

Executive Summary

Wirtschaftliche Bedeutung des Sportkonsums in Deutschland

Preuß, H. (Uni Mainz) | Afs, Ch. (Uni Mainz) | Ahlert, G. (GWS GmbH, Osnabrück)

Das vom Bundesinstitut für Sportwissenschaft (BISp) und dem BMI finanzierte Forschungsprojekt hat zum Ziel, den Sportkonsum der deutschen Bevölkerung für das Referenzjahr 2010 nach dem Inländerkonzept empirisch zu ermitteln. Neben einer Momentdarstellung der Dimension des Sportkonsums als Wirtschaftsfaktor werden zahlreiche Zusammenhänge zwischen sozio-demographischen und sportkonsumbezogenen Aspekten abgeleitet. Der erstellte Datensatz ist in vielfacher Hinsicht wertvoll für die Grundlagenforschung in der Sportwissenschaft und die ökonomisch basierte Sportpolitikberatung. Im Unterschied zum Sportentwicklungsbericht, der auf einer Vereinsbefragung beruht (zuletzt Breuer [Hrsg.], 2011), wird in dieser Studie der Konsum der Gesamtbevölkerung ermittelt, der sich aus ihrem persönlichen Sportengagement ergibt.

Die ersten zentralen Fragen beziehen sich auf die Anzahl von Personen, die in Deutschland Sport treiben, in welcher Intensität sie dies tun und wie viele Personen in Deutschland passiv Sport konsumieren. Dies wurde mittels einer für Deutschland repräsentativen CATI-Befragung (Computer Assisted Telephone Interview) mit Datensätzen von 7.031 Personen mit Hilfe des Rösch-Telefonstichprobensystems erhoben. Anschließend wurde ermittelt, wie viel 2010 die deutsche Bevölkerung für aktiven und passiven Sport ausgegeben hat. Mittels einer CAWI-Befragung (Computer Assisted Web Interview) mit Hilfe eines Online-Panels wurden aus einer Grundgesamtheit von über 200.000 Personen insgesamt 10.424 ausgewählt und zu ihrem sportartspezifischen Konsumverhalten befragt. Bezüglich des aktiven Sportkonsums der 71 für diese Studie relevanten Sportartencluster wurden jeweils mindestens 60 Personen befragt. Ebenso verhielt es sich mit der Erfassung des Sportkonsums von Passivsportlern der hierfür relevanten 32 Sportartencluster. Die Befragung erfolgte über 12 Monate in drei Erhebungswellen mit jeweils etwa 3.500 Interviews. So konnte überprüft und letztlich ausgeschlossen werden, dass die Ausgaben der Konsumenten saisonal schwankten, oder auch, dass konjunkturelle Besonderheiten wie die Bankenfinanzkrise einen Einfluss auf den privaten Sportkonsum hatten.

Da verschiedene Datenbereinigungen und Kalibrierungen vorgenommen werden mussten, um plausible aufeinander abgestimmte Muster zu erhalten, werden die Ergebnisse in zwei Modellen berechnet. Im Weiteren werden Daten aus dem „konservativen“ Modell vorgestellt.

Zu den wichtigsten Ergebnissen hinsichtlich des Anteils und der Anzahl der Personen aus der sportaktiven und passiv Sport konsumierenden Bevölkerung gehören:

- Jeder zweite der ≥ 16 -jährigen (53,2%) treibt aktiv Sport.
- Fast zwei Drittel der unter 16-jährigen treiben aktiv Sport (64,2%).
- Über die Hälfte der unter 16-jährigen (56,3%) betreibt mindestens 1x die Woche Sport.
- 28% der ≥ 16 -jährigen Personen geben in Deutschland Geld für ihr Sportinteresse aus (passiver Sportkonsum).
- Insgesamt geben deutlich mehr Männer als Frauen Geld für den passiven Sportkonsum aus (Männer ≥ 16 Jahre: 34,9% Frauen ≥ 16 Jahre: 21,2%). Bei Kindern/Jugendlichen unter 16 Jahren sind es sogar 39,6%, die für den passiven Sportkonsum Geld ausgeben.

Tab 1 zeigt Basisinformationen zur Sportaktivität und zum passiven Sportkonsum der Top 10 aktiv betriebenen Sportarten. Da viele Sportarten sehr unregelmäßig betrieben werden, wurden diese noch einmal nach der Intensität „der Ausübung in Sporeinheiten“ dargestellt, wobei eine Sporeinheit eine Aktivität von 45-90 Minuten darstellt.

Tab. 1: Basisinformationen zur Sportaktivität und zum sportbezogenen passiven Konsum nach Sportarten

Sportart	Intensität des Sporttreibens	Aktive	Aktive	Organisationsgrad	passiver Konsum der Sportart
	in Mio. Einheiten	in % der Bevölkerung	in % der Bevölkerung	in % der Aktiven im Verein	in % der Bevölkerung
	≥ 16 Jahre	≥ 16 Jahre	<16 Jahre	alle	≥ 16 Jahre
1 Radsport	928,0	34	11	3,0	0,4
2 Laufen	680,0	25	4	6,2	0,2
3 Schwimmen	575,6	31	16	12,8	0,3
4 Fitness	518,5	17	0	12,5	0,2
5 Wandern	419,9	27	1	4,4	0
6 Fußball	345,6	11	22	54,9	9,9
7 Gymnastik	295,5	14	1	45,2	0,1
8 Skisport	285,5	15	5	9,2	0,3
9 Nordic Walking	253,5	9	0	9,9	0
10 Gesundheits-sport	202,4	14	0	28,8	0

Deutlich ist zu erkennen, dass die Top 5 Sportarten Individualsportarten sind, welche hauptsächlich nicht im Verein betrieben werden (siehe Spalte „Organisationsgrad“). Erst auf Platz sechs kommt die erste Mannschaftssportart, Fußball, die auch überwiegend im Verein betrieben wird. Für Fußball (mit 9,9% Bevölkerungsanteil ≥ 16 Jahre) wird allerdings mit Abstand am meisten passiv konsumiert. Fast drei Viertel der Bevölkerung ≥ 16 Jahre treibt selbstorganisierten Sport (73%), während die Kinder/Jugendlichen unter 16 Jahren vor allem im Verein Sport treiben (58%) (Abb. 1).

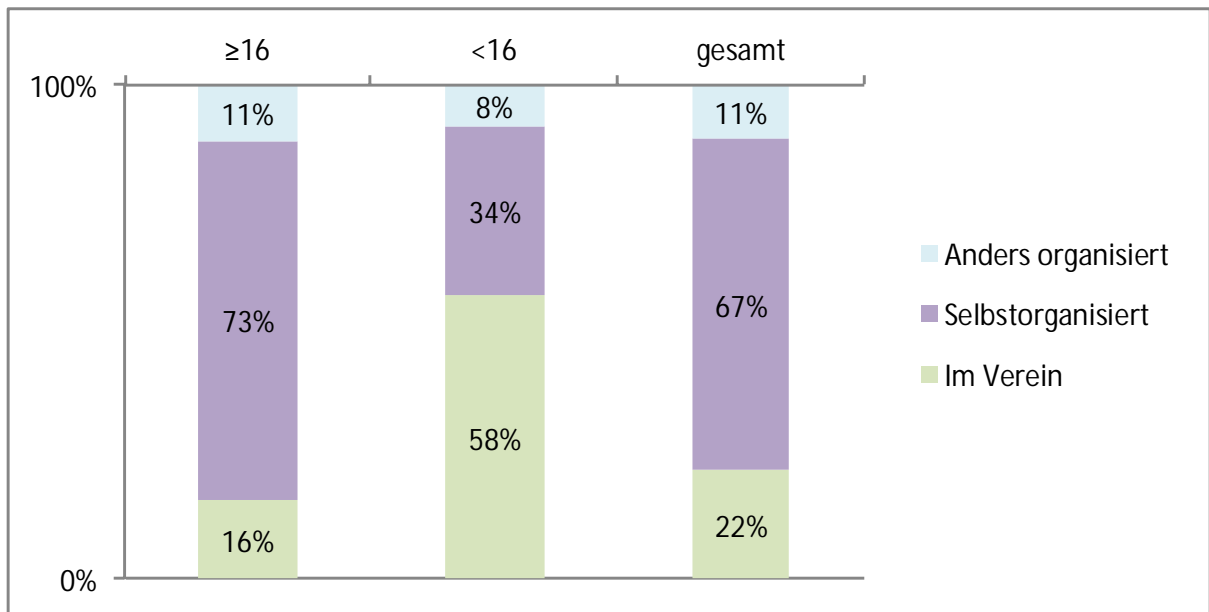


Abb. 1: Organisationsform der Sportausübung in Deutschland über alle Sportarten

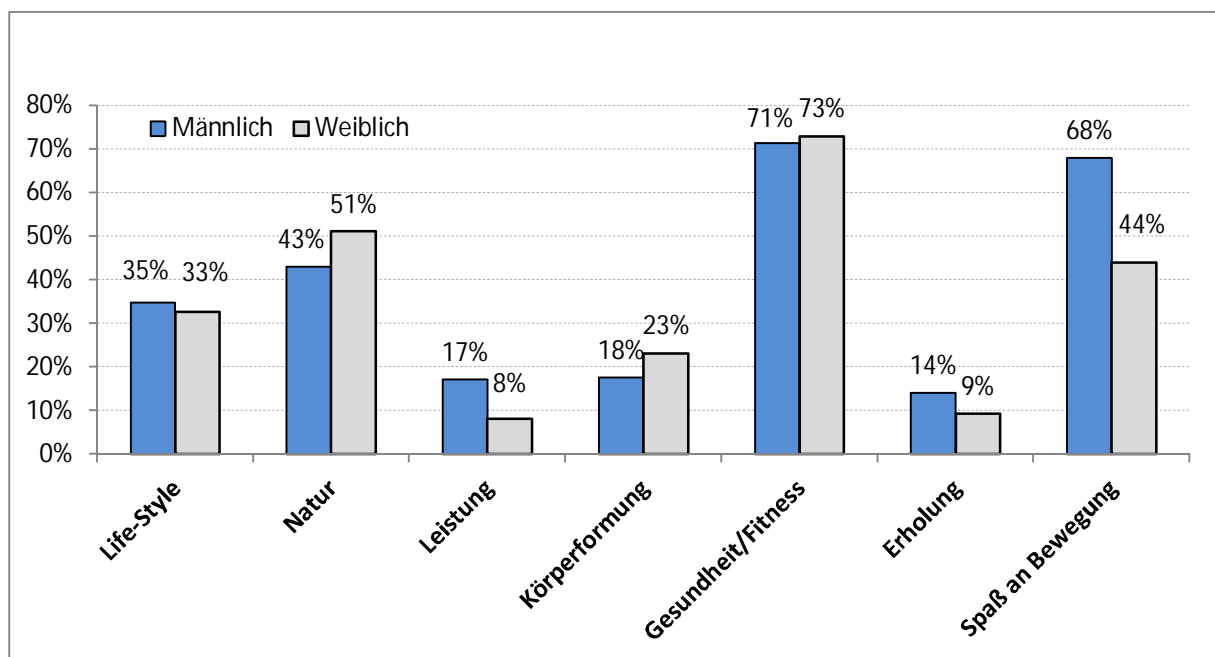


Abb. 2: Gründe der Sportausübung in Deutschland über alle Sportarten (Befragte ≥16 Jahre)

In Abb. 2 sind die Gründe des Sporttreibens der deutschen Bevölkerung ≥16 Jahre über alle 71 untersuchten Sportartencluster hinweg dargestellt. Die drei Hauptbeweggründe, aktiv Sport zu betreiben, sind „Gesundheit/Fitness“, „Spaß an der Bewegung“ und „in der Natur sein“. Zwischen den Geschlechtern sind hierbei signifikante Unterschiede erkennbar. Die auffälligsten sind, dass der Grund „in der Natur sein“ Frauen beim Sporttreiben wichtiger ist als Männern und „Spaß an der Bewegung“ Männern wichtiger ist als Frauen.

Im Rahmen des Projektes wurde auch erhoben, welche durch den Sport verursachten Verletzungen von Ärzten behandelt wurden. 3,1 Mio. Personen (3,7% der Bevölkerung) hatten

2010 wegen einer Sportverletzung einen Arzt konsultiert. 2,5 Mio. Personen der ≥ 16 -jährigen und 606.000 Kinder/Jugendliche (< 16 Jahre) hatten in diesem Jahr im Durchschnitt jeweils 2,4 Verletzungen, wobei mehrere durchaus durch denselben Sportunfall entstanden sein können. Während die hier erfassten Arztkonsultationen zu realen ökonomischen Wirkungen führten, da Geld für die Behandlung und ggf. Rehabilitation ausgegeben wurde, muss hier allerdings erwähnt werden, dass die Wirkungen einer Prävention von Erkrankungen und auch die Reduktion von Alltagsverletzungen durch aktives Sporttreiben nicht erfasst sind, aber durchaus eine große wirtschaftliche Bedeutung haben. Der volkswirtschaftliche Wert, welcher durch die Prävention von Erkrankungen/Verletzungen generiert wird und damit eine Entlastung des Gesundheitssystems darstellt, kann jedoch nicht durch die Abfrage des realen Konsums ermittelt werden.

Die zweite zentrale Fragestellung war, wie viel Geld 2010 für den aktiven und passiven Sport durch private Haushalte ausgegeben wurde. Das ermittelte und nachfolgend dargestellte Konsummuster basiert auf dem „weiten Sportbegriff“ der EU-weit anerkannten Vilnius-Definition des Sports, d.h. es sind beispielsweise auch die Ausgaben für die individuelle Organisation des Sports oder Fahrtkosten berücksichtigt. Die Abgrenzung des Sports erfolgte über die Abfrage nach 71 Sportartenclustern, d.h. dass nicht jede Form von physischer Aktivität (Gartenarbeit, Treppensteigen etc.) berücksichtigt ist. Des Weiteren sind alle Ausgaben für teure Konsumgüter wie Sportpferde, Sportboote oder Motorsportfahrzeuge ausgeklammert, was heißt, dass die im folgenden dargestellten Gesamtausgaben den Sportkonsum konservativ unterschätzen.

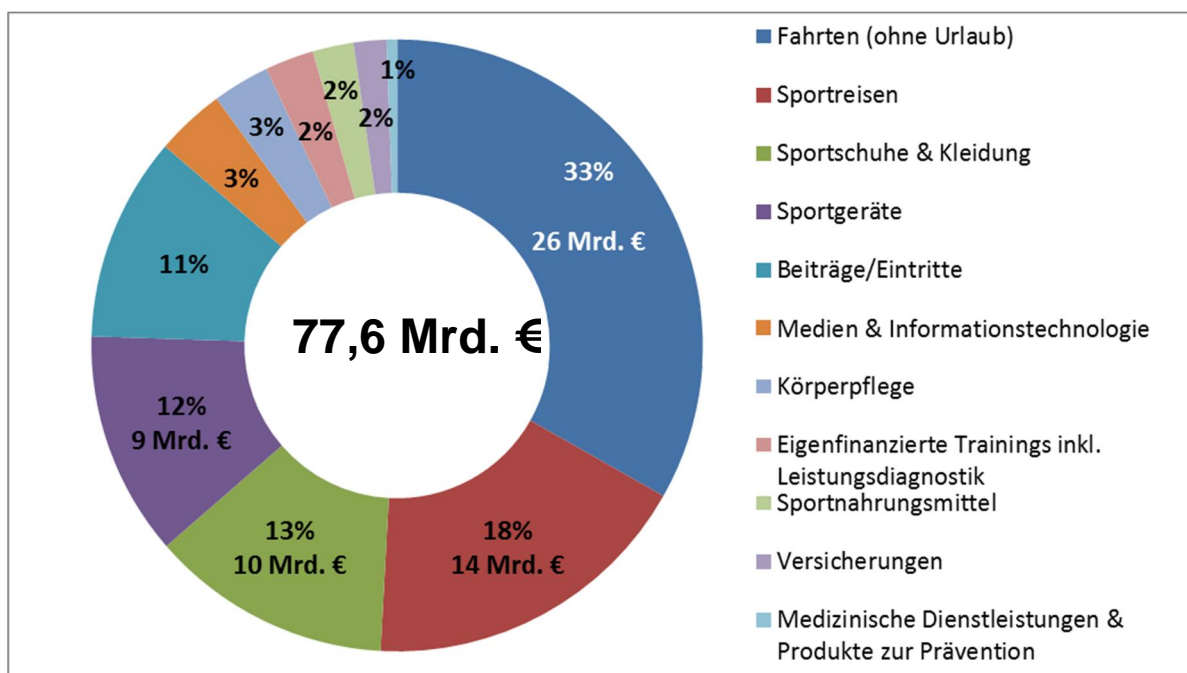


Abb. 3: Basisinformationen zum Konsummuster aller aktiven Sportler in Deutschland

Abb. 3 gibt Auskunft über den gesamten sportbezogenen Konsum, der wegen der aktiven Ausübung von Sport im Jahr 2010 von den deutschen Privathaushalten getätigt wurde. Die Gesamtausgaben von 77,6 Mrd. € beinhalten 26 Mrd. € (33%) für Fahrten zum/vom Sport, 19 Mrd. € (25%) für Sportkleidung, -schuhe und -geräte und 14 Mrd. € (18%) für Sportreisen im In- und Ausland.

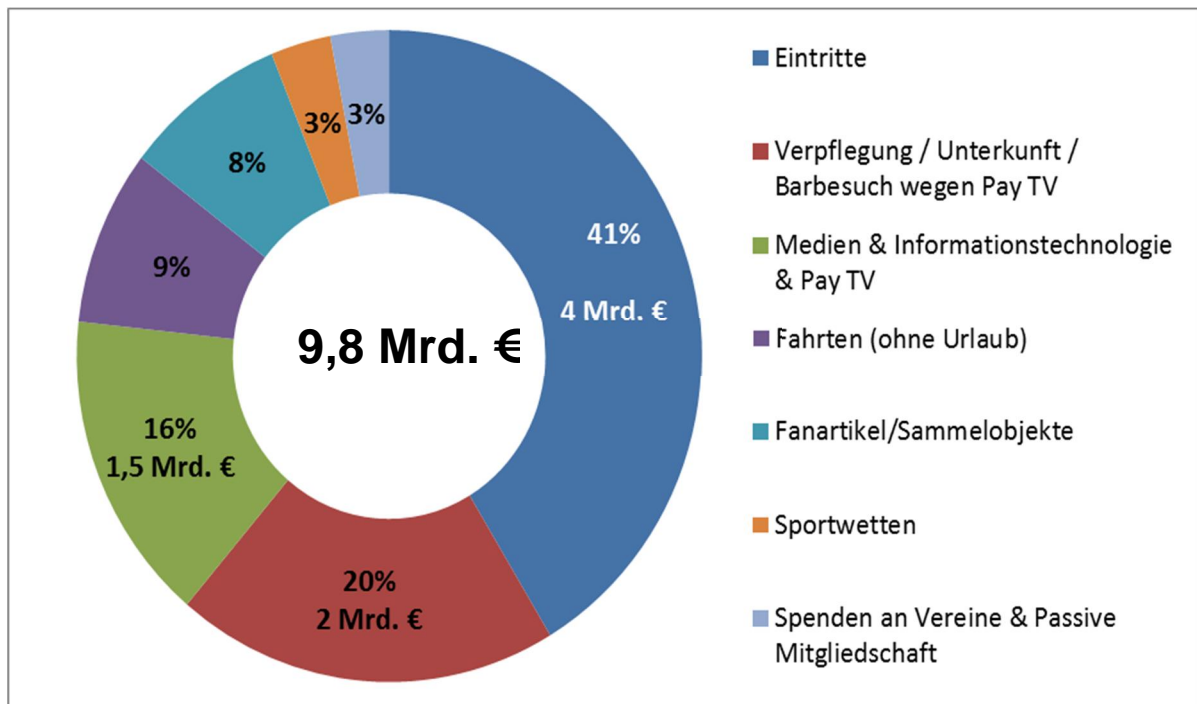


Abb. 4: Basisinformationen zum passiven Sportkonsum in Deutschland

Abb. 4 zeigt das Muster des passiven Sportkonsums, der 2010 einen Gesamtumsatz von 9,8 Mrd. € hatte. Die bedeutendsten Kategorien sind hierbei „Eintritte“ zu Ligasportveranstaltungen oder für Sportevents mit 4 Mrd. € (41%), „Verpflegung, Unterkunft (bei Sportveranstaltungen) & Barbesuche wegen Pay TV“ mit 2 Mrd. € (20%) und „Medien, Informationstechnologie & Pay TV“ mit 1,5 Mrd. € (16%). Der ermittelte passive Konsum der unter 16-jährigen beträgt allein ca. 960 Mio. €.

Tab. 2 gibt eine Übersicht der Top 12 Sportarten bezüglich des Gesamtkonsums pro Sportart, jedoch ohne den Konsum der Passiven unter 16-jährigen nach Sportarten aufzuschlüsseln. Neben den Gesamtausgaben pro Sportartencluster (letzte Spalte) wird sowohl der gesamte passive (≥ 16 Jahre) als auch aktive (alle) Sportkonsum nach Sportartenclustern ausgewiesen. Die durchschnittlichen individuellen Konsumausgaben der Aktiven und Passiven pro Sportart beziehen sich auf alle diejenigen, die überhaupt etwas für den Sport ausgegeben haben. Da z.B. viele Personen durchschnittlich relativ wenig für passiven Fußballkonsum ausgeben, aber diejenigen, die etwas für passiven Skikonsum (z.B. Fahrten zu Wettbewer-

ben) ausgeben, dann relativ viel konsumieren, ist das arithmetische Mittel für den passiven Konsum einiger Sportarten wie Skisport relativ hoch.

Tab. 2: Konsum pro aktiver/passiver Person und hochgerechnet nach Sportarten

Sportart	Ausgaben/Jahr /Person	Ausgaben/Jahr /Person	Ausgaben/Jahr alle	Ausgaben/Jahr	gesamt
	aktiv [€]	≥16 Jahre passiv [€]	aktiv [Mio. €]	≥16 Jahre passiv [Mio. €]	
1 Skisport	873	584	9.774	129	9.903
2 Fußball	480	716	4.756	4.974	9.731
3 Radsport	304	477	7.610	119	7.729
4 Schwimmen	212	378	4.948	72	5.021
5 Wandern	194	n. e. ¹	3.608	n. e. ¹	3.608
6 Fitness	283	533	3.426	63	3.489
7 Laufen (Joggen)	180	267	3.211	43	3.254
8 Reiten	1.242	818	2.827	300	3.127
9 Motorsport	1.080	536	2.025	307	2.332
10 Handball	520	415	1.481	433	1.914
11 Bergsteigen	502	n. e. ¹	1.895	n. e. ¹	1.895
12 Tennis	311	658	1.569	309	1.878
...
gesamt (71 Sportarten)	--	--	77.620	8.766	86.385
passiv <16 Jahre					960
gesamt					87.345

¹ nicht erhoben

Die Tabelle zeigt, dass der Konsum zwecks aktiver Sportausübung einen erheblich größeren Anteil am sportbezogenen Gesamtkonsum ausmacht als der von Passivsportlern. Eine Ausnahme ist hierbei der Fußball, bei dem der Sportkonsum der Passiven mit knapp 5 Mrd. € sogar etwas höher liegt als der der Aktiven mit 4,8 Mrd. €.

Einige Sportarten, wie hier Wandern oder Bergsteigen, generieren auf Grundlage der Stichprobe so gut wie keinen ausgabewirksamen Konsum durch Passive. Indem diese nicht berücksichtigt wurden, wird das Ergebnis leicht unterschätzt.

Das Ergebnis der Studie zeigt den Umsatz, der durch Endkonsumenten für den Sport in Deutschland im Jahr 2010 erzielt wurde. Insgesamt beträgt dieser 87,4 Mrd. € und setzt sich wie folgt zusammen:

- ⇒ Sportkonsum Aktiver ca. 77,6 Mrd. € Umsatz in Deutschland im Jahr 2010
- ⇒ Sportkonsum Passiver ca. 9,8 Mrd. € Umsatz in Deutschland im Jahr 2010

Zukünftige Perspektiven

Diese Studie bildet einen wichtigen Teil der Datengrundlage zur Erstellung eines Sportsatellitenkontos, da hierzu die von der deutschen Bevölkerung für Sportzwecke getätigten Kon-

sumausgaben im Detail ermittelt werden müssen. Zusätzlich können die dargestellten Ergebnisse auch für spezifische sozio-demographische Untergruppen ermittelt werden. Z.B. kann der Sportkonsum von Senioren oder die Verteilung der Ausgaben nach Geschlecht oder nach Bundesland berechnet werden. Außerdem werden die Ausgaben der Bevölkerung für einzelne Sportarten bestimmt, womit die wirtschaftliche Bedeutung einer Auf- oder Abwertung einer Sportart ermittelt werden kann.

Insgesamt zeigt die Studie, welche wirtschaftliche Bedeutung der Sportkonsum der Haushalte hat. Mit ihrer breiten Vielfalt von Darstellungsebenen (z.B. Sportarten, Altersklassen, Bundesländer, Geschlecht) bildet sie auch eine Grundlage für Simulationsrechnungen zukünftiger Entwicklungen.

Literatur

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