

Event- und Impaktforschung

Hrsg.: Holger Preuß und Markus Kurscheidt

Holger Preuß / Christian Alfs
Gerd Ahlert

Sport als Wirtschaftsbranche

Der Sportkonsum privater Haushalte
in Deutschland



Springer Gabler

RESEARCH

Event- und Impaktforschung

Herausgegeben von

H. Preuß, Mainz, Deutschland

M. Kurscheidt, Bayreuth, Deutschland

Die Reihe bietet ein Forum für empirische Studien zur ökonomischen Wirkungsanalyse von Großveranstaltungen in Sport, Kultur und Tourismus. Die Bände umfassen v. a. Ergebnisberichte über Primärerhebungen, die vom Reise- und Konsumverhalten der Eventbesucher bis zu intangiblen Werbe- und Imagewirkungen der Großereignisse reichen. Die Schriftenreihe richtet sich an Lehrende und Studierende der Wirtschafts-, Sport- oder Tourismuswissenschaft sowie an Praktiker und öffentliche Entscheidungsträger in eventbezogenen Handlungsfeldern.

Herausgegeben von

Prof. Dr. Holger Preuß,
Universität Mainz, Deutschland

Prof. Dr. Markus Kurscheidt,
Universität Bayreuth, Deutschland

Holger Preuß • Christian Alfs • Gerd Ahlert

Sport als Wirtschafts- branche

Der Sportkonsum privater Haushalte
in Deutschland

Mit einem Geleitwort von Dr. Hans-Peter Friedrich,
MdB, Bundesminister des Innern



Springer Gabler

RESEARCH

Holger Preuß,
Christian Alfs,
Universität Mainz, Deutschland

Gerd Ahlert,
GWS mbH Osnabrück, Deutschland



ISBN 978-3-658-00732-4

ISBN 978-3-658-00733-1 (eBook)

DOI 10.1007/978-3-658-00733-1

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer Gabler

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2012

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Gabler ist eine Marke von Springer DE. Springer DE ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media
www.springer-gabler.de

Grußwort

Ich freue mich sehr, dass das Institut für Sportwissenschaft mit der Abteilung Sportökonomie und Sportsoziologie der Johannes Gutenberg-Universität Mainz nach umfangreichen Erhebungen und Analysen nun die Studie zur wirtschaftlichen Bedeutung des Sportkonsums für Deutschland vorgelegt hat. Diese Studie liefert nicht nur die dringend erforderliche Aktualisierung des veralteten Datenmaterials aus den neunziger Jahren, sondern setzt auch hinsichtlich der Qualität und Belastbarkeit der Daten europaweit neue Maßstäbe.

Das durch die Untersuchung gewonnene Datenmaterial dokumentiert, dass der Sport in Deutschland eben nicht nur ein wesentliches Element der Freizeitgestaltung ist, sondern eine erhebliche ökonomische Bedeutung besitzt und damit auch Arbeitsplätze generiert und sichert.

Über diesen wirtschaftlichen Aspekt hinaus lassen sich der Studie wichtige Aussagen entnehmen über die in der Bevölkerung favorisierten Sportdisziplinen sowie über den Rahmen der Sportausübung. Sie ergänzt damit hervorragend den regelmäßig erscheinenden Sportentwicklungsbericht, der die Situation der Sportvereine in Deutschland analysiert.



Dr. Hans-Peter Friedrich, MdB
Bundesminister des Innern

Vorwort

Schon seit langer Zeit beschäftigen wir uns mit dem Zusammenspiel von Sport und Wirtschaft und dessen Darstellung in den Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen. Dieses heute zu einem ersten Abschluss gekommene Forschungsprojekt hat seinen Ursprung in einem bilateralen Abkommen des Bundesinstituts für Sportwissenschaft mit Frankreich, in dem erste Harmonisierungsversuche zum Vergleich der Sportwirtschaft unternommen wurden. Im Zuge der Sammlung von bereits existierenden Daten zur wirtschaftlichen Bedeutung des Sports mussten wir feststellen, dass die vorhandenen Datenkränze zu diesem Thema veraltet waren. Darüber hinaus wurden die bis dahin durchgeführten Studien größtenteils auf Basis der Auswertung vorhandener volkswirtschaftlicher Statistiken erstellt, die durch einzelne empirische Erhebungen und Sonderauswertungen ergänzt wurden. Eine detaillierte repräsentative Befragung der Bevölkerung zu ihren sportbezogenen Konsumausgaben, und damit auch die Erfassung des Anteils, den der Sport am Gesamtkonsum der privaten Haushalte in Deutschland ausmacht, wurde bisher noch nicht durchgeführt.

Mit der EU-Ratspräsidentschaft Österreichs im Jahre 2006 wurde dieses Thema auch von Seiten der Europäischen Union aufgegriffen und reifte während der darauf folgenden Ratspräsidentschaft von Deutschland zu einer der Forderungen im Coubertin Action Plan des EU-Weißbuch des Sports. Die daraufhin gegründete EU Arbeitsgruppe „Sport & Economics“ widmete sich dann zunächst der Etablierung einer einheitlichen Definition des Sports. Diese ist Grundlage der Erfassung der wirtschaftlichen Bedeutung des Sports in den einzelnen Mitgliedsstaaten und der EU insgesamt und soll entsprechend in der Erstellung von nationalen – und in deren Kombination auch europäischen – Satellitenkonten münden. Vor diesem Hintergrund entstand dieses Projekt, für das zwischen September 2009 und Mai 2011 insgesamt 17.455 Personen befragt wurden. Somit liegen erstmals nicht nur repräsentative Daten zum Sportkonsum, sondern auch über die Häufigkeit der Sportaktivität und die Ausgaben für das Sportinteresse aller in Deutschland lebenden Personen vor.

Unterstützt und finanziert wurde dieses Projekt vom Bundesinstitut für Sportwissenschaft (BISp) und vom Bundesministerium des Innern (BMI, Referat SP2).

Ein Projekt dieses Umfangs wäre ohne die Unterstützung durch unsere Kooperationspartner und Mitarbeiter gar nicht umzusetzen gewesen. Daher gilt unser besonderer Dank unserem Partner für die Datenerhebung, *2hm & Associates* aus Mainz, Frau Angela Heinze vom Statistischen Bundesamt für ihre kritischen Blicke auf den Datensatz, Herrn Prof. Holger Schunk (MHMK, Stuttgart), der in der frühen Phase des Projekts in die Konzeption eingebunden war und auch während des Projekts beratend zur Seite stand. Auch danken wir Herrn Dr. Norbert Schütte, der an der Analyse der Daten und darüber hinaus beratend beteiligt war. Nicht zuletzt danken wir unseren

beiden studentischen Mitarbeitern, Bogdan Coman und Timo Lenicker für ihren unermüdlichen Einsatz für das Projekt und schließlich der Erstellung des Buches.

Holger Preuß, Christian Alfs & Gerd Ahlert

Inhaltsverzeichnis

Grußwort	V
Vorwort.....	VII
Abbildungsverzeichnis	XI
Tabellenverzeichnis	XIII
Akronyme	XVII
Kurzfassung.....	1
Executive Summary	11
1 Einleitung.....	21
2 Forschungsstand und Hintergrund des Forschungsauftrags	25
2.1 Forschungsstand in Bezug auf empirische Analysen zum Sportkonsum.....	25
2.2 Hintergrund des Forschungsprojektes: Erstellung eines Sportsatellitenkontos.....	28
2.2.1 Satellitenkonten zu den Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen.....	28
2.2.2 Vorarbeiten in Deutschland: Input-Output-Tabelle des Sports (SpIOT)	30
2.2.3 Bezugspunkt des Forschungsprojekts: Sportsatellitenkonto.....	31
2.2.4 Einordnung des Forschungsprojekts im Rahmen der Erstellung des SKS	33
2.3 Aufbau des Forschungsprojekts.....	34
3 Methodik.....	37
3.1 Definition des Sports und Abgrenzung des Forschungsbereichs	37
3.1.1 Definition des Sports.....	37
3.1.2 Definition des Sportkonsums.....	44
3.1.3 Definition des Betrachtungszeitraum.....	47
3.1.4 Definition des Betrachtungsraumes	48
3.1.5 Definitionen wichtiger Begriffe für die Überführung der Daten in das Satellitenkonto Sport	48
3.2 Erhebung des direkten sportbezogenen Konsums der Privathaushalte	51
3.2.1 Methode zur Ermittlung des Mengengerüsts	51
3.2.2 Fragebogen zur Ermittlung des Mengengerüsts	61
3.2.3 Methode zur Ermittlung des Wertgerüsts	63
3.2.4 Fragebogen zur Ermittlung des Wertgerüsts.....	71
3.2.5 Antwortkonsistenz der Wertgerüstbefragung	74
3.2.6 Antwortkonsistenz der Wertgerüstbefragung über drei Wellen	76

3.3	Hochrechnung des gesamten direkten sportbezogenen Konsums der Privathaushalte.....	78
	Aktiv Sporttreibende.....	78
	Sportinteressierte	80
3.4	Unsicherheit und Risiko	80
	3.4.1 Konservatives Modell	81
	3.4.2 Realistisches Modell	83
	3.4.3 Gewicht einer Fehleinschätzung.....	85
	3.4.4 Sensitivitätsanalyse.....	86
4	Ergebnisse.....	93
4.1	Quantitative Ergebnisse zu Sporttreibenden in Deutschland	93
	4.1.1 Sportaktivität.....	93
	4.1.2 Gründe der Sportaktivität.....	94
	4.1.3 Bedeutung der Sportartencluster.....	96
	4.1.4 Sportartencluster nach dem Grad der Organisation	104
	4.1.5 Sportaktivität im Kontext sozio-demografischer Betrachtung	106
4.2	Sportinteresse in Verbindung mit Geldausgabe	111
	4.2.1 Sportinteresse	111
	4.2.2 Sportinteresse im Kontext sozio-demografischer Betrachtung	113
4.3	Ergebnisse zum Konsummuster der aktiv Sporttreibenden.....	114
	4.3.1 Konsum der privaten Haushalte durch aktiv betriebenen Sport	114
	4.3.2 Auswertung besonderer Teilbereiche des Konsums	130
4.4	Ergebnisse zum Konsummuster der Sportinteressierten	147
4.5	Ergebnisse differenziert nach Alter und Organisationsform	154
5	Schlussbetrachtung.....	163
5.1	Kritische Reflektion.....	164
5.2	Gegenwärtige Diskussion in der Europäischen Union (EU).....	166
5.3	Perspektiven.....	167
	Literaturverzeichnis	169
	Anhang.....	177
	A) Fragebogen Wertgerüst	177
	B) Fragebogen Mengengerüst.....	197
	Index.....	201

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Ablauf der Studienabschnitte	34
Abb. 2: Definition des Sports nach Berwert et al. (2008).....	40
Abb. 3: Vierfeldermatrix der Bedeutsamkeit einer Fehleinschätzung.....	86
Abb. 4: Häufigkeit der aktiven Sportausübung der gesamten Bevölkerung Deutschlands	93
Abb. 5: Gründe der Sportausübung in Deutschland über alle Sportarten (Befragte ≥ 16 Jahre).....	95
Abb. 6: Gründe der Sportausübung in den EU27 Ländern (Quelle: TNS Opinion & Social 2010).....	96
Abb. 7: Organisationsform der Sportausübung in Deutschland über alle Sportarten	104
Abb. 8: Anteil der sporttreibenden Bevölkerung im Altersverlauf nach Geschlecht	108
Abb. 9: Häufigkeit des Sporttreibens im Altersverlauf	109
Abb. 10: Gründe des Sporttreibens nach Alter und Geschlecht	109
Abb. 11: Konsumbasiertes Sportinteresse nach Alter.....	113
Abb. 12: Konsum der Haushalte zur aktiven Sportausübung (konservatives Modell).....	119
Abb. 13: Konsum der Haushalte zur aktiven Sportausübung (realistisches Modell).....	120
Abb. 14: Konsum der Haushalte für Sportinteresse (konservatives Modell)	149
Abb. 15: Konsum der Haushalte für Sportinteresse (realistisches Modell).....	149

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Grundstruktur einer vereinfachten IOT	29
Tab. 2: Aufbau der Input-Output-Tabelle des Sports.....	30
Tab. 3: Schematischer Aufbau eines SKS.....	32
Tab. 4: Definition des Sports nach Berwert et al. (2008).....	40
Tab. 5: Definition des Sports für diese Studie nach Sportarten	42
Tab. 6: Für den Sport relevante Produktkategorien dieser Studie	45
Tab. 7: Für den Sport relevanten Produktkategorien zur Erstellung eines SKS	46
Tab. 8: Frage zum Leistungssport	49
Tab. 9: Frage zum Betriebssport	49
Tab. 10: Frage zum Vereinssport	50
Tab. 11: Verteilung der Befragten nach Geschlecht, Alter und Bundesland	54
Tab. 12: Adressausschöpfung der CATI-Befragung	55
Tab. 13: Verweigerungsgründe der Kontaktpersonen.....	55
Tab. 14: Gruppen der in Deutschland lebenden Bevölkerung unter 16 Jahren zur Berechnung der Aktiven im Mengengerüst	57
Tab. 15: Aktiven von Verbänden per Telefoninterview nacherhoben	59
Tab. 16: Prioritätsfaktoren zur Auswahl von seltener betriebenen Sportarten	64
Tab. 17: Prioritätsfaktoren zur Auswahl von betriebenen Sportarten bei <16- Jährigen	65
Tab. 18: Quotierung der Befragten nach Anzahl der Sporttreibenden (aktiv und passiv)	66
Tab. 19: Erhebungswellen der Wertgerüstbefragung.....	67
Tab. 20: Geforderte und realisierte Quotierung bei der ersten Welle zur Ermittlung des Wertgerüsts (August 2010)	68
Tab. 21: Geforderte und realisierte Quotierung bei der zweiten Welle des Wertgerüsts (Januar 2011)	69
Tab. 22: Geforderte und realisierte Quotierung bei der dritten Welle des Wertgerüsts (Mai 2011)	70
Tab. 23: Sportarten und Fallzahlen(n) der Wiederholungsbefragung während der 2. Welle	74
Tab. 24: Konsumkategorien mit signifikanten Unterschieden zwischen Test und Retest.....	75
Tab. 25: Konsumkategorien mit signifikanten Unterschieden zwischen Test und Retest.....	77
Tab. 26: Übersicht konservatives versus realistisches Modell.....	85
Tab. 27: Bewertungen der Sensitivitäten	89
Tab. 28: Übersicht zur Anzahl der Variable dieser Studie.....	90
Tab. 29: Modellvariablen und deren Sensitivitäten	90
Tab. 30: Anzahl der Sporttreibenden nach Sportartencluster und Alter	97
Tab. 31: Durchschnittliche Erfahrung/Dauer des Sporttreibens nach Sportartenclustern	99

Tab. 32: Basisinformationen zur Sportaktivität und zum sportbezogenen Konsum aktiv betriebener Sportarten	102
Tab. 33: Organisationsform des Sports in Deutschland – einzelne Sportarten/Sportartencluster.....	105
Tab. 34: Sportinteresse nach Sportarten(cluster)	111
Tab. 35: Konsumbasiertes Sportinteresse nach Geschlecht bei den ≥ 16 -Jährigen	113
Tab. 36: Konsumbasiertes Sportinteresse der < 16 -Jährigen (TOP 15).....	114
Tab. 37: Darstellung aggregierter Ausgabekategorien.....	115
Tab. 38: Darstellung aggregierter Ausgabekategorien.....	118
Tab. 39: Durchschnittliche Ausgaben pro Ausgabekategorie für ≥ 16 -Jährige (beide Modelle im Vergleich)	121
Tab. 40: Durchschnittliche Jahresausgaben pro Person nach Sportarten(cluster) im konservativen Modell in Euro	122
Tab. 41: Durchschnittliche Gesamtausgaben pro Jahr nach Sportarten(cluster) im konservativen Modell in Euro	124
Tab. 42: Durchschnittliche Jahresausgaben pro Person nach Sportarten(cluster) im realistischen Modell in Euro	126
Tab. 43: Durchschnittliche Jahresausgaben nach Sportarten(cluster) im realistischen Modell in Euro	128
Tab. 44: Gesamtausgaben für Schulsport von Personen zwischen 6 und 22 Jahren	131
Tab. 45: Anzahl von Sportverletzungen mit Arztkonsultation im Wertgerüst (Berechnungsgrundlage nach Gruppen)	133
Tab. 46: Anzahl von Sportverletzungen mit Arztkonsultation im realistischen Modell	134
Tab. 47: Top 10 Sportarten(cluster) in Bezug auf die Gesamtzahl an Sportverletzungen im realistischen Modell	135
Tab. 48: Anzahl von Sportverletzungen mit Arztkonsultation im konservativen Modell.....	136
Tab. 49: Top 10 Sportarten in Bezug auf die Gesamtzahl an Sportverletzungen im konservativen Modell	137
Tab. 50: Verletzungsraten der Top 8 Sportarten(cluster) bei ≥ 16 -Jährigen.....	137
Tab. 51: Verletzungsraten der Top 10 Sportarten(cluster) bei den unter 16-Jährigen	138
Tab. 52: Kausallogische Gruppierung der Sportarten in Bezug auf Sportreisen	140
Tab. 53: Top 20 Sportarten mit den höchsten Gesamtausgaben für Sportreisen	140
Tab. 54: Top 10 Sportarten(cluster) nach Ausgaben pro Sportreise der ≥ 16 -Jährigen	141
Tab. 55: Kategorisierte Ausgaben im Ausland (Importe)	141
Tab. 56: Kategorisierter Anteil (absolut & relativ) der Sponsorenunterstützung (konservatives Modell)	143

Tab. 57: Kategorisierter Anteil (absolut & relativ) der Sponsorenunterstützung (realistisches Modell)	144
Tab. 58: Signifikante Zusammenhänge zwischen sozio-demographischen Merkmalen und verschiedenen Konsumentenmustern bei ≥ 16 -Jährigen	146
Tab. 59: Darstellung aggregierter Ausgabekategorien für Sportinteresse	148
Tab. 60: Durchschnittliche Ausgaben pro Ausgabekategorie für über ≥ 16 -Jährige beide Modelle	150
Tab. 61: Durchschnittliche Jahresausgaben pro Person nach Sportarten(cluster) für beide Modelle in Euro	151
Tab. 62: Jahresausgaben für das Sportinteresse pro Person ≥ 16 -Jahre nach Sportarten(cluster), konservatives Modell	152
Tab. 63: Jahresausgaben für das Sportinteresse pro Person ≥ 16 -Jahre nach Sportarten(cluster), realistisches Modell	153
Tab. 64: Konservatives Modell, sportbezogener Konsum der sportlich aktiven Bevölkerung in Deutschland 2010 nach Alter in Millionen Euro	155
Tab. 65: Realistisches Modell, sportbezogener Konsum der sportlich aktiven Bevölkerung in Deutschland 2010 nach Alter in Millionen Euro	156
Tab. 66: Konservatives Modell, sportbezogener Konsum für Sportinteresse in Deutschland 2010 nach Alter in Millionen Euro	158
Tab. 67: Realistisches Modell, sportbezogener Konsum für Sportinteresse in Deutschland 2010 nach Alter in Millionen Euro	158
Tab. 68: Konservatives Modell, sportbezogener Konsum der sportlich aktiven Bevölkerung in Deutschland 2010 nach Organisationsform, Leistungssport, Sponsoren in Millionen Euro	159
Tab. 69: Realistisches Modell, sportbezogener Konsum der sportlich aktiven Bevölkerung in Deutschland 2010 nach Organisationsform, Leistungssport, Sponsoren in Millionen Euro	161
Tab. 70: Gesamter sportbezogenen Konsum der in Deutschland lebenden Personen im Jahr 2010	163

Akronyme

BiSp	Bundesinstitut für Sportwissenschaft
BMI	Bundesministerium des Innern
CDES	Centre for the Law and Economics of Sport, Limoges
CPA	Klassifikation der Produkte
EFRE	Europäischer Fond für Regionale Entwicklung
EOC	European Olympic Committees
EP	Europäische Parlament
ESF	Europäischer Strukturfond
FISAS	Finanz- und Strukturanalyse des Sports
IOR	Input-Output-Rechnung
IOT	Input-Output-Tabelle
NACE	statistische Gliederung der Wirtschaftssektoren
nSP	nichtsportbezogene Aktivitäten
RTS	Rösch-Telefonstichproben-System
SKS	Sportsatellitenkonto
SP	sportbezogene Aktivitäten
SpIOT	Input-Output-Tabelle des Sports
VGR	Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung