Zum Wert des Sports aus ökonomischer Perspektive

Exzerpt

Univ.-Prof. Dr. Christoph Breuer &
Felix Mutter

Köln, 18. Juni 2013

Deutsche Sporthochschule Köln
German Sport University Cologne
Institut für Sportökonomie und Sportmanagement
Institute of Sport Economics and Sport Management

Inhaltsverzeichnis

1 Hintergrund 3
2 Volkswirtschaftliche Effekte 3
2.1 Bruttoinlandsprodukt 3
2.2 Bauinvestitionen 4
2.3 Sportkonsum 4
2.4 Sponsoring, Werbung & Medienrechte 5
2.5 Arbeitsmarkteffekte 5
2.6 Steuereffekte des Sports 6
2.7 Volkswirtschaftliche Bedeutung des ehrenamtlichen Engagements im Sport 7
3 Sozioökonomische Aspekte 8
3.1 Gesundheitsleistungen 8
3.2 Sozialgefüge / Integration 9
3.3 Bildungsleistungen 9
3.4 Sozio-ökonomische Effekte von Sportgroßveranstaltungen 10
4 Fazit 10
Literatur 12

1 Hintergrund

Der Sport in Deutschland besitzt zweifelsohne einen hohen sozialen Wert. Entsprechend besteht kein Mangel seitens der von Staat, Politik und Sportorganisationen reklamierten Gemeinwohlfunktionen des Sports bzw. einer darauf spezialisierten Programmatik. So finden sich etwa Annahmen einer Integrations-, Sozialisations-, Repräsentations- und Gesundheitsfunktion des Sports in vielen Dokumenten und wurden bereits aus soziologischer Perspektive geprüft (z.B. Rittner & Breuer, 2004).

Die Frage, was der Sport für die Gesellschaft schafft, ist jedoch noch nicht hinreichend beantwortet. Öffentliche Unterstützungsleistungen für den Sport und Investitionen in den Sport erfordern heute zunehmend auch eine ökonomische Betrachtung. Dabei geht es weniger nur um den Umstand, dass Sport positive Externalitäten mit sich bringt, somit auch Sportinaktive vom Sporttreiben anderer profitieren (z.B. durch einen größeren gesellschaftlichen Zusammenhalt) und daher der gesellschaftliche Wert des Sports höher ist als die aggregierten individuellen Wertzuschreibungen durch die Sportaktiven, was wiederum eine Subventionierung von Teilen des Sports begründet (ausführlich: Breuer & Hallmann, in Druck). Bei der Diskussion um den Wert des Sports und damit implizit um öffentliche Unterstützungsleistungen für den Sport und Investitionen in den Sport stehen vielmehr Fragen um den ökonomischen Wert im Mittelpunkt. Es geht also um die Frage inwieweit der Sport in Deutschland einen volkswirtschaftlichen und sozialen Mehrwert generiert bzw. Investitionen in den Sport eine ökonomische und soziale Rendite erbringen.

Damit ist die Zielsetzung dieser Arbeit benannt. Der einschlägige Forschungsstand zum Wert des Sports soll aus ökonomischer Sicht aufgearbeitet und verdichtet werden, so dass ein schlüssiges Gesamtbild entsteht. Dabei berücksichtigt diese Arbeit die klassische volkswirtschaftliche Betrachtung ökonomischer Effekte, geht jedoch über diese hinaus, da ein großer Teil der Wertschöpfung des Sports gerade nicht durch eine klassische volkswirtschaftliche Herangehensweise erfasst werden dürfte. So berücksichtigt die klassische volkswirtschaftliche Herangehensweise etwa die Bedeutung des Produktionsfaktors Ehrenamt nicht hinreichend. Ähnliches dürfte für den sozioökonomischen Wert gelten (z.B. ökonomischer Bildungswert, Gesundheitswert, Integrationswert). Es geht im Folgenden somit eine ganzheitliche ökonomische Betrachtung des Anteils des Sports am Wirtschafts- und Steueraufkommen, am Arbeitsmarkt sowie um die auch in der Diskussion um Sportgroßveranstaltungen politisch wichtiger werdende Frage nach Umwegrentabilitäten: Inwiefern generieren Investitionen in den Sport einen sozioökonomischen Mehrwert?

2 Volkswirtschaftliche Effekte

2.1 Bruttoinlandsprodukt

Das sportbezogene Bruttoinlandsprodukt, also der Gesamtwert aller infolge von sportbezogenen Aktivitäten im Inland produzierten Waren und Dienstleistungen, beläuft sich unter Ausklammerung des kompletten medizinischen Bereichs auf 3,7 % des gesamten BIP (Ahlert, 2013; Meyer &

Ahlert, 2000; Weber et al., 1995). Laut statistischem Bundesamt (2012b) leistet der Sport damit im Branchenvergleich einen ähnlichen Beitrag wie das Versicherungsgewerbe (BIP-Anteil 2009: 4,0 %). Damit ist die relative ökonomische Bedeutung des Sports in Deutschland in höher als in Österreich (1,5 %; Dachs et al., 2001), der Schweiz (1,8 %; Berwert et al., 2007) oder Großbritannien (1,5 %; SIRC, 2010).

Die absolute sportbezogene Bruttowertschöpfung (=Gesamtwert der im Produktionsprozess erzeugten Waren und Dienstleistungen, abzüglich dem Wert der Vorleistungen) betrug 2008 ca. 73,1 Mrd. € (Ahlert, 2013). 1990 lag sie noch bei rund 15 Mrd. € (Weber et al., 1995), 1998 bei rund 26,5 Mrd. € (Meyer & Ahlert, 2000). Damit stellt der Sport einen wichtigen Wachstumsmotor der deutschen Wirtschaft dar.

Sportgroßveranstaltungen können das BIP signifikant beeinflussen. So konnte die FIFA-WM 2006 in Deutschland bis zum Jahresende 2008 eine Erhöhung des BIP von 3,88 Mrd. € bewirken (Preuß et al., 2009).

2.2 Bauinvestitionen

Das Gesamtvolumen für den Bau, die Modernisierung, die Pflege und den Betrieb von Sportstätten betrug im Jahr 2008 rund 22,6 Mrd. €. Den größten Anteil machen die Betriebs- und Instandhaltungskosten aus (rund 9,7 Mrd. €), gefolgt von den Bauinvestitionen in Sportstätten (rund 7,0 Mrd. €). Die öffentliche Hand, im Wesentlichen die Kommunen, trug ca. 74 Prozent der Investitions- und Betriebskosten im Bereich Sportstätten (Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, 2012).

Meyer und Ahlert (2000, S. 190ff.) konnten in Simulationsrechnungen nachweisen, dass Sportinfrastrukturinvestitionen (durch Rückführung des allgemeinen Staatsverbrauchs) einen positiven Effekt auf das Bruttoinlandsprodukt besitzen.

Aus dem Sportentwicklungsbericht ist bekannt, dass auch Sportvereine wirtschaftliche Multiplikatoreffekte erzeugen. So investieren pro Jahr 5,5 % der Sportvereine (absolut: 5.000 Vereine) jeweils mehr als 10.000 Euro in eigene Baumaßnahmen. Im Durchschnitt investierten diese Vereine einen Betrag von gut 80.000 Euro. Setzt man diese Werte in Beziehung zu den Zuschüssen zum vereinseigenen Sportanlagenbau, welche über die Landessportbünde verteilt werden, so wird deutlich, dass durch diese Anschubfinanzierung ein deutlicher ökonomischer Mehrwert entsteht. Selbst wenn man unterstellt, dass eine Vielzahl vereinseigener Bauinvestitionen weitere öffentliche Zuschüsse erhält, so muss festgehalten werden, dass Anschub- bzw. Anreizprogramme zum vereinseigenen Sportanlagenbau einen volkswirtschaftlichen Mehrwert generieren.

2.3 Sportkonsum

Der sportbezogenen Konsum stellt den größten Anteil an den tangiblen ökonomischen Effekten des Sports dar. Der Konsum privater Haushalte in Deutschland beträgt 138,6 Mrd. Euro, davon

entfallen 112,6 Mrd. Euro auf das aktive Sporttreiben und 26 Mrd. Euro auf das passive Interesse am Spitzensport (Preuß et al., 2012). Demnach macht der Sport einen Anteil von 9,7 %, bzw. 7,2 % ohne die Berücksichtigung von Fahrtkosten, am Gesamtkonsum deutscher Haushalte aus.

Für Sportgroßveranstaltungen konnte auf Basis mehrerer untersuchten Events ein deutlicher eventinduzierter Mehrkonsum ausgemacht werden. Der WM 2006 in Deutschland (Preuß et al., 2009) und den Olympischen Spielen 2012 in London (Airola & Craig, 2000; Blake, 2005; Visa Europe, 2012) konnten von verschiedenen Autoren ein kurzfristiger Mehrkonsum von ca. 1 Mrd. Euro zugerechnet werden. Besonders zu beachten ist dabei, dass nur die Konsumausgaben von eventinduzierten Besuchern des Landes oder der Region uneingeschränkt dem Sport zurechenbar sind.

Neben dem sportbezogenen Konsum privater Haushalte, weist der organisierte Sport erhebliche Ausgaben auf. Die jährlichen Ausgaben der knapp 4000 Sportverbände und –Bünde in Deutschland können auf ca. 671 Mio. Euro beziffert werden (Breuer, 2013b). Entsprechend der aktuellen Welle des SEBs beträgt das Gesamtvolumen aller ca. 91.000 Sportvereine in Deutschland ca. 3.289 Mio. Euro pro Jahr (Breuer, 2013a).

2.4 Sponsoring, Werbung & Medienrechte

Gemäß einer Studie des BMWi (an der Heiden, Meyrahn, et al., 2012) beträgt das Gesamtvolumen für Werbung, Sponsoring und Medienrechte im Jahr 2010 5,5 Mrd. €. Jedes dritte Unternehmen unterstützt den Sport direkt oder indirekt. Durch Sponsoring erhält der Breitensport rd. 2,5 Mrd. € und der Spitzensport rd. 1 Mrd. € im Jahr. Die Werbeausgaben der Sportgüterhersteller betragen 726,9 Mio. € und sind so im Vergleich der werbestärksten Branchen 2010 zwischen Online-Dienstleistungen (777,9 Mio. €) und Schokolade und Zuckerwaren (726,4 Mio. €) an achter Stelle einzuordnen (Nielsen, 2011). Die Aufwendungen für Medienrechte haben einen Umfang von gut 1 Mrd. €.

Auch dieses Wirtschaftssegment des Sports zeichnet sich durch sehr hohe Wachstumsraten aus. So wurden für 2000 ein Sponsoringvolumen von 1,5 Mrd. € (Krüger & Baacher, 2007, S. 4) und bezogen auf die alten Bundeländer Volumina von 1,2 Mrd. € (1997) bzw. 77 Mio. € (1985) ermittelt (Büch & Frick 1999, S. 110).

2.5 Arbeitsmarkteffekte

Nach Ahlert (2013) waren durch die sportbezogenen Aktivitäten in Deutschland ca. 1,765 Mio. Menschen beschäftigt. Dies entspricht ca. 4,4 % aller Erwerbstätigen. Damit bewegt sich die Sportbranche ungefähr auf dem Niveau des Kreditgewerbes, welches 2009 für 4,3 % der Beschäftigten in Deutschland verantwortlich war (Statistisches Bundesamt, 2012b).

1998 lag der Anteil der sportbezogenen Beschäftigten bei 2,4%. Von diesen 783.000 Arbeitsplätzen sind 541.000 Arbeitnehmer direkt in der Sportbranche[1] und 242.000 außerhalb der sportspezifischen Produktionsbereiche[2] tätig. Parallel zu seiner steigenden Bedeutung hinsichtlich BIP und Konsum generiert der Sport auch in zunehmendem Maße Arbeitsplätze (vgl. Meyer & Ahlert, 2000, S. 62 ff. und S. 141ff.).

In Deutschland ist damit die Arbeitsmarktrelevanz des Sports höher als in Europa insgesamt, wo der Anteil der Arbeitsplätze im Sport bei ca. 2% aller Beschäftigten liegt (Dachs et al, 2001; Berwert et al., 2007; SIRC, 2010).

Dass sportbezogener Konsum auch in sportfremden Branchen Arbeitsplätze schafft und sichert, sei beispielhaft an der Fußball-Bundesliga deutlich gemacht. Von den insgesamt 70.000 Vollzeitarbeitsplätzen, die durch die Fußball-Bundesliga in der Saison 2008/2009 generiert wurden, befinden sich weniger als 10% direkt im Profifußball. Allein im deutschen Gastronomie- und Hotelgewerbe verdanken mehr als 10.000 vollzeitäquivalent Angestellte ihre Jobs dem professionellen Fußball. Studien aus den USA zeigen, dass vor allem Geringqualifizierte von sporteventinduzierten Arbeitsmarkteffekten profitieren können (Baade & Sanderson, 1997).

2.6 Steuereffekte des Sports

Auch aus finanzpolitischer Sicht ist der Sport neu zu bewerten. Die direkten sportbezogenen Einnahmen der öffentlichen Haushalte in Deutschland sind größer als ihre direkten sportbezogenen Ausgaben. Bei einer engen Definition von Sport stehen Einnahmen in Höhe von 14,655 Mrd. €. Kosten (Ausgaben plus Steuermindereinnahmen) in Höhe von rund 9,895 Mrd. € gegenüber.[3] Bei einer weiten Definition von Sport stehen Einnahmen in Höhe von 22,171 Mrd. € Kosten in Höhe von 9,895 Mrd. € gegenüber (vgl. Abb. 1 sowie Pawlowski & Breuer, 2012). Insgesamt betrachtet überwiegen somit aus Sicht der öffentlichen Haushalte die sportbezogenen Nutzeneffekte über die sportbezogenen Kosteneffekte. Rechnet man die direkten Ausgaben für den Schulsport heraus (ca. 3,5 Mrd. €), so gilt dies auch für die Kerndefinition des Sports.

[1] Hierzu zählen Sportvereine und –verbände, Sportwaren, sportspezifische Beschäftigung der öffentlichen Hand sowie erwerbswirtschaftliche Sportanbieter (Meyer & Ahlert, 2000, S. 141ff).

[2] Hierbei handelt es sich nicht nur um direkt durch die Sportnachfrage induzierte Beschäftigungseffekte, sondern auch jene, die indirekt, z.B. durch die Herstellung von Zwischenprodukten, für die sportspezifische Endnachfrage tätig sind (Meyer & Ahlert, 2000, S. 62f).

[3] Um die Steuereffekte des Sports adäquat abschätzen zu können, muss zwischen einer Kern-, engen und weiten Abgrenzung des Sports unterschieden werden. Zur Kernabgrenzung des Sports gehören solche Wirtschaftszweige, die personenbezogene Sportdienstleistungen erbringen, wie der Betrieb von Sportanlagen, Sportvereine und Sportverbände, professionelle Sportmannschaften, selbständige Berufssportler und -trainer, Sportpromoter und sonstige professionelle Sportveranstalter sowie Sportschulen und selbständige Sportlehrer. Zur engen Abgrenzung des Sports gehören einerseits die sechs Wirtschaftszweige der Kernabgrenzung. Darüber hinaus gehören hierzu solche Wirtschaftszweige, deren Lieferungen und Leistungen als notwendige Inputs gesehen werden, um "Sport zu produzieren" wie die Sportartikelindustrie. Zur weiten Abgrenzung des Sports gehören (zusätzlich zu den oben genannten Wirtschaftszweigen der Kern- und engen Abgrenzung des Sports) solche Wirtschaftszweige, deren Lieferungen und Leistungen eine direkte oder indirekte Verbindung zum Sport haben, ohne für die "Produktion von Sport" notwendig zu sein. Beispiele hierfür sind der Sportzeitschriftenhandel, der Transport von Sporttouristen oder Sportwetten-Anbieter.

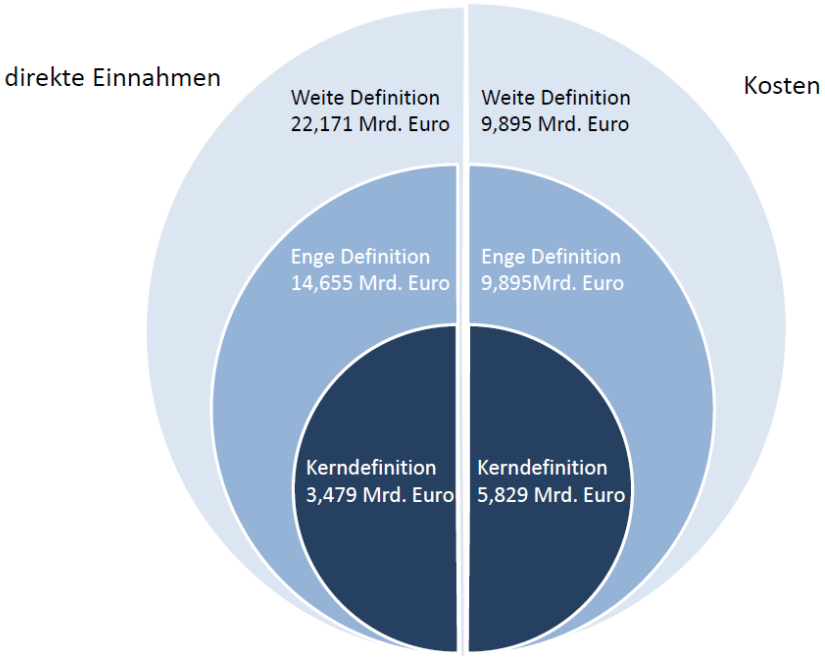

Abb. 2: Die geschätzten sportbezogenen direkten Einnahmen und Kosten des Staates.[4]

Im Hinblick auf Steuereinnahmen im Zusammenhang mit Sport können in Deutschland Lohnsteuern, Einkommen- und Körperschaftsteuern, Produktionssteuern und Umsatzsteuern anfallen. Die steuerlichen Rückflüsse der Sportverbände in Deutschland betragen jährlich etwa 130 Mio. € (Breuer, 2013a). Bei den deutschen Sportvereinen liegen diese jährlich etwa bei 720 Mio. € (Breuer, 2013).

Steuermindereinnahmen entstehen durch Steuervergünstigungen für den Sport von Bund, Ländern und Kommunen und durch den Verzicht auf Einnahmen der öffentlichen Haushalte durch die Subventionierung der Sportstättennutzung von Vereinen und Schulen. Unter Steuervergünstigungen fallen bspw. die Umsatzsteuerbefreiung für den ideellen Bereich (Mitgliedsbeiträge und Spenden) von Vereinen, Steuervergünstigungen für Spenden sowie Einkommensteuerfreibeträge für Übungsleiter und ehrenamtlich Tätige. Die sportbezogenen Steuermindereinnahmen in 2009 können insgesamt auf rund 0,750 Mrd. € geschätzt werden. Den geschätzten Einnahmen aus Sportstättennutzungsgebühren im Jahre 2010 in Höhe von 0,8 Mrd. € stehen Ausgaben in Höhe von 2,919 Mrd. € gegenüber (Pawlowski & Breuer, 2012).

2.7 Volkswirtschaftliche Bedeutung des ehrenamtlichen Engagements im Sport

Die volkswirtschaftlichen Bewertungen des Sports würden noch umfassender ausfallen, wäre der ökonomische Wert ehrenamtlicher Tätigkeiten im Sport adäquat berücksichtigt. Dies ist in den

[4] Nicht quantifizierbar (und damit in der Abbildung nicht enthalten) sind die Steuermindereinnahmen, die aufgrund der besonderen Besteuerungsvorschriften bei eingetragenen Vereinen bestehen sowie die monetäre Bedeutung der gesellschaftlichen Nutzeneffekte des Sports.

klassischen volkswirtschaftlichen Bewertungsmethoden nicht der Fall. Insgesamt wenden ehrenamtliche Mitarbeiter in den Sportvereinen Deutschlands monatlich 37,2 Millionen Arbeitsstunden in Sportvereinen auf, was einer jährlichen Wertschöpfung von 6,7 Milliarden € entspricht (Breuer, 2011). Hinzu kommen eine jährliche Wertschöpfung von 350 Millionen € durch ehrenamtliche Arbeit in Sportbünden und –verbänden (Breuer, 2013a).

3 Sozioökonomische Aspekte

Es gibt deutliche Anzeichen dafür, dass Investitionen in den Sport auch eine gesellschaftspolitische Rendite erzeugen. Derartige intangible sozio-ökonomische Effekte entziehen sich einer direkten monetären Quantifizierung, bzw. die Quantifizierung wird als sehr schwierig angesehen. Nichtdestotrotz sind es gerade diese externen Effekte, die eine positive Rendite staatlicher Investitionen in den Sportsektor versprechen lassen. Konsequenterweise müssen diese daher bei einer ökonomischen Bewertung des Sports mit bedacht werden.

3.1 Gesundheitsleistungen

Es liegen klare Evidenzen vor, dass Sport und sportliche Aktivität physische, psychische und soziale Gesundheit unterstützen, präventiv gegen weitverbreitete Krankheiten (Herz-Kreislauferkrankungen, Diabetes, verschiedene Arten von Krebs, Osteoporose, Rückenleiden etc.) und Gesundheitsrisiken (Stürze etc.) wirken und die Rehabilitation vieler Krankheitsbilder begünstigen (im Überblick Rittner & Breuer, 2004).

Internationalen Studien zufolge beträgt das Potenzial sportbezogener Einsparungen je nach Untersuchungsmethode zwischen 2,5 % und 16 % der gesamten Gesundheitskosten. So sind nach Katzmarzyk et al. (2000) 2,5 % der gesamten Gesundheitskosten Kanadas und damit 2,1 Mrd. $ auf körperliche Inaktivität zurückzuführen. In den USA entstehen Kosten von 24,3 Mrd. $ bzw. 2,4 % der gesamten Gesundheitsausgaben aufgrund von körperlicher Inaktivität (Colditz, 1999). Laut Smala et al. (2001) sind 16 % der gesamten Gesundheitskosten der Schweiz auf körperliche Inaktivität zurückzuführen. Die Gesamtkosten[5] durch körperliche Inaktivität belaufen sich auf rund 2,4 Mrd. Schweizer Franken. Überträgt man diese Befunde auf Deutschland, so beträgt das Potenzial sportbezogener Einsparungen zwischen 7,2 Mrd. € und 45,9 Mrd. € pro Jahr (gemessen an den Gesundheitsausgaben in Höhe von 287 Mrd. € in 2010; vgl. Statistisches Bundesamt, 2012a).

Bei der Analyse des Kosteneinsparungspotenzials durch körperliche Aktivität dürfen die Behandlungskosten von Sportverletzungen nicht außer Acht gelassen werden (ARAG, 2001; Preuß et al., 2012).

[5] Die Gesamtkosten setzen sich aus den direkten Kosten (Behandlungen, Medikamente etc.) und den indirekten Kosten zusammen, also jene die bspw. durch verlorene Arbeitstage zu volkswirtschaftlichen Produktivitätsverlusten führen (Smala et al., 2001).

3.2 Sozialgefüge / Integration

Dem Sport kann eine soziale Funktion in der Sportversorgung zugesprochen werden, die im Bereich der Kindes- und Jugendintegration sowie in der Integration von Migranten eine besondere Bedeutung erhält (Breuer, 2011; Rittner & Breuer, 2004).

Einerseits trägt der Sport zur sozialen Integration bei, indem Kontaktgelegenheiten geschaffen werden (Becker & Häring, 2012). Darüber hinaus werden Gemeinschaftsgefühl, soziales Engagement und solidarisches Handeln gefördert. Vor allem im Kinder- und Jugendalter besitzt der Sportverein eine herausragende Bedeutung.

Andererseits leistet der organisierte Sport in Deutschland einen wichtigen Beitrag zu Integration von Migranten und anderen Minderheiten. Insgesamt haben 2,6 Mio. Sportvereinsmitglieder einen Migrationshintergrund, was ca. 9,3 % aller Mitglieder ausmacht (Breuer, 2013b). In knapp 30% der Vereine bekleiden Personen mit Migrationshintergrund ehrenamtliche Funktionen. In einer internationalen Studie unter 1.961 jungen Schweizern, fanden Herzog et al. (2009) heraus, dass eine positive Korrelation zwischen der Gruppe der sportlich aktiven Zuwanderer und ihrem subjektiv empfundenen allgemeinen Integrationsniveau vorliegt. Diese Ergebnisse sind von besonderer Bedeutung, da verschiedene Studien vermehrt auf den ökonomischen Wert von Integration hinweisen (u.a. Fritschi & Jann, 2011).

Im institutionellen Vergleich mit kommerziellen Sportanbietern können dem vereinsgebundenen Sport deutlich höhere soziale Leistungen zugesprochen werden, denn durch niedrige Mitgliedsbeiträge ist es vor allem auch Kindern, Jugendlichen, Familien, Mitglieder unterer sozialer Schichten und finanziell schlechter gestellten Randgruppen möglich, im organisierten Rahmen Sport zu treiben (Heinemann, 1995).

3.3 Bildungsleistungen

Der organisierte Sport ist einer der größten Bildungsträger Deutschlands. Die Sportverbände sind verantwortlich Qualifizierungen und Lizenzen in 660 Ausbildungsgänge, Sportarten und Disziplinen. Zudem werden über die Deutsche Sportjugend und über drei Akademien, die Trainerakademie Köln, die Führungsakademie und die Deutsche Olympische Akademie Willi Daume, umfangreiche Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen angeboten (DOSB, 2011).

Sowohl Sportverbände und Sportbünde als auch Sportvereine leisten einen wichtigen Beitrag zur Bildungsarbeit in Deutschland. Das so aufgebaute Sozialkapital kann über den Sport hinaus in der Arbeitswelt produktivitätssteigernd eingesetzt werden. Weiterhin leisten von allem Sportvereine einen wichtigen Beitrag zur Demokratisierung, von dem vor allem junge Mitglieder profitieren.

Trotz ihrer Begrenztheit weist die vorliegende empirische Evidenz eindeutig darauf hin, dass regelmäßige Sportaktivität einen positiven Einfluss auf die Schulbildung und die Ausbildung von nicht-kognitiven Fähigkeiten hat (Cornelißen & Pfeifer, 2010). Teilweise deuten die Ergebnisse

sogar darauf hin, dass der Sport, verglichen mit anderen Freizeitaktivitäten, für derartige Effekte ein einzigartiges Potenzial besitzt. Der Forschungsstrang der educational economics zeigt unumstritten, dass Bildung positiv auf Arbeitsmarktauskommen wirkt.[6] Konsequenterweise hat aktives Sporttreiben über diesen Kanal einen indirekten ökonomischen Wert. Hinzu kommt, dass Spitzensport das gesellschaftliche Leistungsprinzip zu vermitteln vermag. Nach Breuer und Hallmann (2013) sehen über 90 % der Bevölkerung in Deutschland eine Vorbildfunktion der deutschen Athleten und Athletinnen in puncto Leistungsbereitschaft und über 80 % in puncto Leitungsfähigkeit. Dieser Befund gilt weitgehend unabhängig von Geschlecht, Alter und Migrationshintergrund.

3.4 Sozio-ökonomische Effekte von Sportgroßveranstaltungen

Sportgroßveranstaltungen vermögen es, ein positives Image zu produzieren. Dadurch kann ein entscheidender Vorteil im nationalen und regionalen Standortwettbewerb erzielt werden (Ahlert, 2006). Desweiteren bringt die Austragung von Sportevents infrastrukturelle und städtebauliche Veränderungen mit sich, die die Position im Standortwettbewerb begünstigen können (Brönnimann, 1982). Sportevents und international erfolgreiche Athleten bieten zudem nationale Repräsentationsmöglichkeiten und leisten somit einen Beitrag zu Imageaufbau und Ansehen eines Landes im Ausland (Von Stetten, 2009). Die ökonomische Bedeutung dieser intangiblen Faktoren ist schwer zu quantifizieren.

Auf Basis des verfügbaren Forschungsstands scheint es unstrittig, dass der Spitzensport bevölkerungsweit positive kollektive Gefühle auszulösen vermag (Breuer & Hallmann, 2011). Diese Gefühle wirken direkt und indirekt positiv auf die gesellschaftliche Gesamtwohlfahrt und sind daher von substanzieller ökonomischer Bedeutung. Die Versuche diverser Studien, diese ökonomische Bedeutung monetär zu quantifizieren, belegen diesen Effekt. Die Austragung einer Sportgroßveranstaltung produziert kollektive positive Gefühle in Höhe von 351 – 831 Mio. Euro (u.a. Rätzel & Weinmann, 2006). Darüber hinaus weist der Erfolg deutscher Athleten bei internationalen Großveranstaltungen einen ökonomischen Wert von 327 – 765 Mio. Euro aus (u.a. Wicker, Hallmann, Breuer & Feiler, 2012).

4 Fazit

Die ökonomische Bedeutung des Sports für Deutschland ist substanziell. Die heterogenen Ausprägungen des Sports, bspw. das aktive Sporttreiben, der in Verbänden und Vereinen organisierter Sport oder der Spitzensport, weisen einen Vielzahl von positiven volkswirtschaftlichen und sozio-ökonomischen Effekte auf. Auf Basis einer umfassenden Primär- und Sekundärforschung konnte der vorliegende Bericht erstmals alle Stakeholder-relevanten Bereiche des Sportsektors auf ihre ökonomische Bedeutung hin analysieren.

[6] Ein Überblick über diese Forschungsrichtung ist bspw. bei Card (1999) zu finden.

Für Deutschland kann der Anteil des Sportsektors am gesamtwirtschaftlichen BIP auf ca. 3,7 % geschätzt werden. Darüber hinaus beschäftigt der Sportsektor ca. 1,765 Mio. Menschen hauptamtlich. Der organisierte Sport ist der größte Träger von ehrenamtlichem Engagement in Deutschland, welcher jährlich für einen Wohlfahrtsgewinn von ca. 7 Mrd. € verantwortlich ist. Der Sportkonsum der privaten Haushalte in Deutschland kann auf ein Gesamtvolumen von 138,6 Mrd. Euro geschätzt werden. Durch Sportgroßveranstaltungen kann der jährliche Konsum, vor allem im Beherbergungs- und Gastgewerbe, um zusätzlich ca. 1 Mrd. Euro gesteigert werden. Durch den organsierten, gemeinnützigen Sport in Deutschland fallen jährlich weitere Ausgaben in Höhe von ca. 4 Mrd. Euro an. Der Sportsektor induziert jährlich Bauinvestitionen in Höhe von ca. 7 Mrd. Euro. Damit ist der Sport für ca. 2,7 % des Gesamtvolumens der Baubranche verantwortlich. Werden der Betrieb und die Instandhaltung von sportbezogener Infrastruktur einbezogen, steigert sich das Volumen auf 22,6 Mrd. €. Das Gesamtvolumen für sportbezogenen Ausgaben für Sponsoring, Werbung und Medienrechte beläuft sich jährlich auf ca. 5,5 Mrd. €. Keine andere Branche kann derartig hohe Ausgaben für Sponsoring und Medienrechte generieren. Aus dieser wirtschaftlichen Aktivität resultieren fiskalische Effekte, je nach definitorischer Abgrenzung, in Höhe von 3,5 Mrd. €, 14,7 Mrd. € oder 22,2 Mrd. €. Bezogen auf das Gesamteinkommen des Staates machen diese Beträge 0,3 %, 1,3 % bzw. 2,0 % aus. Sowohl bei der engen als auch bei der weiten Definition des Sports übertreffen die staatlichen Einnahmen deutlich die staatlichen Ausgaben.

Für eine vollständige Bewertung der ökonomischen Bedeutung des Sports ist es unerlässlich auch die sozio-ökonomischen Effekte zu beachten. Der Zusammenhang zwischen sportlicher Aktivität und sowohl körperlicher als auch mentaler/psychischer Gesundheit ist wissenschaftlich belegt. Im internationalen Vergleich konnte gezeigt werden, dass je nach Berechnungsform ca. 2,5 bis 16 % der gesamten Gesundheitskosten einer Nation auf körperlicher Inaktivität zurückzuführen sind. Darüber hinaus trägt der Sportsektor maßgeblich zur Bildung in Deutschland bei. Einerseits durch das umfangreiche Aus- und Weiterbildungsangebot des organisierten Sports. Andererseits durch den wissenschaftlich belegten Effekt von aktivem Sporttreiben auf die Ausbildung von kognitiven und nicht-kognitiven Fähigkeiten. Weiterhin ist belegt, dass dem Sport Leistungen der Persönlichkeitsbildung, der Sozialisation und der Integration zugerechnet werden können. Auch der Spitzensport stellt, in Form von kollektiven positiven Gefühlen, öffentliche Güter bereit, welche von substanziellem ökonomischem Wert sind. So kann der sportliche Erfolg deutscher Athleten oder die Ausrichtung von Sportgroßveranstaltungen in Deutschland einen ökonomischen Mehrwert in Höhe von mehreren hundert Millionen Euro produzieren.

Zusammenfassend kann argumentiert werden, dass der Sportsektor in Deutschland sowohl direkt, über volkswirtschaftliche Effekte, als auch indirekt, über sozio-ökonomische Effekte, eine erhebliche ökonomische Bedeutung besitzt. Diese Bedeutung wird dadurch unterstrichen, dass der Sport in einigen der untersuchten Stakeholder-relevanten Bereiche, bspw. Ehrenamt oder gesundheitliche Effekte, weitaus höhere Leistungen vollbringt als alternative gesellschaftlichen Teilbereiche.

Der Sport in Deutschland ist vor diesem Hintergrund nicht als Kostenfaktor oder Leistungsempfänger zu betrachten, sondern als kostbares Investitionsgut, das bei öffentlicher Investition wertvolle wirtschaftliche, steuerliche und soziale Renditen produziert, deren Wert den Investitionsbetrag deutlich übertreffen.

Literatur

Ahlert, G. (2006). *Auswirkungen des zusätzlichen Incoming-Tourismus während der FIFA WM 2006™ auf die gesamtwirtschaftliche Entwicklung*. Zugriff am 15. Nov. 2011 unter http://www.gws-os.de/Downloads/gws-paper06-1.pdf.

Ahlert, G. (2013). Die ökonomische Bedeutung des Sports in Deutschland. Ergebnisse des Sportsatellitenkontos 2008.

an der Heiden, I., F. Meyrahn, Ahlert, G., Preuß, H. et al. (2012). *Bedeutung des Spitzen- und Breitensports im Bereich Werbung, Sponsoring und Medienrechte*. Forschungsbericht im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie.

ARAG (2001). *Sportunfälle – Häufigkeit, Kosten, Prävention*. Düsseldorf: ARAG Allgemeine Versicherungs-AG.

Ashenfelter, O. & Card, D. (1999). *Handbook of Labor Economics*. Elsevier Science.

Baade , R. & Sanderson, A. R. (1997). The Employment Effect of Teams and Sports Facilities. In: Noll, R.G., Zimbalist, A. (Eds.). *Sports, Jobs & Taxes*: The Economic Impact of Sports Teams and Stadiums. Brookings Institution, Washington, DC, S. 92-118.

Baur, J. (2003). Vereine als Aktivitätskerne gemeindlichen Lebens? In J. Baur & S. Braun (Hrsg.), *Integrationsleistungen von Sportvereinen als Freiwilligenorganisationen* (S. 489-516). Aachen: Meyer & Meyer.

Becker, S., & Häring, A. (2012). Soziale Integration durch Sport? Eine empirische Analyse zum Zusammenhang von Sport und sozialer Integration. *Sportwissenschaft*, 42 (4), 261-270.

Berwert, A., Rütter, H., Nathani, C., Holzhey, M., Zehnder, M. (2007). *Wirtschaftliche Bedeutung des Sports in der Schweiz*. Magglingen: BASPO.

Brettschneider, W. D., & Bräutigam, M. (1990). Sport in der Alltagswelt von Jugendlichen. *Materialen zum Sport in Nordrhein-Westfalen*. Heft 27. Frechen: Ritterbach

Breuer, C. (2011). *Sportentwicklungsbericht 2009/2010: Analyse zur Situation der Sportvereine in Deutschland*. Köln: Sport und Buch Strauß.

Breuer, C. (2013a). *Sportbünde und Sportverbände in Deutschland*. Köln: Deutsche Sporthochschule.

Breuer, C. (2013b). *Sportentwicklungsbericht 2011/2012: Analyse zur Situation der Sportvereine in Deutschland*. Köln: Sport und Buch Strauß.

Breuer, C. & Hallmann, K. (2011). *Die gesellschaftliche Relevanz des Spitzensports in Deutschland*. Köln: Sportverlag Strauß.

Brönnimann, M. (1982). *Die touristische Bedeutung von Wintersport-Großveranstaltungen*. Bern: Eigenverlag des Autors.

Büch, M.-P. & Frick, B. (1999*): Sportökonomie: Erkenntnisinteresse, Fragestellungen und praktische Relevanz*. In: BfuP 2, S. 109-123.

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hrsg.) (2012). *Die wirtschaftliche Bedeutung des Sportstättenbaus*. Berlin: BMWI

Card, D. (1999), The causal effect of education on earnings. In: Ashenfelter O. & Card, D. (Hrsg.). Handbook of Labor Economics. Volume 3, 1801-1864.

Colditz, G.A. (1999). Economic costs of obesity and inactivity. *Medicine and Science in Sports and Exercise*, 31 (11), 663-667.

Cornelißen, T. & Pfeifer, Ch. (2010). The impact of participation in sports on educational attainment: New evidence from Germany. *Economics of Educational Review*, Vol.29, 94-103.

Dachs, B., Macek,S., Preissl,M., Steindl,G., Zwickl, G. (2001). *Die wirtschaftliche Bedeutung des Sports in Österreich*. Wien: Industriewissenschaftliches Institut.

DOSB (2011). *Bildung und Qualifizierung. Das Qualifizierungssystem der Sportorganisationen*.

Hoffheinz-Gasch, I. (2005). Touristische Konzepte von Sportgroßveranstaltungen!? In J. Schwark (Hrsg.), *Sporttourismus und Großveranstaltungen – Praxisbeispiele* (S. 33-58). Münster: Waxmann.

Katzmarzyk, P.T., Gledhill, N. & Shepard, R.J. (2000). The economic burden of physical inactivity in Canada. *Canadian Medical Association Journal*, 163 (11), 1435 – 1440.

Krüger, J. & Baacher, J. (2007). *Sponsoring im Fokus der Unternehmen und Agenturen*, Auszug aus der Studie Sponsor Visions 2007. Hamburg.

Martin B. et al. (2001). Volkswirtschaftlicher Nutzen der Gesundheitseffekte der körperlichen Aktivität: erste Schätzungen für die Schweiz. *Schweizerische Zeitschrift für Sportmedizin und Sporttraumatologie,* 49(2), 84-86.

Meyer, B. & Ahlert, G.. (2000). Die ökonomischen Perspektiven des Sports. Eine empirische Analyse für die Bundesrepublik Deutschland (Schriftenreihe des Bundesinstituts für Sportwissenschaft, Band 100). Schorndorf: Hofmann.

Nielsen (2011). Die werbestärksten Branchen in Deutschland 2010. http://www.gwa.de/themenwissen/kennzahlen-zur-werbung/, Zugriff am 04.12.2012.

Pawlowski, T. & Breuer, C. (2012). *Die finanzpolitische Bedeutung des Sports in Deutschland*. Wiesbaden: Gabler.

Preuss, H., Kurscheidt, M. & Schütte, N. (2009). *Ökonomie des Tourismus durch Sportgroßveranstaltungen. Eine empirische Analyse zur Fußball-Weltmeisterschaft 2006*. Wiesbaden: Gabler.

Preuss, H., Alfs, C., & Ahlert, G. (2012). *Sport als Wirtschaftsbranche. Der Sportkonsum privater Haushalte in Deutschland*. Wiesbaden: Gabler.

Rätzel, S. & Weinmann, J. (2006). Der Maradonna-Effekt: Wie viel Wohlfahrt schafft die deutsche Nationalmannschaft. *Perspektiven der Wirtschaftspolitik*, Vol.7.2, 257-270.

Rittner, V. & Breuer, C. (2004). *Gemeinwohlorientierung und soziale Bedeutung des Sports* (2., aktualisierte und erw. Aufl., Wissenschaftliche Berichte und Materialien / Bundesinstitut für Sportwissenschaft: Bd. 2004,2). Köln: Sport und Buch Strauß.

Schwark, J. (2005). Sportgroßveranstaltungen und Tourismus: Studien zum Champions League Final 2004 und Karstadt-Ruhr-Marathon 2004. In J. Schwark (Hrsg.), *Sporttourismus und Großveranstaltungen – Praxisbeispiele* (S. 9-32). Münster: Waxmann.

Smala, A., Beeler, I. & Szuc s, T.D. (2001). *Die Kosten der körperlichen Inaktivität in der Schweiz*. Zürich

Sport Industry Research Center (2010). *Economic Value of Sport in England 1985 – 2008*. Sheffield Hallam University.

Statistisches Bundesamt (2012a). https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesellschaftStaat/Gesundheit/Gesundheitsausgaben/Gesundheitsausgaben.html. Zugriff am 07.12.2012.

Statistisches Bundesamt (2012b). Zahlen und Fakten der Wirtschaftsbereiche.

Steinecke, A. & Haart, N. (1996). *Regionalwirtschaftliche Effekte der Motorsport-Großveranstaltungen „Formel-1-Grand-Prix 1996" und „Truck-Grand-Prix 1996" auf dem Nürburgring: Untersuchung im Auftrag der Freizeit- und Wirtschaftsdienst GmbH/Koblenz des ADAC Mittelrhein*. Trier: Europäisches Tourismus-Institut.

Von Stetten, F. (2009). *Imageänderung Deutschlands durch die FIFA WM 2006*. Bochum: Universitätsverlag Dr. N. Brockmeyer.

Walseth, K. (2008). Bridging and bonding social capital in sport – experiences of young women with an immigrant background. *Sport, Education and Society, 13*(1), 1-17.

Weber, W., Schneider, C., Kortlücke, N. & Horak, B. (1995). Die wirtschaftliche Bedeutung des Sports. (Schriftenreihe des Bundesinstituts für Sportwissenschaft, Band 81). Schorndorf: Hofmann.

Wicker, P., Hallmann, K., Breuer, C. & Feiler, S. (2012). The value of Olympic success and the intangible effects of sport events – a contingent valuation approach in Germany. European Sport Management Quarterly