

„Es ist noch nichts gewonnen“

Professor Henning Zülch von der Handelshochschule Leipzig über einige Klippen auf dem RB-Weg

Henning Zülch (44) ist Inhaber des Lehrstuhls Accounting and Auditing an der HHL Leipzig Graduate School of Management. In seiner Forschung beschäftigt sich der gebürtige Dortmunder mit der Finanzmarktkommunikation sowie Fragen der finanziellen Integrität von Unternehmen und der Übertragbarkeit von Ansätzen der Ethikforschung auf Sportvereine.

Ist RB der Aufstieg angesichts des Acht-Punkte-Polsters noch zu nehmen?

Henning Zülch: Profifußball ist ein Tagesgeschäft. Nicht ohne Grund heißt die Devise auch für die Bayern oder Dortmund: „Wir fangen in der Rückrunde bei null an, da wir noch nichts gewonnen haben.“ Dies würde ich so auch auf RB Leipzig übertragen wollen. Es ist noch nichts gewonnen. Die Ausgeglichenheit der zweiten Liga kann im Endspurt problematisch werden. Aber RB hat ein großes Plus: die notwendige Gelassenheit und Ruhe bei den handelnden Personen.

Wie profitiert die Stadt von RB?

Der Imageeffekt für Leipzig ist nicht zu unterschätzen.

zen. Durch die sportlichen Erfolge steigen die Identifikation der Region mit dem Verein und deren Selbstbewusstsein. Die Fanbasis vergrößert sich zusehends, was die Zahl der Dauerkarteninhaber von 12 232 zur Rückrunde belegt. Ein Wehrmutstropfen wird sicherlich die Infrastruktur

im und um das Stadion künftig darstellen.

Was hieße der RB-Aufstieg für den Verein und das Umfeld?

Aus der Betriebswirtschaftslehre kommend liegt der Vergleich mit Wachstumsunternehmen nahe. Diese aus dem Start-up-Stadium herausgewachsenen Firmen haben eine tolle Idee und Investoren, die überzeugt vom Produkt und den Marktchancen sind. Indes sind sie vielfach nicht in der Lage, ihre Organisationsstrukturen an die gestiegenen Bedürfnisse in der gebotenen Kürze anzupassen. Diese Gefahr sehe ich bei RB Leipzig nicht, da das unternehmerische Know-how von Red Bull zur Verfügung steht. Dennoch gibt es einige Klippen, die nicht ganz so einfach zu umschiffen sein werden.

Welche Klippen meinen Sie konkret?

Naja, RB Leipzig handelt durchweg wie ein Unternehmen, und aktuell ist eine große Debatte darüber entbrannt, wie auch Profivereine gerade mit der Öffent-

lichkeitswirkung von Erstligisten ihrer gesellschaftlichen Verantwortung gerecht werden. So hat der BVB zum Beispiel vor drei Jahren seine Stiftung „leuchte auf“ gegründet, um dieser Verantwortung gerecht zu werden. Diese gesellschaftlichen Aktivitäten dürfen allerdings nicht nur eine Alibi-Veranstaltung sein, sondern müssen mit dem Kerngeschäft Fußball eng verwoben sein. Hier muss RB Leipzig noch nachrüsten. Nur so kann glaubwürdig gezeigt werden, dass RB Teil des gesellschaftlichen Bildes der Stadt und der Region ist und Identität stiftet. Daneben sind die infrastrukturellen Fragen zu lösen. Zudem muss RB Leipzig den gestiegenen organisatorischen Anforderungen gerecht werden.

Kann man den Begriff der gesellschaftlichen Verantwortung überhaupt praktisch fassen?

Das ist genau die Kunst, eine Antwort darauf zu finden: Was bedeutet es eigentlich, als Fußballverein gesellschaftlich verantwortungsvoll zu handeln? Der Verein als solcher, so ist es beispielsweise im Ruhrgebiet zu beobachten, stiftet allein durch seine Existenz zunächst einen gesellschaftlichen Wert. Er stiftet Identität und schafft Arbeitsplät-

ze und trägt somit zum Selbstwertgefühl einer ganzen Region bei.

Wie sieht gesellschaftliche Verantwortung praktisch aus?

Der gesellschaftliche Wert ist durch die Handlungen der beteiligten Personen sowohl maximierbar als auch minimierbar. Ziel muss es also sein, sämtliche Aktivitäten des Clubs auf ihren jeweiligen gesellschaftlichen Beitrag hin zu überprüfen und zu optimieren. Das hört sich einfach an, ist aber in der Umsetzung schwierig, um nicht in die Alibi-Ecke abgeschoben zu werden. Der sportliche Erfolg ist in diesem Kontext die notwendige Bedingung. Nur durch ihn wird auch die finanzielle Grundlage zur Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung sichergestellt.

Was wünschen Sie sich abschließend für die bevorstehende Rückrunde?

Klar wünsche ich mir den Aufstieg von RB – und freue mich auf große Spiele gegen Borussia Dortmund und Bayern München. Dann ist der Fußball endlich zurück nach Leipzig gekommen und knüpft an alte Traditionen an.

Interview: Rainer Kelch



Der gebürtige Dortmunder
Henning Zülch.

Foto: HHL

Anzeige

+ 1 PARTNER FREI*

COUPON ausschneiden & mitbringen!

ANALYSE, BERATUNG, TRAINING

***1er zahlt normal, der 2. trainiert 6 Monate gratis mit**
*Kommen Sie mit wem Sie wollen, für Ihren Trainingspartner ist alles vertragsfrei!
 Nur mit ausgeschnittenem Coupon, pro Coupon nur ein Paar. Gültig bis 20.02.2016
 solange genügend Kapazität vorhanden ist, Ersttermin vereinbaren!*

Mit vierteljährlichen Rücken-, Herz- & Stressanalysen bei uns im Institut IGT inkl. kompletter Trainingsplanung = 4 x 1,5 Stunden Personaltraining pro Jahr und täglichen individuellem Training auf 800 qm in unzähligen Varianten!
 Wir sind Ihr Partner von Leistungs- bis Reha-Sport.
 Kontrolliert trainieren auf höchstem Niveau für maximalen Erfolg!

Vielfalt auf 800 qm!

medical studio

Teichweg 16, 04420 Markranstädt,
 Tel.: 034205 411 311,
 Probetraining gratis!
 mehr Infos:
www.med4fit.de

Wirtschaftsfaktor Fußball: RB schafft viele Arbeitsplätze

RB Leipzig zieht an: 28 172 Zuschauer strömten in den Heimspielen bis zur Winterpause durchschnittlich ins Stadion. Europaweit findet sich RB mit dieser Unterstützerschar bei den Zweitligisten in der Spitzengruppe wieder. Das bedeutet nicht nur jede Menge Reputation für den Klub, sondern auch die Stadt Leipzig.

„Für den Sportstandort Leipzig etablieren wir mit RB eine Marke, mit der wir uns bundesweit gut positionieren“, sagt Sportbürgermeister Heiko Rosenthal. „Durch den sportlichen Mehrwert wird Aufmerksamkeit auf die Stadt gelenkt. RB ist zukünftig ein wesentlicher Baustein, um Leipzig wirtschaftlich zu repräsentieren.“

Doch nicht wenige Menschen aus Leipzig und Umgebung profitieren aktuell bereits direkt vom Wirtschaftsfaktor RB. 4000 bis 6000 Arbeitsplätze würden durch den Klub entstehen, hatte OBM Burkhard Jung vor Jahren geschätzt. „Wir bleiben dabei, dass diese Zahlen realistisch sind“, bekräftigt Rosenthal.

Laut einer Studie der Unternehmensberatung McKinsey und der DFL werden aus jedem Euro, den ein Bundesligist umsetzt, 2,40 Euro für die Region generiert. In der vergangenen Saison wurden etwa 50 Millionen für Leipzig und Umland erzeugt. Im Falle eines Aufstiegs könne die Region auf 200 Millionen Mehreinnahmen hoffen, glaubt Wolfgang Topf, Präsident

der Leipziger Industrie- und Handelskammer.

Volker Tolkmitt, Dekan der wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Fachhochschule Mittweida, hält die 4000 bis 6000 neu entstehenden Arbeitsplätze im Falle des Aufstieges für realistisch. Bundesligaklubs seien bedeutende mittelständische Unternehmen. Gut möglich, dass RB demnächst auch im Ranking der sächsischen Mittelständler vorn auftaucht.

Konkrete Zahlen sind dem Bundesligareport zu entnehmen. 48 830 Menschen waren 2013/14 bei den 36 Erst- und Zweitligisten, Tochtergesellschaften oder deren direktem Umfeld beschäftigt. Das macht im Schnitt 1356 Voll- und Teilzeitbeschäftigte pro Klub. Laut RB seien an Spieltagen 1400 Beschäftigte in und um das Stadion tätig. In der Bundesliga werde die Zahl steigen.

Hinzu kommen Hunderte Arbeitsplätze in Gastronomie, Hotelgewerbe und Einzelhandel, aber auch in Bau- und Textilgewerbe oder Medienbetrieben. RBL setze auf regionale Partner – wie beim Bau der Akademie am Cottaweg. Hauptverantwortlich für die Umsetzung war hier aber die Red Bull eigene Bull Bau GmbH. Frank Ullrich