

Radprofi – ein homo oeconomicus?

Lesen Sie den folgenden Zeitungsartikel und beantworten Sie die unten stehenden Fragen.

«(K)eine Frage der Moral»

An der Dopingproblematik sind nicht nur Sportler schuld, sondern auch falsche Rahmenbedingungen

Von Wolfgang Maennig (Text) und Christophe Ena (Foto), (NZZ, 11. Juli 2007)

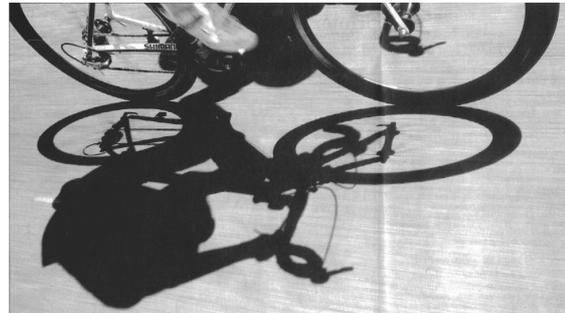
In den Augen vieler sind die Sportler und ihre ungenügende Moral an der Dopingproblematik schuld. In der Tat erfordert Doping eine bewusste Entscheidungsfindung. Die Sportler wägen zwischen Doping-Nutzen und Doping-Kosten ab. Zu den Nutzen zählen die sportliche Ehre, die durch zusätzliche Erfolge zu erlangen ist, das daraus erwirtschaftete Einkommen. Zu den Kosten der möglichen Verlust der Reputation im Fall einer Entdeckung, die finanziellen Einbussen, die aus Sperren resultieren. Wenn der Nettonutzen höher ausfällt als die Nutzenverluste, greifen Sportler zur Dopingstrategie.

Zu hohe Nutzen, zu geringe Kosten

Doch wenn an der Tour de France nicht nur einzelne, sondern praktisch alle Sportler samt Mannschaften nach einem solchen Kalkül zur Dopingstrategie neigen, kann dies kaum mit der besonders schlechten Moral erklärt werden (warum sollte diese schlechter sein als in anderen Sportarten?), sondern nur damit, dass die Rahmenbedingungen systematisch falsch gesetzt sind - d. h. in der Dopingstrategie zu hohe Nutzen und zu geringe Kosten anfallen.

Eine hieran ansetzende Verbesserung der Rahmenbedingungen könnte in der Wettkampfgestaltung beginnen. Die an der Tour de France üblichen Tagesdistanzen, zurückzulegenden Höhenkilometer und kurzen Erholungsphasen führen zu Erschöpfungsgraden, die den Nutzen bestimmter Dopingpraktiken aus Sicht der Athleten hoch erscheinen lassen.

Die (zu) hohen Einkommen aus einer Dopingstrategie im Radsport resultieren daraus, dass die Tour lange TV-Übertragungs-Zeiten, die Fahrer somit grosse Aufmerksamkeit erhalten. Im Jargon der Werbebranche sind Tour und Fahrer gute «Zuschauerkontaktproduzenten», weshalb Unternehmen für Sponsoring und Werbespots hohe Zahlungsbereitschaft entwickeln - und Sportler hohe Gagen erhalten. Dopingenthüllungen ändern daran nur wenig, da die Zuschauer den TV-Konsum kaum einschränken. Von Konsumboykotten gegenüber den Produkten von Unternehmen, die Doping in ihren Teams zulassen, ist nichts bekannt - die der-



Es sind falsch gesetzte Anreize, die im Radsport zu einer grossen Schattenseite führen.

zeitigen Kundenverluste der Deutschen Telekom sind keine Reaktion auf das systematische Doping des Telekom-Teams der letzten Dekade. Und Festina, der Sponsor dieses Radteams, das 1998 den Tour-de-France-Skandal ausgelöst hatte, erreichte die Erhöhung des Bekanntheitsgrades just wegen des Skandals. Insofern ist nachvollziehbar, dass Unternehmen nach Dopingskandalen die Sponsoraktivitäten selten einschränken.

Hier trägt das öffentlichrechtliche Fernsehen besondere Verantwortung. Seine Finanzierung über steuerähnliche Beiträge wird damit gerechtfertigt, dass die Übertragung von verdienstvollen Kultur- und Sportereignissen mit besonderem gesellschaftlichem Wert gesichert wird. In diesen gesellschaftlichen Auftrag implizit eingeschlossen ist der Auftrag, nicht verdienstvolle Veranstaltungen nicht zu übertragen. Zu einer wenig verdienstvollen Veranstaltung hat sich die Tour de France im letzten Jahrzehnt jedoch entwickelt, denn ihre Botschaft ist inzwischen auch, dass sich Betrug lohnt.

Würden TV-Sender nach jedem Dopingfall die Übertragung der Tour für ein Jahr aussetzen, drohen die Zuschauerzahlen - und damit die Sponsoringeinnahmen - für alle Teilnehmer ins Bodenlose zu fallen. Weil jeder Teilnehmer wüsste, dass das eigene Einkommen entfällt, selbst wenn andere dopen, würde sich die Mentalität im Radsport ändern: weg von einer Mentalität, wo jeder akzeptiert, dass gedopt wird - hin zu einem Verhalten, wo sich jeder für die anderen verantwortlich fühlt. Jeder Tour-Teilnehmer würde von den anderen mit Argusaugen beobachtet und hätte den Anreiz, Verdachtsmomente zu melden. Teilnehmer, Betreuer und Organisatoren würden eigenständig und innert kurzer Zeit effiziente Gegenmassnahmen entwickeln.

Die Medien verfügen deshalb über eine wichtige Verantwortung für das Dopingproblem, der sie sich bisher nicht ausreichend gestellt haben. Zu häufig lenken sie die Aufmerksamkeit der Zuschauer auf den Sieger - was die Spreizung der Einkommen zwischen Siegern und Placierten begünstigt und den Nutzen einer Dopingstrategie verstärkt.

Verpflichtung der Pharmakonzerne

Gegen Doping könnte zudem eine erhöhte «Entdeckungs»-Wahrscheinlichkeit helfen, wobei namentlich die Nachweisbarkeit neuerer Drogen verbessert werden sollte. Die Pharmakonzerne müssten verpflichtet werden, medizinische Präparate den Doping-Jägern schon in der klinischen Entwicklungsphase zur Verfügung zu stellen, damit diese rechtzeitig Testverfahren entwickeln könnten. Apropos Pharmakonzerne: Bei Wachstumshormonen existieren nur für rund 22 Prozent der Weltproduktion medizinische Indikationen - offensichtlich gibt es gegen Pharmakonzerne, die ihre Absatzkanäle nicht angemessen kontrollieren, keine angemessenen Sanktionen. Auch für Sportler sind die bisherigen Strafen, die fast nur in zeitlich begrenzten Sperren bestehen, ineffizient. Es erstaunt kaum, dass regelmässig Athleten, die am Ende der Karriere stehen (etwa Johan Museeuw oder Oscar Camenzind, ausserhalb des Radsports: Brigitte McMahon, Linford Christie, Uta Pippig, Dennis Mitchell, Dieter Baumann), des Dopings überführt wurden oder in Dopingverdacht gerieten - eine Sperre traf sie kaum.

Wirksame Strafen beständen in Geldbussen, deren Höhe so zu bemessen wäre, dass das oben skizzierte Kosten-Nutzen-Kalkül negativ endet. Die Mindestgeldbusse wäre zu berechnen, indem der erwartete Bruttonutzen des Dopings mit dem Kehrwert der Entdeckungswahrscheinlichkeit multipliziert würde. Betragen beispielsweise Preisgeld und Sponsorengelder nach einem Sieg 100 000 Euro und beläuft sich die Wahrscheinlichkeit, in Dopingkontrollen erwischt zu werden, auf einen Drittel, sollte die Geldbusse für Gedopte - unter Vernachlässigung der sonstigen Kosten und Nutzen des Dopens - mindestens 300 000 Euro betragen.

Solche Konventionalstrafen könnten dem Vertragsrecht unterliegen - und nicht wie die Wettkampfsperren dem problematischen Arbeits- und Persönlichkeitsrecht. Der internationale Radsportverband (UCI) lässt die Fahrer zwar nunmehr Verpflichtungserklärungen unterschreiben, wonach sie bei Doping eine Geldstrafe in Höhe des Jahresgehalts zu entrichten hätten. Allerdings sind diese Geldstrafen schwer messbar gewählt; zudem sollten auch Betreuer solchen Regelungen unterliegen. Und Empfänger der Strafzahlungen sollten letztlich die tatsächlich Geschädigten - nicht die UCI - sein. Als Geschädigte gelten die Mitkonkurrenten, aber auch die Athleten anderer Sportarten, deren Glaubwürdigkeit unter den Dopingskandalen ebenfalls leidet.

Apropos (finanzielle) Verantwortung der Verbände: In Deutschland hat jeder Spitzenverband

einen finanziellen Beitrag zur Finanzierung der Nationalen Anti-Doping-Agentur (Nada) zu leisten, der sich proportional zur Anzahl seiner Kadermitglieder verhält. Dies führt dazu, dass ein erfolgreicher Verband mit vielen Kaderathleten wie etwa der Ruderverband einen hohen Beitrag leisten muss, obwohl er in den fast 125 Jahren seines Bestehens keinen einzigen Dopingfall verursacht hat. Wie wäre es, wenn die Nada-Verbandsbeiträge proportional zur Zahl der Dopingfälle der Verbände in den letzten vier Jahren geregelt würden? Der Radsportverband müsste sich zu verstärkten Bemühungen gegen das Doping geradezu angeregt fühlen.

Es mag eingewendet werden, die Wahrscheinlichkeit der Entdeckung eines Dopingvergehens (und damit die notwendige Höhe der Geldstrafe) sei schwer kalkulierbar. Jedoch ist erstens eine zu gering geschätzte Entdeckungswahrscheinlichkeit (und damit eine «zu hohe» Geldstrafe) aus Sicht der Dopingbekämpfung unproblematisch. Zweitens bietet sich ein Prozess des Herantastens (Tatonnement-Prozess) an: Solange zu viele Sportler in einer Sportart dopen, sind die Geldstrafen zu erhöhen. Zum anderen mag kritisiert werden, dass Geldstrafen kaum einzutreiben wären. Der Tennisspieler Petr Korda, 1999 zur Rückzahlung des von ihm gedopt gewonnenen Preisgeldes verurteilt, hat die Zahlung bis heute nicht geleistet. Dieses Problem liesse sich lösen, indem ein erheblicher Teil der Einnahmen in Fonds eingezahlt würde, die erst nach Ende der - dopingfreien - Sportkarriere ausgezahlt würden. Der Anreiz, nicht zu dopen, würde gerade für «lang gediente» Sportler wie die oben genannten, die durch die Sperren kaum betroffen sind, besonders stark.

Mitschuldige Konsumenten

Insgesamt würden die Entscheidungsgrundlagen im Kalkül eines potenziell dopenden Sportlers anders, wenn diejenigen, die bisher meistens unbescholten davonkamen, endlich die bis jetzt falschen Rahmenbedingungen ersetzen: Planer, die zu viele und zu schwierige Streckenabschnitte planen; Pharmakonzerne, die ihre Absatzkanäle nicht angemessen kontrollieren; Sportfunktionäre, die bisher keine effizienten Strafsysteme eingeführt haben; Medien mit ungeeigneten Sendeinhalten; und letztlich Unternehmen, die unbeirrt auch dopingbelasteten Sport für Sponsoring nutzen. Und damit kommen wir zum Thema Moral: Mitschuldig sind wir Normalverbraucher, die Übertragungen von manipulierten Sportereignissen und Produkte von Doping-Sponsoren weiterhin konsumieren.

* Dr. Wolfgang Maennig ist Professor am Department Wirtschaftswissenschaften der Universität Hamburg. Er war Olympiasieger im Ruder-Achter 1988 und Vorsitzender des Deutschen Ruderverbandes von 1995 bis 2001. Das Internationale Olympische Komitee verlieh ihm 2001 den olympischen Orden)

- a) Inwiefern verhält sich ein Radprofi, der dopt, wie ein homo oeconomicus?
- b) Welches sind aus Sicht des Autors die falschen Rahmenbedingungen, welche die Dopingproblematik mitverursachen?