



Sportwirtschaftsbericht Berlin

Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Sports in Berlin



Senatsverwaltung
für Inneres und Sport



Sportwirtschaftsbericht Berlin

Berlin ist mit seinen zahlreichen Sportgroßveranstaltungen, seinen 146 Bundesligisten und anderem Spitzensport, dem aktiven Sport- und Bewegungsverhalten seiner Einwohner über Deutschland hinaus als Sportmetropole bekannt. Mit den Aktivitäten der rund 2.000 Vereine und ca. 590.000 Mitglieder im Landessportbund Berlin (LSB), den 1.200 Standorten für öffentliche Sportanlagen, den Sportveranstaltungen etc. sind direkte und indirekte ökonomische Effekte verbunden. Diese schlagen sich in der Nachfrage nach sportbezogenen Produkten und Dienstleistungen, in Form von Sekundäreffekten für die tourismusabhängigen Branchen oder als wichtiger Aufmerksamkeits- und Standortfaktor im Wettbewerb der Metropolen nieder. Vor zwölf Jahren wurden diese Zusammenhänge in einer explorativen Studie erstmals untersucht.

Seitdem haben in Berlin bedeutende Sportereignisse stattgefunden, wurden die infrastrukturellen Rahmenbedingungen für den Sport durch die Modernisierung und den Neubau von Sportstätten verbessert, haben sich manche Veranstaltungsformate gewandelt und sind neue Trendsportarten und Veranstaltungen hinzugekommen. Dies hat auch die Nachfrage nach sportbezogenen Produkten und Dienstleistungen und damit den Stellenwert der Sportwirtschaft verändert. Jedoch gab es dazu bislang wenig statistisch-empirisch fundierte Informationen. Dies hat die IHK Berlin, den Berliner Senat und den LSB Berlin mit finanzieller Unterstützung von ALBA Berlin, Eisbären Berlin, Hertha BSC, Fuchse Berlin, Berlin RECYCLING Volleys, 1. FC Union Berlin, Velomax Berlin Hallenbetriebs GmbH, Olympiastadion Berlin GmbH und Anschutz Entertainment Group (O2 World) veranlasst, einen neuen Sportwirtschaftsbericht zur gesamtwirtschaftlichen Bedeutung des Sports in Berlin an das Büro STADTart aus Dortmund und an Herrn Prof. Wolfgang Maennig von der Universität Hamburg zu vergeben. Die Untersuchung, die hinsichtlich der Abgrenzung der Sportwirtschaft zwischen einem Kernbereich und einem erweiterten Bereich unterscheidet, kommt hinsichtlich der drei Sektoren der Sportwirtschaft, also der „Sportausrüstung“, dem „Sporthandel“ und den „sportnahen Dienstleistungen“ sowie zu den Sportvereinen und Sportverbänden zu folgenden zentralen Ergebnissen:

Eine Studie von:



STADTart
Planungs- und Beratungsbüro
Kultur – Freizeit – Sport
Gutenbergstraße 34 | 44139 Dortmund
Telefon: +49 231 58 44 99 5 - 0
Telefax: +49 231 58 44 99 5 - 27
E-mail: mail@stadtart.com
www.stadtart.com

Prof. Dr. Wolfgang Maennig
Universität Hamburg
Fakultät für Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften
Von Melle Park 5, 20146 Hamburg
Telefon: +49 40 4 28 38 - 46 22
www.uni-hamburg.de

Mit freundlicher Unterstützung von:



Die ausführliche Studie finden Sie unter:

www.ihk-berlin.de/Mediathek
www.berlin.de/sen/sport
www.lsb-berlin.de/index.php?id=103



In Berlin gibt es heute in der Sportwirtschaft 2.900 Unternehmen und Selbstständige und deren Anzahl ist deutlich höher als im Jahre 2000.

Die Umsatzsteuerstatistik weist in 2010 für die Unternehmen und Selbstständigen der Berliner Sportwirtschaft im Kernbereich und dem erweiterten Bereich, und damit ohne die von Sportveranstaltungen profitierenden Branchen wie etwa das Hotel- und Gaststättengewerbe, rund 1.850 Betriebe aus. Knapp zwei Drittel dieser Unternehmen und Selbstständigen ist den sportnahen Dienstleistungen zuzurechnen und nicht ganz ein Drittel dem Sporthandel. Der Sektor der Sportausrüstung spielt vergleichsweise eine untergeordnete Rolle. Die Gesamtzahl der Unternehmen und Selbstständigen ist deutlich höher als im Jahre 2000. Für den Kernbereich der Sportwirtschaft betrug der Zuwachs 19 Prozent. Dies entspricht nahezu der Steigerung der Gesamtwirtschaft Berlins von 21 Prozent. Heute beträgt der Anteil des Kernbereichs und des erweiterten Bereichs der Sportwirtschaft an der Gesamtwirtschaft 1,4 Prozent. Bei diesen Angaben sind jedoch nicht jene Unternehmen und Selbstständigen eingeschlossen, die nicht ihren Hauptsitz in Berlin haben und auch nicht solche, die weniger als 17.500 EUR Jahresumsatz erzielen. Rechnet man noch diejenigen Kleingewerbetreibenden der IHK-Mitgliedsunternehmen in der Sportwirtschaft hinzu, die nicht von der Umsatzsteuerstatistik erfasst sind (ca. 1.050 Unternehmen), kann von insgesamt 2.900 Unternehmen und Selbstständigen in der Berliner Sportwirtschaft ausgegangen werden.

Die Sportwirtschaft ist mehrheitlich kleinteilig strukturiert.

Nach den Ergebnissen einer Telefonbefragung kann angenommen werden, dass etwa die Hälfte der Unternehmen in der Berliner Sportwirtschaft einen Jahresumsatz zwischen 50.000 und 500.000 EUR erwirtschaftet und ein weiteres Drittel erzielt 500.000 bis 2,5 Mio. EUR. Nur ein geringer Anteil von 15 Prozent erreicht einen Jahresumsatz, der über 2,5 Mio. EUR liegt. Rund drei Viertel der befragten Unternehmen in den sportnahen Dienstleistungen erzielten Umsätze von jährlich zwischen 50.000 und 500.000 EUR, während dies im Sporthandel und bei der Sportausrüstung tendenziell nur für jedes zweite Unternehmen zutrifft. Die Sportwirtschaft in Berlin ist folglich überwiegend kleinteilig

strukturiert. Nahezu ein Viertel der Unternehmen und Selbstständigen hat keine sozialversicherungspflichtig Beschäftigten, etwa ein Drittel der Unternehmen hat nur ein bis zwei Beschäftigte. Größere Unternehmen mit mehr als 50 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten sind bei einem Anteil von 2 Prozent eher selten. Bei den sportnahen Dienstleistungen ist der Anteil der kleineren Unternehmen tendenziell etwas größer als bei den beiden anderen Sektoren.

Die Berliner Sportwirtschaft bedient überwiegend den lokalen Markt.

Die Telefonbefragung kommt darüber hinaus zu dem Ergebnis, dass mehr als drei Viertel der befragten Unternehmen der Sportwirtschaft ihre Kunden in Berlin hat. Für ein Viertel der Unternehmen liegt das Hauptabsatzgebiet bzw. der Haupteinzugsbereich sogar im gleichen Berliner Bezirk wie der Unternehmensstandort. Dies ist angesichts des hohen Anteils an sportnahen Dienstleistern nicht verwunderlich. Nur insgesamt 20 Prozent der Unternehmen haben Kunden vorwiegend außerhalb Berlins. Die Sportwirtschaft bedient damit zurzeit überwiegend einen Berliner Markt.

Der Gesamtbeschäftigungseffekt der Sportwirtschaft in Berlin 2011 beläuft sich auf etwa 18.800 Erwerbstätige.

Die Gesamtzahl der Erwerbstätigen beläuft sich für den Kernbereich und den erweiterten Bereich der Berliner Sportwirtschaft für 2010 auf nicht ganz 13.200. Im Jahr 2011 waren es etwas mehr, insgesamt rund 13.700. Die 13.700 Erwerbstätigen ergeben sich zum einen aus 7.300 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten und 4.100 geringfügig Beschäftigten, die in der Beschäftigtenstatistik der Bundesagentur für Arbeit ausgewiesen sind. Zu den Erwerbstätigen zählen aber auch jene Eigentümer der 1.850 Unternehmen und Selbstständigen der Sportwirtschaft (einschließlich der Kleingewerbetreibenden), die nicht die Rechtsform einer Kapitalgesellschaft aufweisen. Bei einem geschätzten Anteil von 60 Prozent sind dies für 2010 und 2011 absolut etwa 1.100. Ebenso sind zu den Erwerbstätigen ein Drittel der Kleingewerbetreibenden der IHK-Mitgliedsunternehmen der Sportwirtschaft zu zählen, die wegen ihres geringen Umsatzes nicht von der Umsatzsteuerstatistik



erfasst sind, absolut sind dies wiederum rund 1.100. Ausgehend von dem so ermittelten direkten Beschäftigungseffekt kann unter Verwendung eines regionalen Multiplikators für Berlin von 1,37 für 2010 bzw. 2011 von einem direkten und induzierten Erwerbstätigkeitseffekt der Berliner Sportwirtschaft in Höhe von rund 18.000 bzw. 18.800 Erwerbstätigen ausgegangen werden.

Die gesamten direkten und induzierten Umsätze der Sportwirtschaft beliefen sich im Jahre 2010 auf etwas mehr als 1 Mrd. EUR.

Der Kernbereich und der erweiterte Bereich der Berliner Sportwirtschaft erzielten im Jahre 2010 Umsätze in Höhe von rund 672 Mio. EUR. Da in Berlin wenig Unternehmen ihren Hauptsitz haben (z. B. Fitnessstudios) und daher einige Aktivitäten der Berliner Sportwirtschaft von der Umsatzsteuerstatistik für Berlin nicht voll erfasst werden, wird schätzungsweise davon ausgegangen, dass die tatsächlichen Umsätze um 10 Prozent höher liegen, absolut sind dies zusätzlich rund 67,2 Mio. EUR. Hinzu kommen die geschätzten Umsätze rund eines Drittels der Kleingewerbetreibenden mit jährlichen Umsätzen unter 17.500 EUR, insgesamt 13,2 Mio. EUR. Der Gesamtumsatz beträgt danach rund 752 Mio. EUR. Unter Berücksichtigung des auf Berlin zugeschnittenen Multiplikators von 1,37 belaufen sich die direkten und induzierten Umsatzeffekte der Berliner Sportwirtschaft damit auf etwas mehr als 1 Mrd. EUR.

Die im LSB Berlin organisierten Sportvereine und -verbände setzen wichtige wirtschaftliche Impulse für die Entwicklung der Sportwirtschaft.

Wirtschaftlich relevante Arbeitgeber sind auch die im LSB Berlin organisierten Sportvereine und -verbände, mit rund 3.500 Beschäftigten und mehr als 7.000 freien Mitarbeitern. Nach Schätzungen beläuft sich das jährliche Ausgabevolumen dieser Sportorganisationen auf rund 105,4 Mio. EUR. Davon entfallen geschätzt rund ein Viertel auf Ausgaben für Sportartikel, sportnahe Dienstleistungen, Instandhaltung der Sportanlagen etc., wovon überwiegend Anbieter der Sportwirtschaft und

andere Branchen in Berlin, teilweise auch im jeweiligen Bezirk des Sportvereins profitieren. Damit haben die Ausgaben der Sportvereine die positive Entwicklung der Sportwirtschaft Berlins der letzten Jahre begünstigt. Inwieweit diese Effekte noch gesteigert werden können, hängt von den Entwicklungsmöglichkeiten der Sportorganisationen ab. Dabei haben nach deren Auffassung sportpolitische Aspekte wie die Sportförderung des Senats und des LSB Berlin, die Quantität und Qualität der Sportstätten sowie die Verfügbarkeit von Sportstätten nach Einschätzung der drei Gruppen an Sportorganisationen eine große Bedeutung.

Eine große Anzahl an Sportvereinen und Sportverbänden werden von Berliner Unternehmen der Sportwirtschaft und anderer Branchen unterstützt.

Von den Großvereinen in Berlin werden etwa zwei Drittel zumeist von mehreren Unternehmen aus einer Vielzahl an Branchen finanziell unterstützt. Dabei weisen die jeweiligen Förder- und Unterstützungsbeträge eine große Bandbreite auf. Diese von vielen Sportvereinen als wichtig angesehenen Finanzierungsbeiträge reichen von jährlich unter 12.500 EUR bis über 125.000 EUR. Nach den Befragungen der Bundesligisten konnten diese in der Saison 2011/2012 rund 47,3 Mio. EUR Erlöse aus Werberechten erzielen, von denen 37,8 Mio. EUR (das entspricht 80 Prozent) von Berliner Unternehmen stammen. Für die etwa 140 anderen, kleineren Bundesligisten lag diese Quote mit 89 Prozent noch höher. Auch ein Drittel aller an der Befragung teilnehmenden Kleinst- bis Mittelvereine erhalten finanzielle Zuwendungen. Dabei kommen die unterstützenden Unternehmen überwiegend aus dem Bezirk oder anderen Teilen Berlins. Dazu trägt auch die Sportwirtschaft bei. Nach der Telefonbefragung der Unternehmen und Selbstständigen unterstützen etwas weniger als die Hälfte Sportvereine in Berlin über Sponsoring oder Spenden. Bezogen auf die Gesamtzahl der zur Sportwirtschaft zählenden, im Handelsregister eingetragenen 986 IHK-Mitgliedsunternehmen (ohne die Gewerbetreibenden) kann davon ausgegangen werden, dass rund 450 von ihnen Sportvereine finanziell unterstützen.



Die „Sechs Großen“ Bundesligisten und die Traditionssportveranstaltungen sind bedeutende Wirtschaftsfaktoren. Sie generieren einen Einkommensimpuls von rund 170 Mio. EUR und Steuermehreinnahmen in Höhe von rund 40 Mio. EUR.

Innerhalb der Berliner Sportwirtschaft haben die insgesamt 146 Bundesligisten und die Traditionssportveranstaltungen eine besondere Bedeutung sowohl für die Berliner Wirtschaft als auch für die Außendarstellung. Insgesamt verkauften die 146 Berliner Bundesligisten in der Saison 2011/2012 rund 2,4 Mio. Tickets. Dabei spielen die Betreiber der großen Veranstaltungsstätten eine nicht unerhebliche Rolle. Die „Sechs großen“ Bundesligisten (Hertha BSC, Eisbären Berlin, ALBA Berlin, 1. FC Union, Füchse Berlin, Berlin RECYCLING Volleys) verantworten davon rund 98 Prozent. Einschließlich derjenigen Auswärtigen, die keinen Eintritt zahlen müssen, ergaben sich in der Saison 2011/2012 rund 940.000 auswärtige Besucher, von denen 92 Prozent auf die „Sechs Großen“ Bundesligisten entfielen. Die Besucher der Heimspiele der Berliner Bundesligisten von außerhalb der Stadt haben Ausgabenimpulse in Höhe von rund 55,7 Mio. EUR zur Folge. Ein großer Anteil von rund 50,9 Mio. EUR (entspricht etwa 92 Prozent) entfällt dabei auf die „Sechs Großen“. Die verkauften Tickets der Teilnehmerplätze der neun größeren Traditionssportveranstaltungen 2012 (Avon Running Berliner Frauenlauf, BIG 25, BMW Berlin- Marathon, DFB-Pokalfinale, ISTAF, Sechs-Tage-Rennen, Skoda Velothon, Vattenfall Berliner Halbmarathon sowie Vattenfall City-Nacht) summieren sich auf rd. 328.000 Besucher bzw. Teilnehmer, von denen rund 197.000 Nicht-Berliner sind. Sie generieren einen Einkommensimpuls von rund 73,4 Mio. EUR.

Insgesamt lösen die Ausgaben der auswärtigen Besucher von Traditionssportveranstaltungen und von Heimspielen Berliner Bundesligisten einen primären Wirtschaftsimpuls in Höhe von rund 129,1 Mio. EUR aus. Einschließlich der induzierten multiplikativen Einkommenseffekte generiert dies einen Gesamteffekt von rund 176,7 Mio. EUR. Davon entfallen auf die Traditionsveranstaltungen 100,6 Mio. EUR, auf die „Sechs Großen“ der Bundesligisten 69,8 Mio. EUR und auf die restlichen 140 Berliner Bundesligisten 6,4 Mio. EUR. Damit verbunden sind Steuermehreinnahmen in Höhe von rund 40,3 Mio. EUR. Davon entfielen allein auf die „Sechs Großen“ Bundesligisten rund 15,9 Mio. EUR.



Der Senat von Berlin leistet wichtige Beiträge zur Unterstützung des Sports in der Stadt.

Bedeutende Faktoren bei der Erzielung der wirtschaftlichen Effekte des Sports bzw. der Sportveranstaltungen sind die Förderung des Leistungs- und Breitensports, insbesondere die unentgeltliche Bereitstellung der Sportinfrastruktur sowie die Unterstützung von Sportgroßveranstaltungen seitens des Berliner Senats. In den Jahren 2006 bis 2010 hat die Senatsverwaltung für Inneres und Sport Zuschüsse in Höhe von insgesamt 445,8 Mio. EUR geleistet. Die Zuschüsse blieben im Zeitablauf mit durchschnittlich 73,4 Mio. EUR jährlich nominal tendenziell konstant. Hinzu kommen weitere Leistungen durch Behörden Berlins. Dies sind neben den Bezirken v. a. die Senatsverwaltung für Bildung, Jugend und Wissenschaft, die Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt, die Senatsverwaltung für Gesundheit und Soziales, die Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Forschung sowie die Berliner Polizei.

Die Entwicklungsaussichten der Berliner Sportwirtschaft sind günstig.

Von den befragten Unternehmen und Selbstständigen der Berliner Sportwirtschaft gehen nicht ganz die Hälfte für die kommenden drei Jahre von einer steigenden Umsatzentwicklung aus, für ein Drittel wird sich der zurzeit erzielte Umsatz nicht wesentlich verändern. Diese positiven Entwicklungserwartungen schlagen sich auch in entsprechenden Beschäftigungsaussichten nieder. So beabsichtigen 25 Prozent der antwortenden Unternehmen und Selbstständigen mehr Vollzeitbeschäftigte, 23 Prozent mehr Teilzeitbeschäftigte und 32 Prozent mehr geringfügig Beschäftigte einzustellen. Mit Beschäftigungsrückgängen rechnen dagegen nur wenige. Ähnliche positiv ist der Saldo der Beschäftigtenerwartung bei den Vereinen und den Sportverbänden.

Auch über den Zeitraum von drei Jahren hinaus kann davon ausgegangen werden, dass die Entwicklungsaussichten der Berliner Sportwirtschaft weiterhin günstig sind. Diese Einschätzung legt die anhaltende Zunahme der Unternehmen und Selbstständigen in Berlin zwischen 2010 und 2011



sowie ein Vergleich mit Hamburg und München anhand von Strukturdaten nahe. Danach hat Berlin in der Sportwirtschaft die meisten Unternehmen und Selbstständigen, doch sind in den beiden anderen Metropolen bei deutlich höherer Kaufkraft als in Berlin deren Anzahl und die erzielten Umsätze in Relation zur Einwohnerzahl erkennbar größer. Daher kann davon ausgegangen werden, dass es bei anhaltender wirtschaftlicher Entwicklung Berlins und damit einhergehender wachsender Prosperität in der Sportwirtschaft der Stadt noch weitere Entwicklungspotenziale gibt. Dieser Meinung sind auch die befragten Unternehmen. Für drei Viertel von ihnen ist die Kaufkraftentwicklung Berlins ein entscheidender Einflussfaktor für die Entwicklung der Sportwirtschaft.

Die weitere Entwicklung der Berliner Sportwirtschaft und der damit verbundenen Branchen kann durch eine integrierte multidimensionale Sportwirtschaftspolitik nach innen und nach außen unterstützt werden.

Die Studie hat gezeigt, dass Sportwirtschaft, Sportorganisation und Sportgroßveranstaltungen bedeutende ökonomische Faktoren für die Entwicklung Berlins sind und mit ihnen auch Steuermehreinnahmen für die Stadt verbunden sind. Die positiven Wirkungen sind nicht nur quantitativer Art. Mit der Durchführung von Sportgroßveranstaltungen sind zudem für die regionale Entwicklung bedeutsame Image-, Struktur-, Netzwerk- und Kompetenzeffekte verbunden. Darüber hinaus profitieren vom Sport auch Branchen wie etwa die Kultur- und Kreativwirtschaft, wenn etwa Sporthallen für Musikveranstaltungen genutzt werden. Auch hat der Sport weitere, im Rahmen dieser Studie nicht explizit berücksichtigte positive Wirkungen, wie etwa die für Berlin noch nicht untersuchten und nach innen wirkenden Feelgood- und Integrationseffekte.

Die vielversprechenden Entwicklungsaussichten der Berliner Sportwirtschaft sind trotz günstiger Rahmenbedingungen wie etwa der vorhandenen und bedeutenden großen Veranstaltungshallen und -stätten für Sportevents (Olympiastadion, Velodrom, O2 World, Max-Schmeling-Halle etc. kein Selbstläufer, da auch andere Städte die Entwicklungspotenziale von Sport und Sportwirtschaft bzw. deren Bedeutung für die Tourismuswirtschaft erkannt haben und entsprechende Initiativen entwickeln. Im Rahmen des 2009 verabschiedeten Leitbildes für die Sportmetropole Berlin sollte es bei den Maßnahmen vor allem darum gehen:

- die infrastrukturellen Rahmenbedingungen für die Aktivitäten des organisierten und des nicht organisierten Sports zu fördern,
- die Traditionssportveranstaltungen zu halten und zu fördern,
- Initiativen für neue teilnehmerintensive und sportaktive Sportgroßveranstaltungen zu unterstützen,
- große Bundesligisten als Leuchttürme des Berliner Sports als Wirtschaftsfaktor zu begreifen und zu fördern
- auch bestehende sportrelevante Messen auszubauen und weitere zu akquirieren.

Diese und weitere Initiativen erfordern eine integrierte multidimensionale Sportwirtschaftspolitik nach innen und nach außen unter Beteiligung von Sportförderung und Wirtschaftsförderung, aber auch von anderen Politikressorts wie etwa der Stadtentwicklungsplanung.



Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Sports für Berlin. Zahlen, Daten, Fakten

Sportwirtschaft	
Anzahl der Unternehmen/Selbständigen	2.900
Anteil der Unternehmen/Selbständigen der Sportwirtschaft an der Berliner Gesamtwirtschaft	1,4 Prozent
Struktur der Sportwirtschaft	65 Prozent sportnahe Dienstleistungen 33 Prozent Sporthandel 3 Prozent Sportausrüstung
Gesamtbeschäftigungseffekt der Sportwirtschaft 2011	18.800 Erwerbstätige (zzgl. eines Großteils der 7.300 freien Mitarbeiter in den Sportorganisationen)
Gesamtumsatzeffekt der Sportwirtschaft 2011	1,033 Mrd. EUR
Ausgabevolumen der Sportorganisationen pro Jahr	105,4 Mio. EUR
Entwicklung der Sportwirtschaft zwischen 2000 und 2010	
Entwicklung der Anzahl der Unternehmen/Selbstständigen im Kernbereich der Sportwirtschaft	+ 19 Prozent
Entwicklung der Beschäftigten im Kernbereich der Sportwirtschaft zwischen 2000 und 2010	
• sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	+ 11 Prozent
• geringfügig Beschäftigte	+ 146 Prozent
Entwicklung der Umsätze im Kernbereich der Sportwirtschaft zwischen 2000 und 2010	+ 43 Prozent

Effekte der Bundesligisten und Traditionssportveranstaltungen	
Anzahl der auswärtigen Besucher von Spielen der Berliner Bundesligisten (Saison 2011/2012)	940.000
davon Anzahl der auswärtigen Besucher der „Sechs Großen“ (Hertha BSC, Eisbären Berlin, ALBA Berlin, 1. FC Union Berlin, Fuchse Berlin, BERLIN RECYCLING Volleys) (Saison 2011/2012)	860.000
Anzahl der auswärtigen Besucher/Teilnehmer der großen Traditionssportveranstaltungen (2012)	197.000
Einkommensimpuls von Bundesligisten und Traditionssportveranstaltungen für die Berliner Wirtschaft (pro Jahr)	ca. 177 Mio. EUR
Steuermehreinnahmen (pro Jahr)	40, 3 Mio. EUR
Unterstützung des Sports durch Senat und Berliner Unternehmen	
Zuschüsse durch den Senat von Berlin (pro Jahr)	durchschnittlich 74,3 Mio. EUR
Berliner Wirtschaft	• 80 Prozent der Werbeerlöse der Berliner Bundesligisten stammen von Berliner Unternehmen • Zwei Drittel der Großvereine und ein Drittel der Kleinst- bis Mittelvereine werden von Berliner Unternehmen unterstützt

Herausgeber

IHK Berlin
Fasanenstraße 85
10623 Berlin
Telefon: +49 30 31510-0
Telefax: +49 30 31510-166
E-Mail: service@berlin.ihk.de
www.ihk-berlin.de

Bearbeiter

Dipl.-Ing./Stadtplaner NW Ralf Ebert, STADTart
Prof. Dr. Wolfgang Maennig, Universität Ham-
burg
Dipl.-Geogr. Uwe van Ooy, STADTart

Gestaltung

Stephanie Krause | IHK Berlin

Fotos

Titelbild ©Hoch Zwei | S. 4 ©Felix Mizioznikov -
iStockphoto.com | S. 5 ©Kzenon - Fotolia.com |
S. 6, 7, 8, 9, 10, 11, 13 ©Camera4 | S. 12 ©TOP
Sportmarketing Berlin

Druck

Druckerei
Straße
Ort

FSC Logo

Danksagung

Das Büro STADTart, Prof. Dr. Wolfgang Maennig von der Universität Hamburg und seine Mitarbeiter bedanken sich bei den Auftraggebern und allen Mitarbeitern des Landes Berlin, die die vorliegende Studie durch ihre Informationen und Anregungen unterstützt haben, insbesondere dem Amt für Statistik Berlin-Brandenburg und der Bundesagentur für Arbeit für die Bereitstellung der Daten. Bedanken möchten wir uns darüber hinaus bei den Unternehmen der Sportwirtschaft und den Sportvereinen und -verbänden in Berlin, die an der Telefon- bzw. Online-Befragung teilgenommen haben, darunter insbesondere bei den Gesprächspartnern der „Sechs Großen“ Berliner Sportvereine ALBA Berlin, Eisbären Berlin, Hertha BSC, Füchse Berlin, Berlin RECYCLING Volleys und 1. FC Union Berlin, die mit ihrer Unterstützung in persönlichen Interviews zu den vorliegenden Ergebnissen beigetragen haben.

