	Mitglieder der National Football League 1991	94
Abb. 9:	Mitglieder der Fußball-Bundesliga 1991/92	96
Abb. 10:	Entwicklung der Preise für die Übertragungsrechte der Fußball-Bundesliga 1966/67 - 1996/97	142
Abb. 11:	Verhandlungsposition eines Nachwuchsspielers in der Major League Baseball, National Football League und Fußball-Bundesliga	172
Abb. 12:	Entwicklung der Preise für die lokalen und der Major League Baseball 1965 - 1988	244
Abb. 13:	Entwicklung der Erlöse der National Football League aus der Vergabe nationaler Fernsehrechte an Networks 1975 - 1987	245
Abb. 14:	Grenzen des Sportsponsoring	246

## Tabellenverzeichnis

	Seite
Tab. 1: Entwicklung des Sportsponsoring	31
Tab. 2: Preise für Übertragungsrechte der Major League Baseball 1965-1988.	125
Tab. 3: Gewünschte Sportarten im Fernsehen	247
Tab. 4: ARD-Sondersendungen nach Sportarten und Einschaltquoten	248
Tab. 5: Zuschauerzahlen und -einnahmen der Bundesligavereine in der Saison 1990/91	249
Tab. 6: Durchschnittsgehälter der Spieler der Major League Baseball nach Berufsjahren 1989	250
Tab. 7: Minimum- und Durchschnittsgehälter der Spieler in der Major League Baseball 1967-1990	251