Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

Gesundheit
Wirtschaft
Zukunft

# Sportwirtschaft

*Fakten & Zahlen, Ausgabe 2018*

**Impressum**

**Herausgeber**
Bundesministerium für
Wirtschaft und Energie (BMWi)
Öffentlichkeitsarbeit
11019 Berlin
www.bmwi.de

**Stand**
April 2018

**Druck**
Druck- und Verlagshaus
Zarbock GmbH & Co. KG, Frankfurt

**Gestaltung und Produktion**
PRpetuum GmbH, München

**Bildnachweis**
FatCamera / istock / Titel

Diese Broschüre ist Teil der Öffentlichkeitsarbeit des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie. Sie wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum Verkauf bestimmt. Nicht zulässig ist die Verteilung auf Wahlveranstaltungen und an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben von Informationen oder Werbemitteln.

# Inhalt

1. Ausgewählte Kennzahlen des Sportsatellitenkontos (SSK) 2

2. Sportkonsum 12

3. Sportstättenbau und -betrieb 19

4. Sportsponsoring, Werbung und Medienrechte 22

Methodische Anmerkungen 25

Weiterführende Literatur zum SSK 26

**Hinweis:**
Die hier dargestellten Daten zur Sportwirtschaft sind aufgrund von methodischen Anpassungen und Änderungen bei der Datengrundlage nicht direkt mit früheren Veröffentlichungen zum Sportsatellitenkonto vergleichbar, siehe „Methodische Anmerkungen“ im Anhang.

# 1. Ausgewählte Kennzahlen des Sportsatellitenkontos (SSK)

## Sportsatellitenkonto (SSK):

Die Sportwirtschaft ist eine Querschnittsbranche. Sportbezogene Aktivitäten reichen in eine Vielzahl von wirtschaftlich relevanten Bereichen wie Sportartikelumsätze, Sportdienstleistungen, Werbung, Sponsoring, Medienrechte und Sportstätten hinein. Deshalb können Produktions-, Beschäftigungs- und Wertschöpfungsbeiträge der Sportwirtschaft nicht direkt aus der amtlichen Statistik abgeleitet werden. Dies macht eine statistische Erfassung der Sportwirtschaft zur Herausforderung. Abhilfe schafft die Erstellung eines **Satellitenkontos** zu den Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen (VGR). Dies ist ein etabliertes, aufwändiges Verfahren der Wirtschaftsstatistik zur nachvollziehbaren Ermittlung der direkten ökonomischen Bedeutung von Querschnittsaktivitäten wie Sport, Gesundheit oder Tourismus.

Das Sportsatellitenkonto (SSK) wird im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWi) und des Bundesinstituts für Sportwissenschaft (BISp) in einem aufwändigen Verfahren regelmäßig und umfassend aktualisiert. Die jüngste Aktualisierung im Jahr 2018 ermöglicht es, die wirtschaftliche Bedeutung des Sports in Deutschland für das Berichtsjahr 2015 zu beschreiben.

## Sonderveröffentlichungen zum SSK:

Zum SSK erscheinen jährlich Sonderveröffentlichungen in der Reihe „Aktuelle Daten zur Sportwirtschaft“. Diese Sonderveröffentlichungen bilden nicht das gesamte Sportsatellitenkonto ab, sondern werten verschiedene Schwerpunkt-Themen aus.

Bisher als Sonderveröffentlichung sind erschienen:

- 2017: Wirtschaftsfaktor Outdoorsport
- 2016: Ältere als Motor der Sportwirtschaft?
- 2015: Wirtschaftsfaktor Fußball
- 2014: Wirtschaftsfaktor Sportwetten – Sportfaktor Lotterien
- 2013: Wirtschaftsfaktor Wintersport

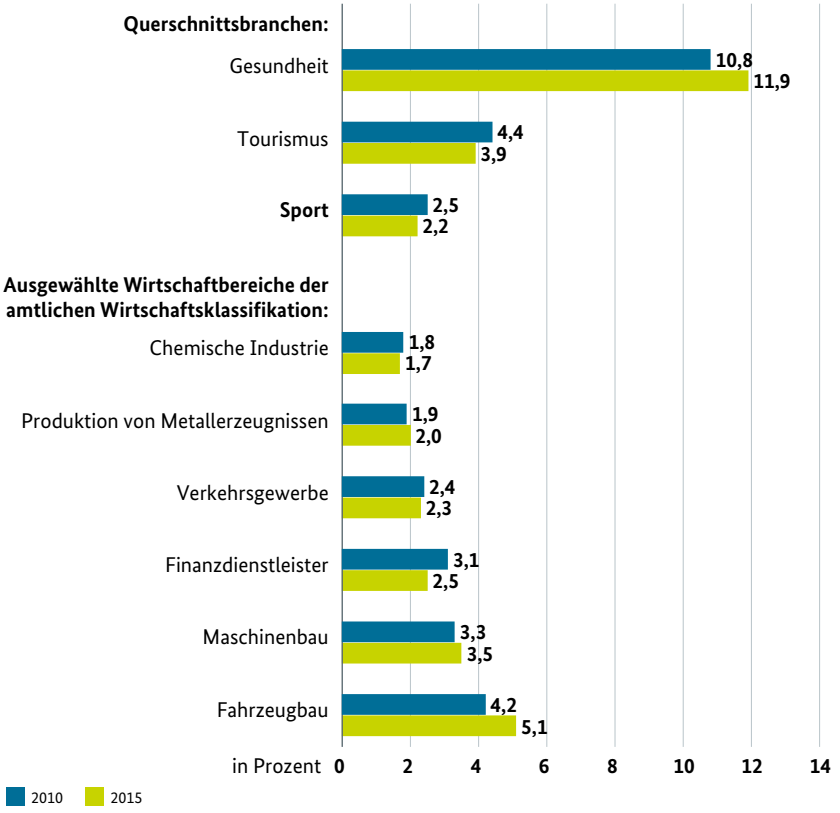
**Der Wirtschaftsfaktor Sport ist in Deutschland von 2010 bis 2015 gewachsen.** Im Vergleich zur Gesamtwirtschaft fällt der Anstieg jedoch unterdurchschnittlich aus. Deshalb nehmen die relativen Anteile der Sportwirtschaft an der Gesamtwirtschaft über die Zeit leicht ab.

**Abbildung 1: Ausgewählte Kennzahlen des Sportsatellitenkontos (SSK)**
(Angaben in jeweiligen Preisen bzw. Prozent an der Gesamtwirtschaft)

| Berichtsjahr | 2010 | 2015 | Veränderung (2010 bis 2015) |
|---|---|---|---|
| **Produktion, in Milliarden Euro** | | | |
| sportbezogen | 109,8 | 114,2 | +4,0% |
| % an gesamt | 2,3 | 2,1 | |
| **Bruttowertschöpfung, in Milliarden Euro** | | | |
| sportbezogen | 58,3 | 60,6 | +3,9% |
| % an gesamt | 2,5 | 2,2 | |
| **Aufkommen an Nettogütersteuern, in Milliarden Euro** | | | |
| sportbezogen | 8,4 | 9,2 | +9,9% |
| % an gesamt | 3,2 | 3,0 | |
| **Konsum der privaten Haushalte, in Milliarden Euro** | | | |
| sportbezogen | 59,1 | 65,0 | +10,1% |
| % an gesamt | 4,2 | 4,1 | |
| **Erwerbstätige, in Millionen** | | | |
| sportbezogen | 1,372 | 1,242 | -9,5% |
| % an gesamt | 3,3 | 2,9 | |

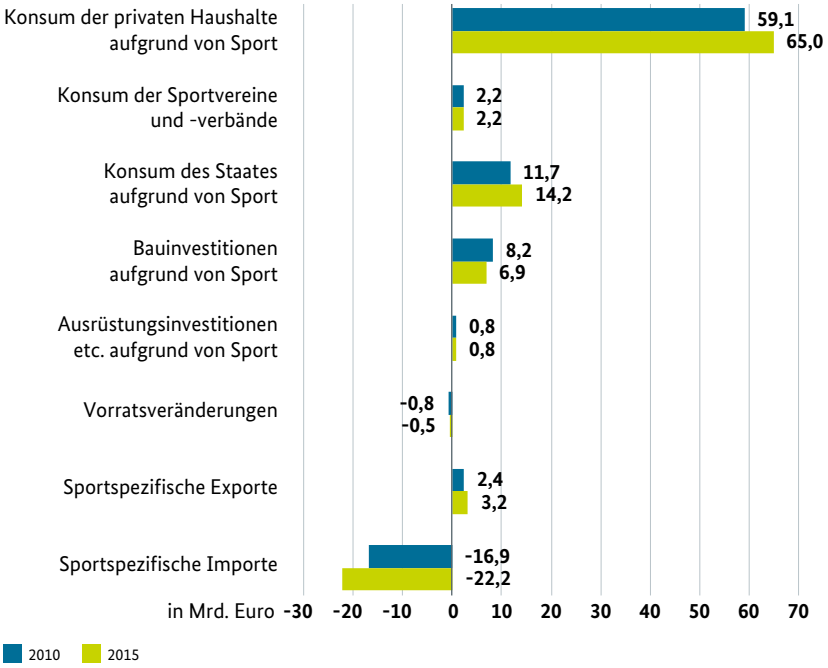
**Die wirtschaftliche Leistung der Querschnittsbranche Sport ist vergleichbar mit der Bruttowertschöpfung des Verkehrsgewerbes (gesamte Personen- und Güterbeförderung).**

**Abbildung 2: Vergleich der Bruttowertschöpfungsanteile ausgewählter Wirtschaftsbereiche mit Ergebnissen für die Querschnittsbranchen**
(Angaben in Prozent des gesamtwirtschaftlichen Bruttoinlandproduktes)



## Die sportspezifische Bruttoinlandsproduktion in Deutschland wird vom privaten Konsum getragen.

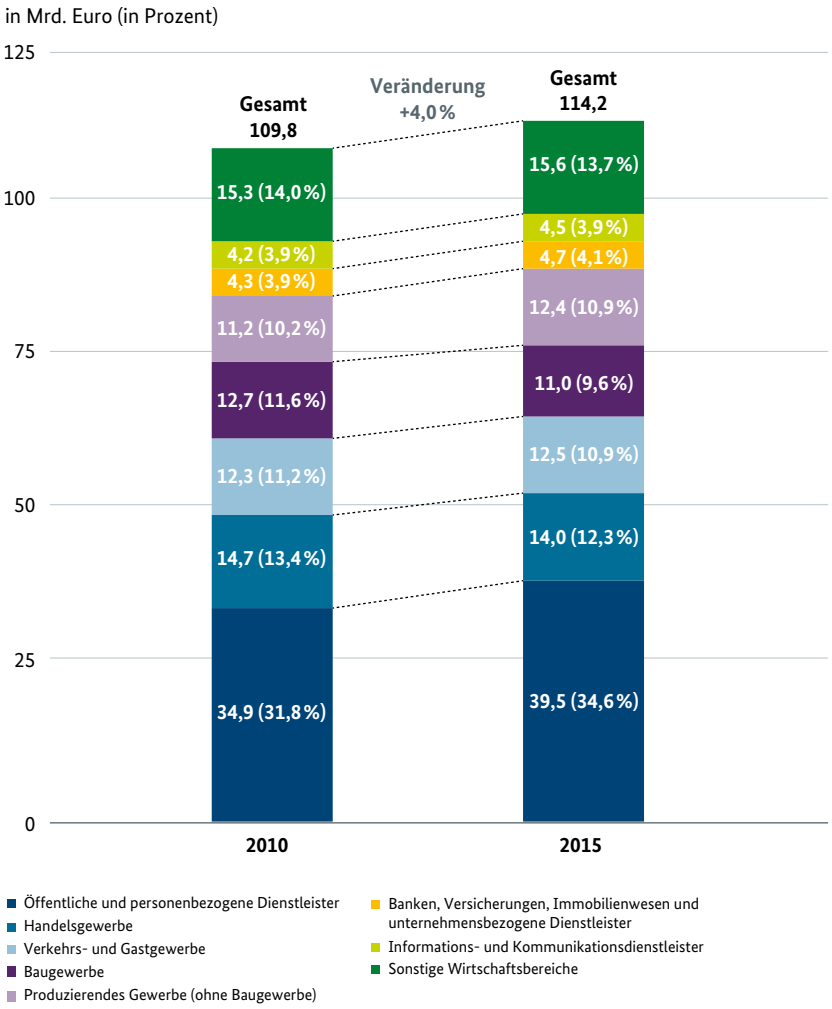
**Abbildung 3: Die verwendungsseitige Zusammensetzung des sportspezifischen Bruttoinlandsproduktes**
(Angaben in Milliarden Euro in jeweiligen Preisen)



**Die sportspezifische Produktion in Deutschland beträgt im Jahr 2015 rund 114 Milliarden Euro.**

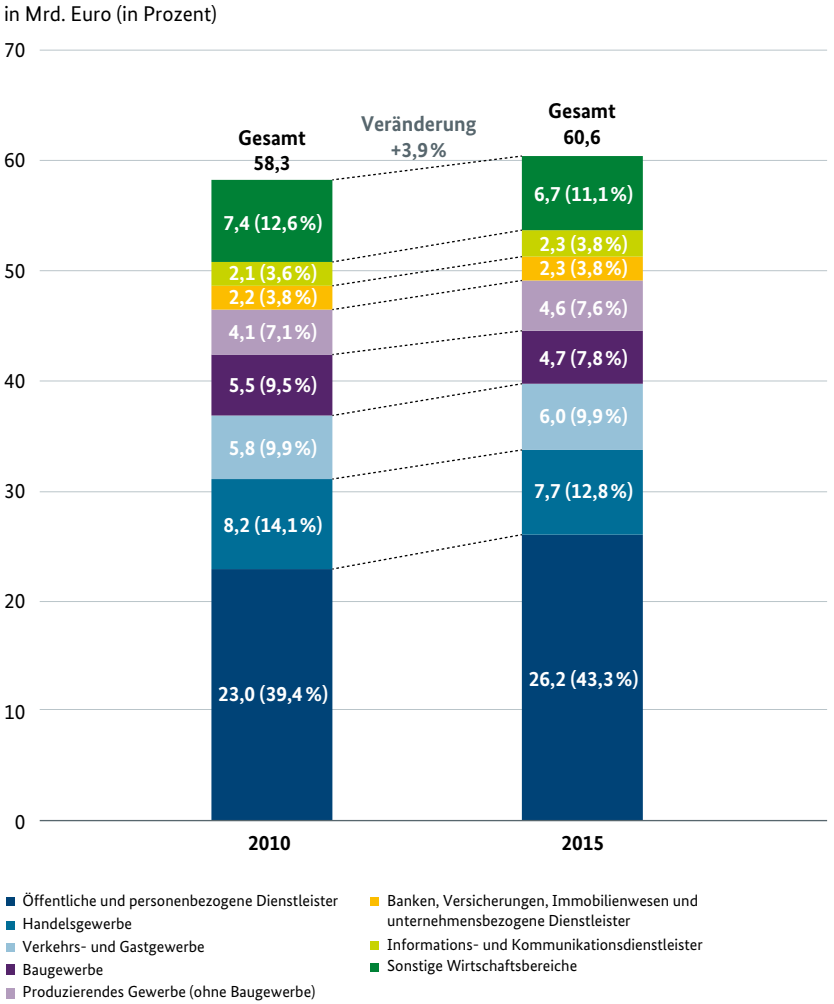
Insbesondere Dienstleistungen verzeichnen einen starken Anstieg seit 2010.

**Abbildung 4: Anteile der Wirtschaftsbereiche an der sportspezifischen Produktion**
(Angaben in Milliarden Euro in jeweiligen Preisen bzw. Prozent an der gesamten sportbezogenen Produktion)



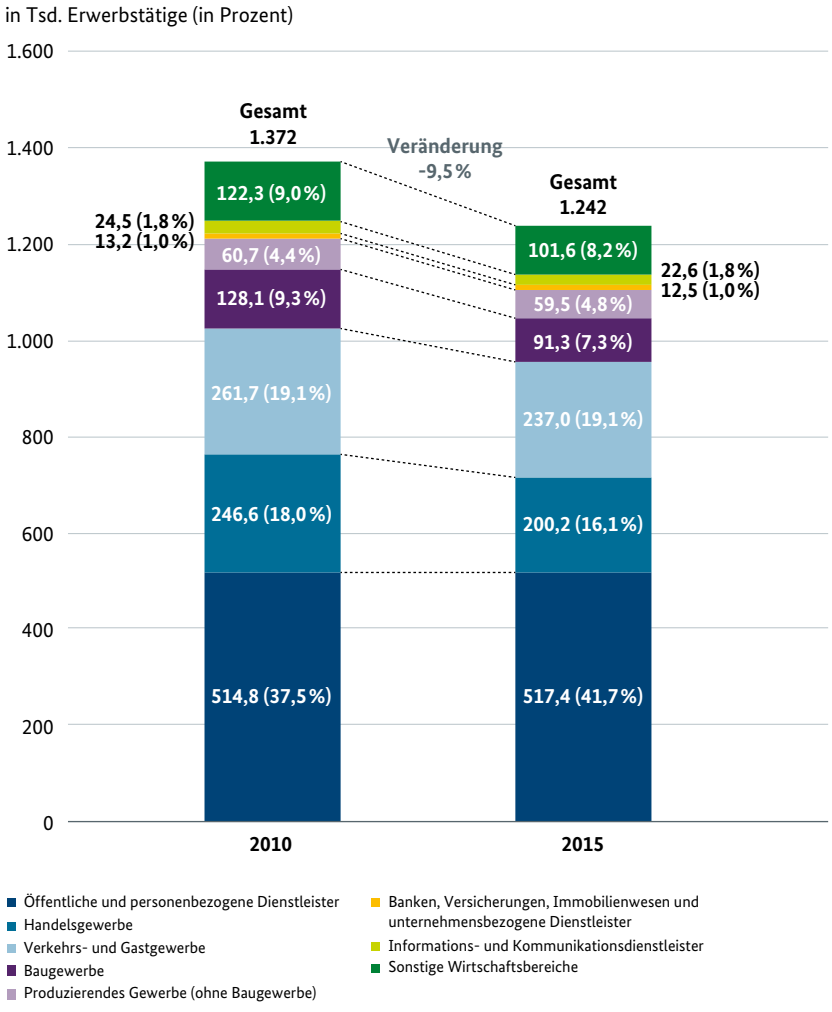
**Die Bruttowertschöpfung des Sports in Deutschland beträgt im Jahr 2015 rund 61 Milliarden Euro.**
Deutliche Zuwächse gegenüber 2010 zeigen sich vor allem im Bereich Dienstleistungen.

**Abbildung 5: Anteile der Wirtschaftsbereiche an der sportspezifischen Bruttowertschöpfung**
(Angaben in Milliarden Euro in jeweiligen Preisen bzw. Prozent an der gesamten sportbezogenen Bruttowertschöpfung)



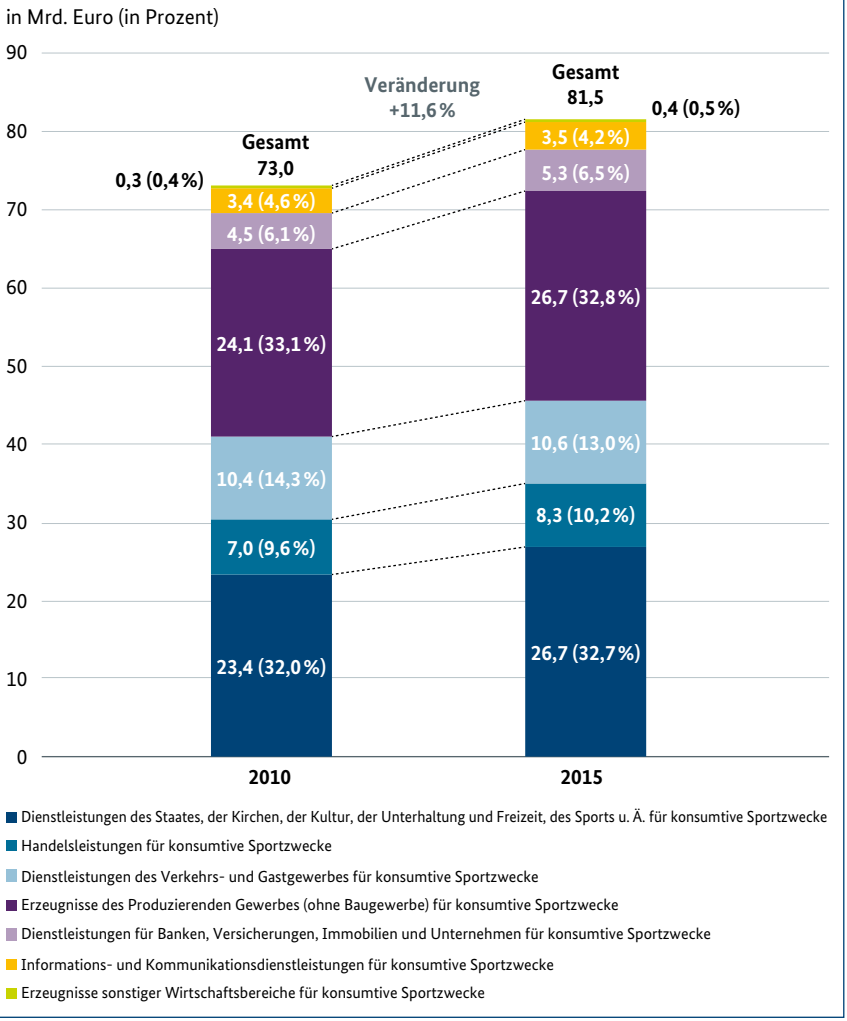
**Die Sportwirtschaft in Deutschland beschäftigt im Jahr 2015 gut 1,2 Millionen Menschen.**
Neben einem Zuwachs im Dienstleistungsbereich gibt es rückläufige Tendenzen im Baugewerbe, im Verkehrs- und Gastgewerbe sowie im Handel.

**Abbildung 6: Anteile der Wirtschaftsbereiche an der sportspezifischen Beschäftigung**
(Angaben in Tausend Erwerbstätige bzw. Prozent an der gesamten sportbezogenen Beschäftigung)



**Die sportbezogenen Konsumausgaben in Deutschland sind im Jahr 2015 auf 81,5 Milliarden Euro gestiegen.**
Der starke Anstieg gegenüber 2010 wird insbesondere bei Sportdienstleistungen und -produkten erzeugt.

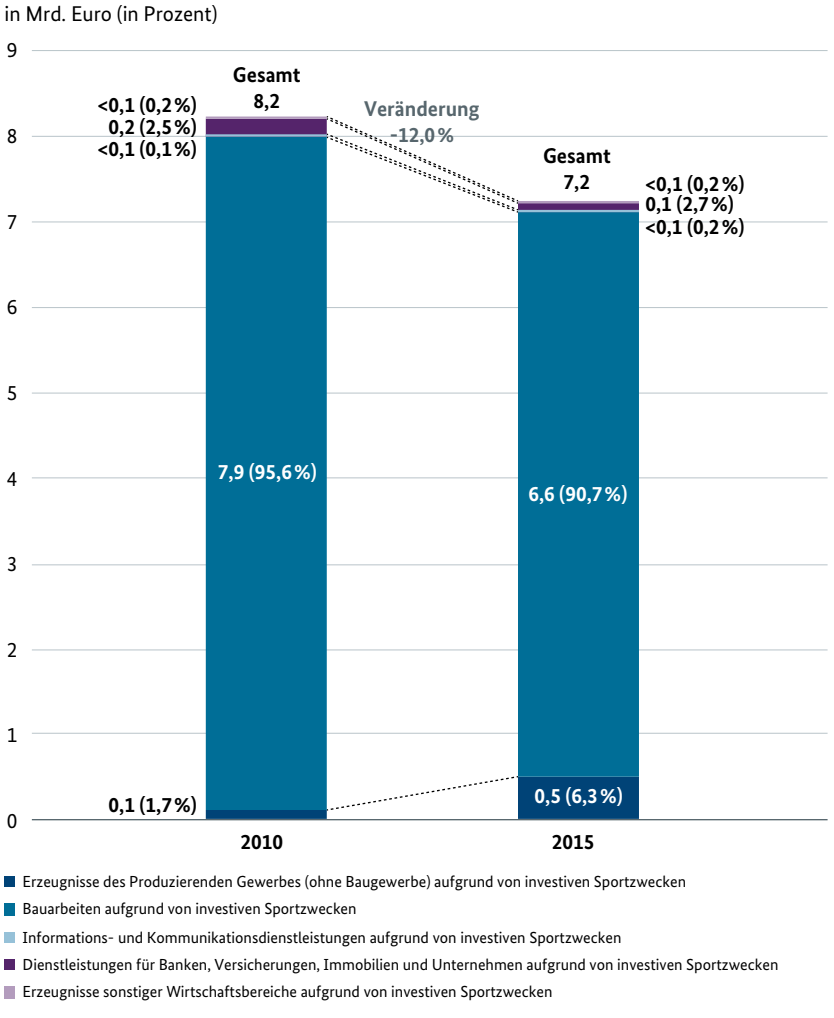
**Abbildung 7: Sportbezogener Gesamtkonsum (private Haushalte, Sportvereine und -verbände sowie Staat) nach Gütergruppen**
(Angaben in Milliarden Euro in jeweiligen Preisen bzw. Prozent am gesamten sportbezogenen Konsum)



**Die sportbezogenen Investitionen in Deutschland betragen im Jahr 2015 etwa 7,2 Milliarden Euro.**

Nach den erhöhten Investitionen in die Sportinfrastruktur im Rahmen der Konjunkturpakete in den Jahren 2009 bis 2011 nähern sich die Investitionen seitdem wieder dem vorher üblichen Niveau an.

**Abbildung 8: Sportbezogene Investitionen nach Gütergruppen**
(Angaben in Milliarden Euro in jeweiligen Preisen bzw. Prozent an den gesamten sportbezogenen Investitionen)



# 2. Sportkonsum

## Die Top 10 Sportarten in Deutschland.

**Abbildung 9: Sportaktivität in der erwachsenen Bevölkerung (16 Jahre und älter)**

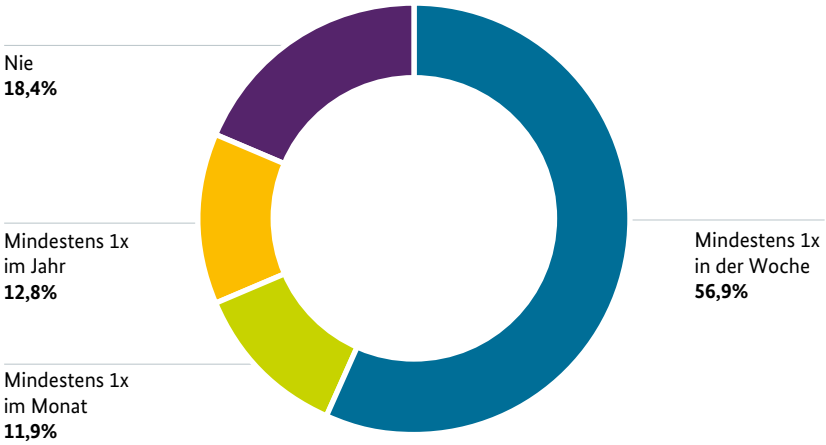
| **Sportart** Ranking 2015 *(2010)* nach Aktiven in der erwachsenen (16+ Jahre) Bevölkerung | | | **Aktive** in % der erwachsenen (16+ Jahre) Bevölkerung 2015 *(2010)* | | **Organisationsgrad** in % der aktiven Erwachsenen (16+ Jahre) im Jahr 2015 |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | *(2)* | Schwimmen | 37 % | *(31 %)* | 3 % |
| 2 | *(1)* | Radsport | 34 % | *(34 %)* | 1 % |
| 3 | *(4)* | Laufen/Joggen | 25 % | *(25 %)* | 3 % |
| 4 | *(3)* | Wandern | 24 % | *(27 %)* | 3 % |
| 5 | *(5)* | Fitness | 24 % | *(17 %)* | 6 % |
| 6 | *(6)* | Bowling/Kegeln | 20 % | *(16 %)* | 2 % |
| 7 | *(8)* | Gymnastik | 17 % | *(14 %)* | 24 % |
| 8 | *(11)* | Fußball | 14 % | *(11 %)* | 26 % |
| 9 | *(9)* | Gesundheitssport | 12 % | *(14 %)* | 8 % |
| 10 | *(13)* | Tanzen | 12 % | *(11 %)* | 14 % |

**Mehr als die Hälfte der Bevölkerung in Deutschland treibt mindestens einmal in der Woche Sport.**

Über 80 Prozent sind zumindest gelegentlich sportlich aktiv.

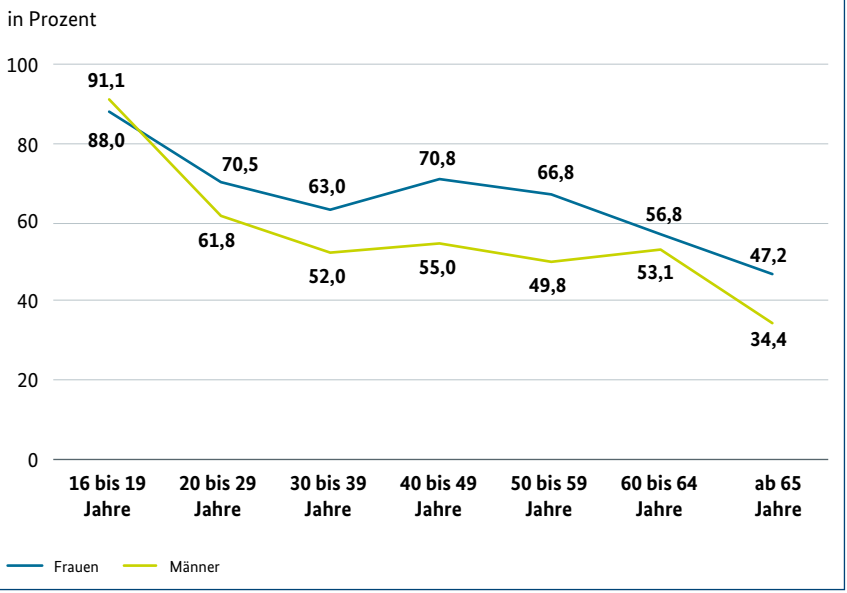
**Abbildung 10: Häufigkeit des Sporttreibens in der Bevölkerung über alle Sportarten**

(Angaben in Prozent, Berichtsjahr 2015)



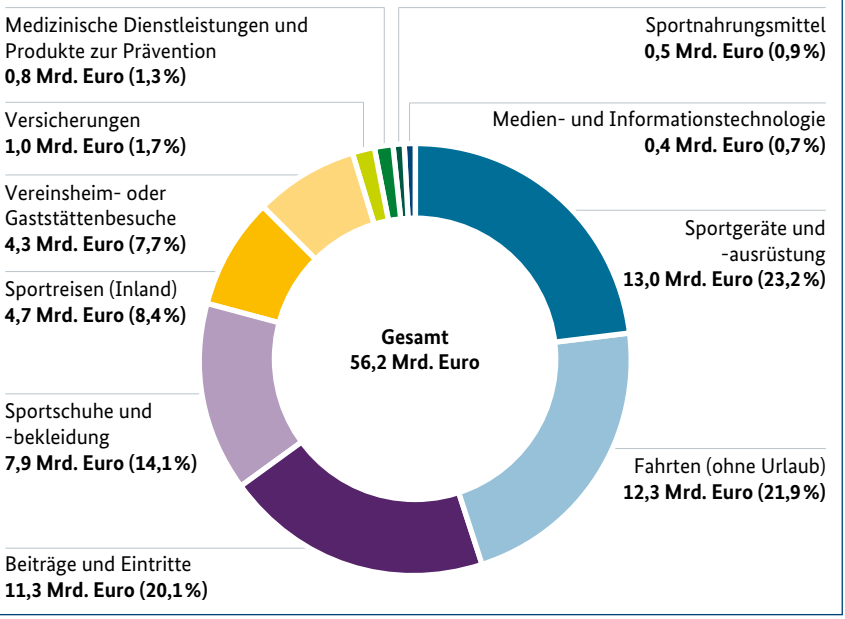
## Frauen treiben in Deutschland über fast alle Lebensphasen hinweg häufiger regelmäßig Sport als Männer.

**Abbildung 11: Anteil der regelmäßig Sporttreibenden an der jeweiligen Altersgruppe in der Bevölkerung im Altersverlauf nach Geschlecht (mindestens 1x pro Woche Sport, unabhängig von der Sportart)**
(Angaben in Prozent, Berichtsjahr 2015)



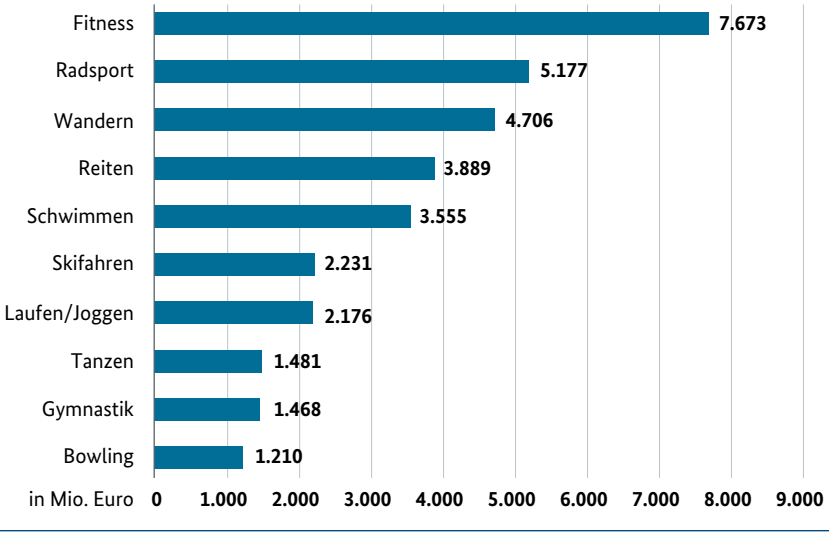
**Für die aktive Sportausübung gaben private Haushalte in Deutschland im Jahr 2015 insgesamt etwa 56 Milliarden Euro aus.**
Knapp 40 Prozent davon entfallen auf Sportbekleidung und Sportausrüstung.

**Abbildung 12: Aggregiertes Konsummuster für die aktive Sportausübung**
(Angaben in Milliarden Euro bzw. Prozent am gesamten aktiven Sportkonsum, Berichtsjahr 2015)



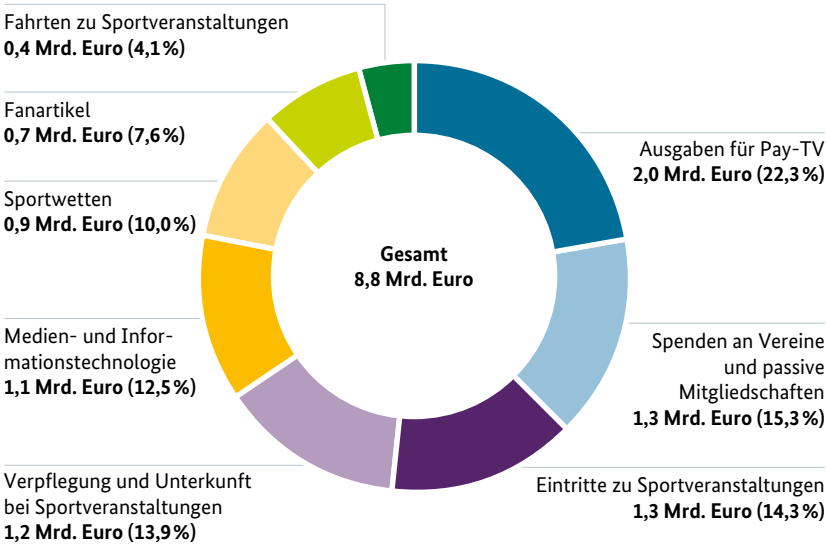
**Die Top 10 Sportarten der erwachsenen (16+ Jahre) Bevölkerung in Deutschland nach Ausgaben zur aktiven Sportausübung.**
Erwachsene Sportlerinnen und Sportler gaben insgesamt im Jahr 2015 am meisten Geld für Fitness-Sport aus.

**Abbildung 13: Ausgaben der privaten Haushalte (Bevölkerung 16 Jahre und älter) zur aktiven Sportausübung**
(Angaben in Millionen Euro, Berichtsjahr 2015)



**Für die passive Sportausübung/Sportinteresse gaben private Haushalte in Deutschland im Jahr 2015 insgesamt rund 8,8 Milliarden Euro aus.**
Die höchsten Ausgaben entfallen dabei auf Pay-TV-Gebühren.

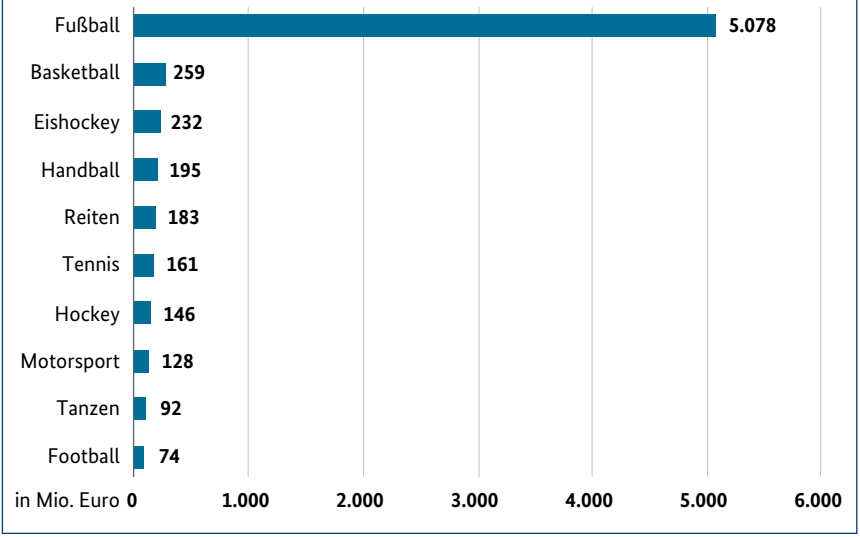
**Abbildung 14: Aggregiertes Konsummuster für die passive Sportausübung/ Sportinteresse**
(Angaben in Milliarden Euro bzw. Prozent am gesamten passiven Sportkonsum, Berichtsjahr 2015)




Der Konsum für passiven Sport/Sportinteresse umfasst alle Ausgaben, die für den Sport geleistet werden, ohne dass die Person selbst sportlich aktiv ist. Ein Beispiel wären die Ausgaben, die mit dem Besuch einer Sportveranstaltung als Zuschauer (Anfahrtskosten, Eintritt etc.) verbunden sind.

**Die Top 10 Sportarten der erwachsenen (16+ Jahre) Bevölkerung in Deutschland nach Ausgaben zur passiven Sportausübung/Sportinteresse.** Fußball ist diejenige Sportart, für die am meisten aus Sportinteresse ausgegeben wird. Danach folgen mit deutlichem Abstand weitere Mannschaftssportarten mit Ligabetrieb.

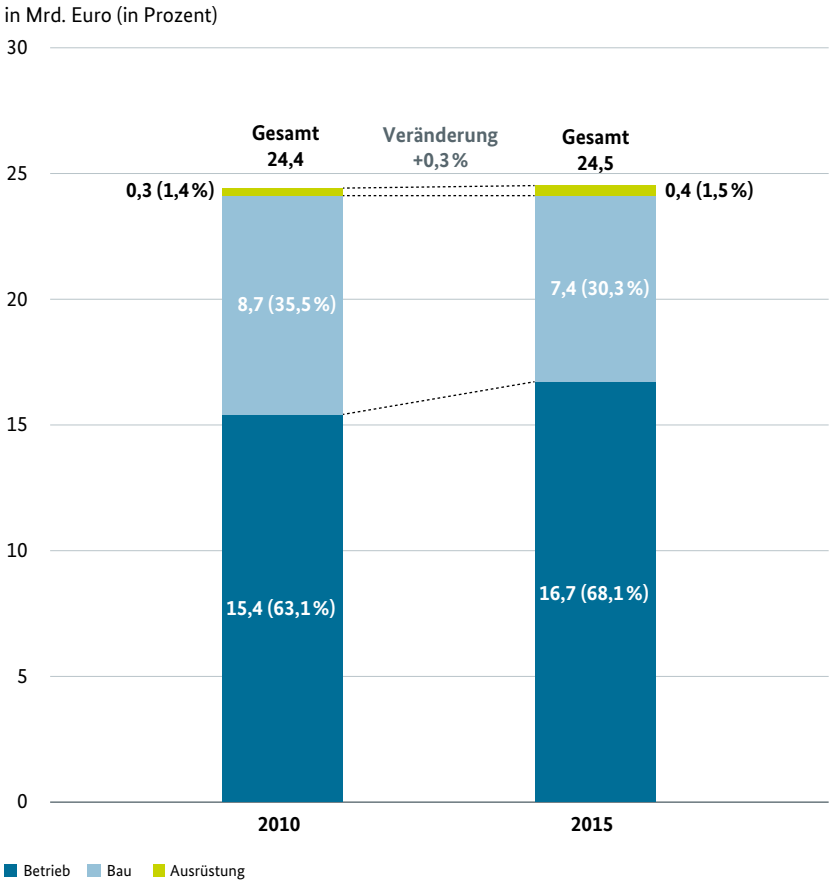
**Abbildung 15: Ausgaben der privaten Haushalte (Bevölkerung 16 Jahre und älter) zur passiven Sportausübung/Sportinteresse**
(Angaben in Millionen Euro, Berichtsjahr 2015)



# 3. Sportstättenbau und -betrieb

**Die wirtschaftliche Bedeutung der Sportstätten in Deutschland liegt stabil bei etwa 24,5 Milliarden Euro.**
Von 2010 bis 2015 nehmen die Baukosten dabei ab, während die Betriebskosten steigen.

**Abbildung 16: Gesamtausgaben für Sportstätten nach Kostenkategorie**
(Angaben in Milliarden Euro in jeweiligen Preisen bzw. Prozent an den Gesamtausgaben)

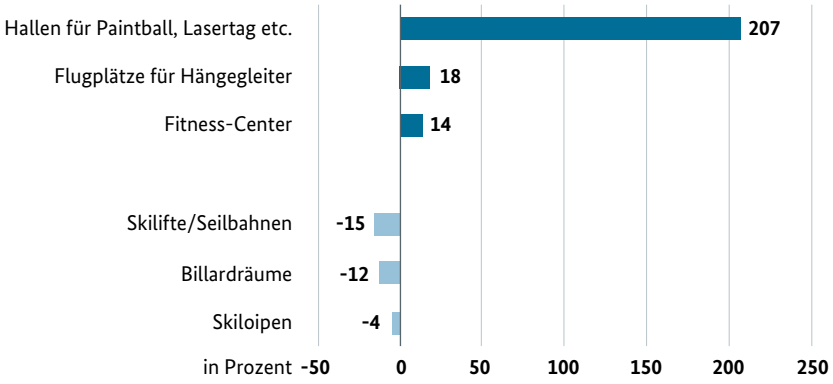


**Die Anzahl der Sportstätten und Sportgelegenheiten ist in den letzten Jahren insgesamt relativ konstant.**
Bei Hallen für Paintball/Lasertag ist von einem geringen Ausgangsniveau ein starker prozentualer Anstieg zu verzeichnen (von 41 auf insgesamt 126 Anlagen im Jahr 2015). Skianlagen und Billardräume entwickelten sich dagegen rückläufig.

**Abbildung 17: Sportstätten und Sportwege in Deutschland insgesamt und mit starker Entwicklung von 2010 bis 2015**
(Angaben in absoluten Einheiten bzw. Kilometern bzw. Veränderungen in Prozent)

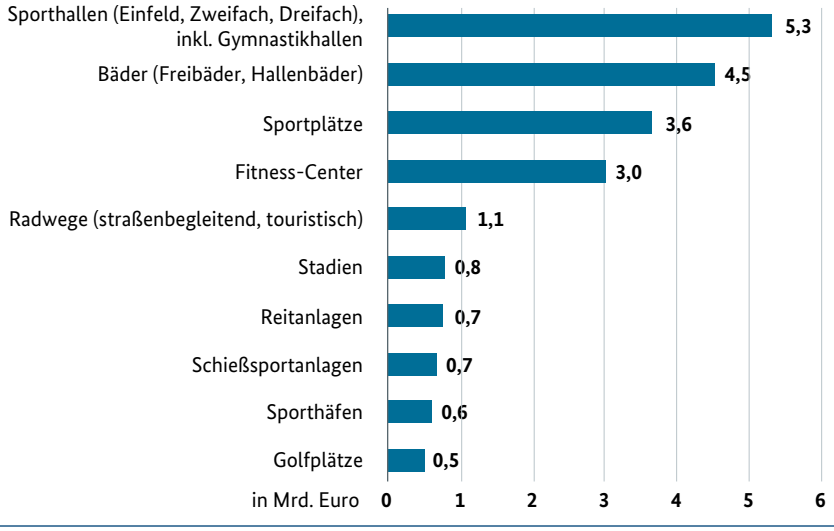
| Bestand insgesamt | | 2010 | 2015 | Veränderung (2010 bis 2015) |
|---|---|---|---|---|
| Sportstätten | Anzahl | 229,5 Tsd. | 229,4 Tsd. | -0,0% |
| Sportwege | Kilometer | 373,5 Tsd. | 378,7 Tsd. | +1,4% |

**Die Top 3 Sportstättenarten mit positiven und negativen Entwicklungen von 2010 bis 2015.**



**Die Top 10 Sportstätten in Deutschland nach wirtschaftlicher Bedeutung.**
Kommunale Sportstätten und Fitness-Center sind insgesamt mit den höchsten Ausgaben verbunden.

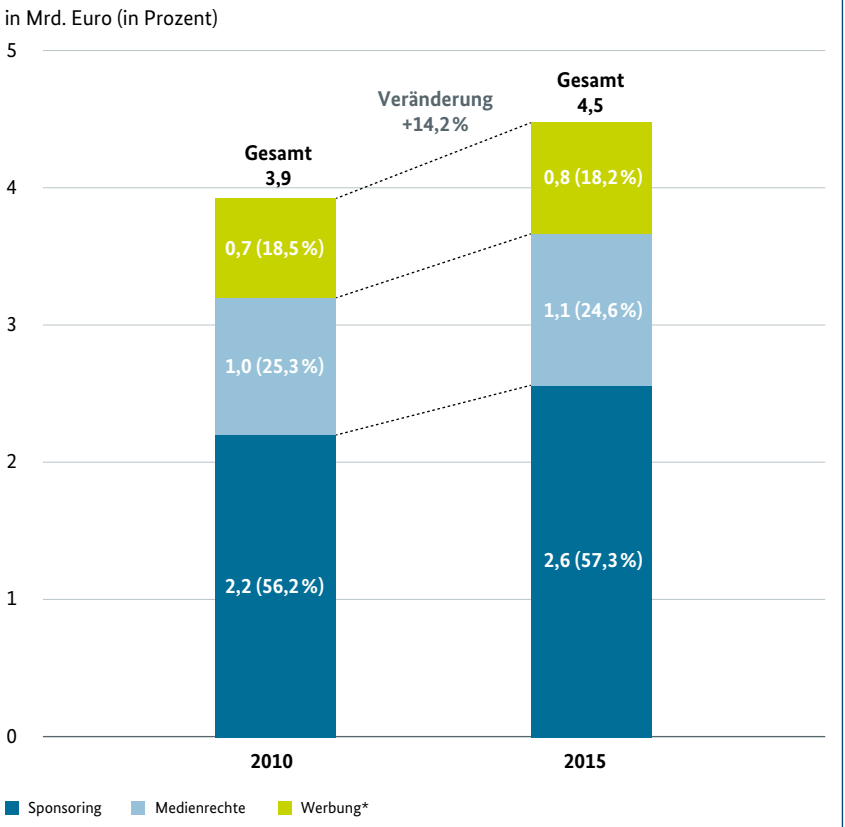
**Abbildung 18: Wirtschaftliche Bedeutung der Sportstätten**
(Gesamtausgaben für Sportstättenbau, Modernisierung, Pflege und Betrieb in Milliarden Euro, Berichtsjahr 2015)



# 4. Sportsponsoring, Werbung und Medienrechte

**Die wirtschaftliche Bedeutung des Sports im Bereich Sponsoring, Werbung und Medienrechte lag im Jahr 2015 bei etwa 4,5 Milliarden Euro.**
Gegenüber 2010 bedeutet dies einen Anstieg um mehr als 14 Prozent.

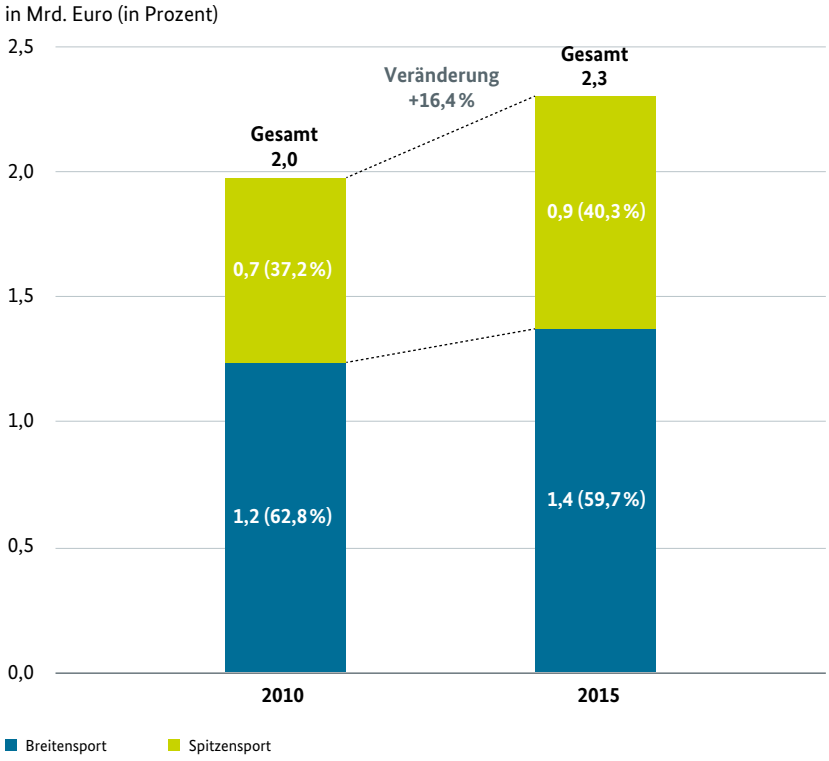
**Abbildung 19: Ausgaben für Sponsoring (inkl. Aktivierung), Medienrechte und Werbung im Bereich Sport**
(Angaben in Milliarden Euro in jeweiligen Preisen bzw. Prozent an Gesamtausgaben)




* Pauschale Fortschreibung anhand der Entwicklung der Werbeausgaben allgemein

**Der Schwerpunkt des Sportsponsorings liegt auf dem Breitensport.**
Von 2010 bis 2015 ist Sponsoring im Breitensport jedoch schwächer gestiegen (+11 Prozent) als im Spitzensport (+26 Prozent).

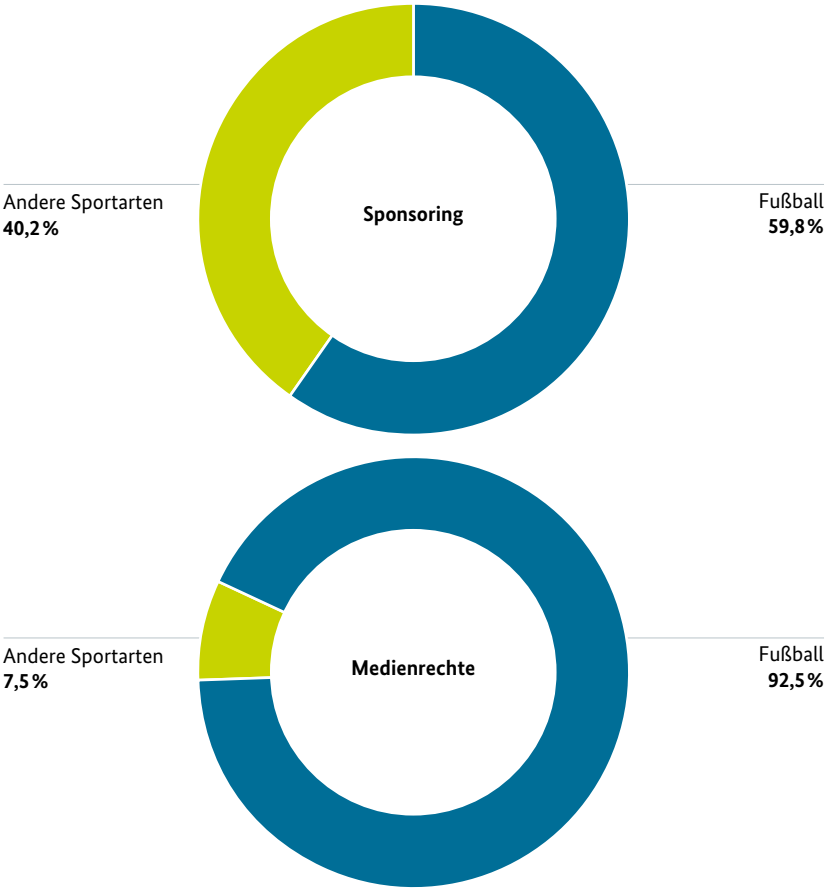
**Abbildung 20: Sponsoring-Ausgaben (ohne Aktivierung) der Unternehmen an Sportorganisationen im Breiten- und Spitzensport**
(Angaben in Milliarden Euro in jeweiligen Preisen bzw. Prozent an den Gesamtausgaben)




Spitzensport wird definiert durch die Teilnahme an national und/oder international bedeutenden Wettkämpfen. Die Definition der dem Spitzensport zugehörigen Ligen sowie Individualsportlerinnen und Individualsportler ist dabei sportspezifisch zu treffen. Breitensport definiert sich im Ausschluss zum Spitzensport. Jeder Sport, der nicht als Spitzensport ausgeübt wird, ist Breitensport. Breitensport bedeutet also Sport und körperliche Aktivitäten, die sich an die gesamte Bevölkerung richten.

**Fußball ist diejenige Sportart, der mit Abstand am meisten Ausgaben für Sponsoring und Medienrechte zufließen.**

**Abbildung 21: Ausgaben für Sponsoring (ohne Aktivierung) und Medienrechte nach Sportart**
(Angaben in Prozent an den Gesamtausgaben, Berichtsjahr 2015)



# Methodische Anmerkungen

Im Zuge der Aktualisierung des Sportsatellitenkontos (SSK) wurden mehrere methodische Anpassungen durchgeführt. Zum einen liegt seit 2016 eine neue wirtschaftsstatistische Basis des SSK in Form von detaillierten Aufkommens- und Verwendungstabellen der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen (VGR) für die Berichtsjahre ab 2010 vor. Diese basieren auf neu durchgeführten Berechnungen des Statistischen Bundesamtes infolge einer umfassenden Generalrevision der VGR und ihrer Datengrundlagen. Zum anderen wurde die Generalrevision der VGR zum Anlass genommen, auch die im Rahmen des projektbegleitenden SSK-Monitorings gewonnenen Erkenntnisse aus der primärstatistisch fundierten Erhebung zum sportspezifischen Ausgabeverhalten in das SSK einzuarbeiten.

Für den hier relevanten Berichtszeitraum 2010 bis 2015 wurden aus diesem Grund eine vollständig überarbeitete Zeitreihe zum Sportkonsum der privaten Haushalte erstellt und die Angaben zum Sportsponsoring, zur sportbezogenen Werbung und zum Sportstättenbau für den Berichtszeitraum aktualisiert.

Die in der vorliegenden Veröffentlichung dargestellten Daten zur Sportwirtschaft sind daher nicht direkt mit früheren Veröffentlichungen zum SSK vergleichbar.

Die Berechnungen wurden durchgeführt von 2HM, Mainz, und GWS, Osnabrück.

# Weiterführende Literatur zum SSK

Die ökonomische Bedeutung des Sports in Deutschland – Sportsatellitenkonto (SSK) 2015. Ahlert, G., an der Heiden, I. & Repenning, S. (2018): Die ökonomische Bedeutung des Sports in Deutschland – Sportsatellitenkonto (SSK) 2015. GWS Themenreport 2018/1, Osnabrück.

Wirtschaftsfaktor Outdoorsport. Repenning, S., an der Heiden, I., Meyrahn, F., Preuß, H. & Ahlert, G. (2017): Wirtschaftsfaktor Outdoorsport. Aktuelle Daten zur Sportwirtschaft. Herausgegeben durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) und das Bundesinstitut für Sportwissenschaft (BISp), Berlin/Bonn.

Ältere als Motor der Sportwirtschaft? an der Heiden, I., Meyrahn, F., Repenning, S., Preuß, H. & Ahlert, G. (2016): Ältere als Motor der Sportwirtschaft? Aktuelle Daten zur Sportwirtschaft. Herausgegeben durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) und das Bundesinstitut für Sportwissenschaft (BISp), Berlin/Bonn.

Wirtschaftsfaktor Fußball. an der Heiden, I., Meyrahn, F., Repenning, S., Preuß, H. & Ahlert, G. (2015): Wirtschaftsfaktor Fußball. Aktuelle Daten zur Sportwirtschaft. Herausgegeben durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) und das Bundesinstitut für Sportwissenschaft (BISp), Berlin/Bonn.

Wirtschaftsfaktor Sportwetten – Sportfaktor Lotterien. Meyrahn, F., an der Heiden, I., Ahlert, G. & Preuß, H. (2014): Wirtschaftsfaktor Sportwetten – Sportfaktor Lotterien. Aktuelle Daten zur Sportwirtschaft. Herausgegeben durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) und das Bundesinstitut für Sportwissenschaft (BISp), Berlin/Bonn.

Sportstätten im demografischen Wandel. an der Heiden, I., Stöver, B., Meyrahn, F., Wolter, M. I., Ahlert, G., Sonnenberg, A. & Preuß, H. (2013): Sportstätten im demografischen Wandel. Forschungsbericht (Kurzfassung) im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWi), Mainz, www.2HM.com.

Wirtschaftsfaktor Wintersport. an der Heiden, I., Meyrahn, F., Preuß, H. & Ahlert, G. (2013): Wirtschaftsfaktor Wintersport. Aktuelle Daten zur Sportwirtschaft. Herausgegeben durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) und das Bundesinstitut für Sportwissenschaft (BISp), Berlin/Bonn.

Die wirtschaftliche Bedeutung des Sports in Deutschland. Ahlert, G. (2013): Die wirtschaftliche Bedeutung des Sports in Deutschland. Abschlussbericht zum Forschungsprojekt „Satellitenkonto Sport 2008“ für das Bundesinstitut für Sportwissenschaft (BISp). GWS Research Report 2013/2, Osnabrück.

Die wirtschaftliche Bedeutung des Sportstättenbaus und ihr Anteil an einem zukünftigen Sportsatellitenkonto. an der Heiden, I., Meyrahn, F., Huber, S., Ahlert, G. & Preuß, H. (2012): Die wirtschaftliche Bedeutung des Sportstättenbaus und ihr Anteil an einem zukünftigen Sportsatellitenkonto. Forschungsbericht (Langfassung) im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi), Mainz, www.2HM.com.

Bedeutung des Spitzen- und Breitensports im Bereich Werbung, Sponsoring und Medienrechte. an der Heiden, I., Meyrahn, F. & Ahlert, G. (2012): Bedeutung des Spitzen- und Breitensports im Bereich Werbung, Sponsoring und Medienrechte. Forschungsbericht (Langfassung) im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi), Mainz, www.2HM.com.

Sport als Wirtschaftsbranche – Der Sportkonsum privater Haushalte in Deutschland. Preuß, H., Alfs, C. & Ahlert, G. (2012): Sport als Wirtschaftsbranche – Der Sportkonsum privater Haushalte in Deutschland. Unterstützt und finanziert wurde dieses Projekt vom Bundesinstitut für Sportwissenschaft (BISp) und dem Bundesministerium des Innern (BMI), Wiesbaden: Gabler.

www.bmwi.de