



Rat der
Europäischen Union

Brüssel, den 27. April 2018
(OR. en)

8274/18

SPORT 23

VERMERK

Absender:	Generalsekretariat des Rates
Empfänger:	Ausschuss der Ständigen Vertreter/Rat
Nr. Vordok.:	7356/18 SPORT 16
Betr.:	Kommerzialisierung des Spitzensports und Nachhaltigkeit des europäischen Sportmodells – <i>Orientierungsaussprache</i> (<i>Öffentliche Aussprache gemäß Artikel 8 Absatz 2 der Geschäftsordnung des Rates</i>) [auf Vorschlag des Vorsitzes]

Nach Anhörung der Gruppe "Sport" hat der Vorsitz das beiliegende Diskussionspapier erstellt, das als Grundlage für die Orientierungsaussprache auf der Tagung des Rates (Bildung, Jugend, Kultur und Sport) am 23. Mai 2018 vorgelegt wird.

Kommerzialisierung des Spitzensports und Nachhaltigkeit des europäischen Sportmodells

Diskussionspapier des Vorsitzes

Das europäische Sportmodell ist seit langem etabliert und weist eine Reihe wichtiger Merkmale auf. Es könnte als ein Modell zusammengefasst werden, das auf fünf Schlüsselfunktionen basiert: Bildung, Förderung der öffentlichen Gesundheit, Soziales, Kultur und Freizeit. Ferner basiert es auf einer Pyramidenstruktur. Die *Vereine* bilden das Fundament dieser Pyramide. Regionale Verbände bilden die nächste Ebene, wobei die Vereine in der Regel Mitglieder dieser Organisationen sind. Nationale Verbände, einer für jede Disziplin, stellen die nächste Ebene dar. In der Regel sind alle regionalen Verbände Mitglieder des jeweiligen nationalen Verbands. Diese Verbände regeln alle allgemeinen Angelegenheiten innerhalb ihrer Disziplin und vertreten gleichzeitig ihre Branche in den europäischen oder internationalen Verbänden. Ferner organisieren sie nationale Meisterschaften und fungieren als Regulierungsstellen. Die Spitze der europäischen Sportpyramide bilden die europäischen Verbände, die nach dem Vorbild der nationalen Verbände organisiert sind. In jedem europäischen Verband darf nur ein nationaler Verband pro Land Mitglied sein.

Eines der Merkmale des Sports in Europa ist, dass er auf einem basisnahen Ansatz beruht. Die Entwicklung des Sports beginnt auf der Ebene der Vereine. Sie organisieren den Sport auf lokaler Ebene. Zudem sind die Vereine sehr eng mit der örtlichen Umgebung und Gemeinde verbunden. Daher hat der Sport in Europa eine wichtige soziale Bedeutung, denn er wirkt identitätsstiftend und trägt dazu bei, Menschen zusammenzubringen. Sport verkörpert und stärkt die nationale, regionale und lokale Identität, indem er den Menschen ein Gefühl der Zugehörigkeit zu einer Gruppe vermittelt. Indem er Spieler, Zuschauer und die umliegende Gemeinde zusammenbringt, leistet er einen Beitrag zur sozialen Stabilität und wirkt als Symbol für Kultur und Identität. Sport ist ein wichtiger Teil des sozialen Gefüges – er ist das Bindeglied, das zum Zusammenhalt unterschiedlicher Teile der Gesellschaft als gemeinsames Ganzes beiträgt.

Sport wird in Europa hauptsächlich von Laien und unbezahlten Freiwilligen organisiert. Sie sind für die Veranstaltung des Großteils der sportlichen Aktivitäten in Europa verantwortlich. Für sie ist der Sport nur eine Freizeitaktivität und eine Möglichkeit, einen Beitrag zur Gesellschaft und den lokalen Gemeinschaften zu leisten.

Aber der Sport – vor allem der Spitzensport – verändert sich. Wirtschaftlich betrachtet ist der Sport ein schnell wachsender Bereich. Der Markt hat den kommerziellen Wert des Spitzensports als Unterhaltungsform begriffen, und der Verkauf von Medienrechten für Sportveranstaltungen hat für einen enormen Geldzufluss gesorgt. Seit die kommerziellen Möglichkeiten des Spitzensports deutlich geworden sind, haben sich auch die Eigentumsverhältnisse der Spitzensportvereine verändert, und die Vereine haben begonnen, Kapital aus der ganzen Welt anzuziehen. In dem Bestreben, ihre Investitionen zu maximieren, haben die neuen Eigentümer ihre Vereine zu globalen Marken gemacht, um ihre Artikel an Fans auf der ganzen Welt verkaufen zu können.

Doch im Sport, der von Natur aus wettbewerbsorientiert ist, will die Öffentlichkeit zunehmend nur noch die Besten sehen. Das hat zur Folge, dass sich die Einnahmen aus den Medienrechten und damit der Verkauf von Artikeln tendenziell immer mehr auf einige wenige Spitzensportvereine konzentrieren. Die erfolgreichen Spitzensportvereine werden größer und reicher. Sie entwickeln eine echte globale Reichweite und haben Fans auf der ganzen Welt. Dabei können die, die nicht zu den Spitzensportvereinen zählen, leicht außen vor bleiben, weil sie nicht mehr in der Lage sind, mit den großen Vereinen mithalten.

Diese Entwicklungen zeichnen sich beim Fußball am deutlichsten ab, doch wirken dieselben Kräfte, die Kommerzialisierung und Globalisierung antreiben, auch auf viele andere Sportarten.

Hier stellt sich die Frage, wie sich diese Veränderungen mit dem traditionellen europäischen Sportmodell vertragen, bei dem Vereine in den lokalen Gemeinschaften verwurzelt sind und eine echte gesellschaftliche Funktion erfüllen.

Dieser Frage möchte der bulgarische Vorsitz mit den Sportministerinnen und -ministern der EU-Mitgliedstaaten nachgehen. Zur Strukturierung der Aussprache werden die Ministerinnen und Minister gebeten, die folgenden Fragen zu beantworten:

1. Gefährdet die rasche Kommerzialisierung und Globalisierung des Spitzensports Elemente des europäischen Sportmodells? Bringt die Konzentration der Einnahmen auf einige wenige Spitzensportvereine und besonders erfolgreiche Sportarten weniger populäre Sportarten und kleinere Vereine in Schwierigkeiten? Wie wirkt sich dies auf die Verbindungen der Sportvereine mit der örtlichen Umgebung und Gemeinschaft aus?
2. Wie können diese Fragen angegangen werden? Haben die Regierungen angesichts der möglichen Auswirkungen auf lokale und regionale Gemeinschaften die Verantwortung, einzugreifen?
