Berlin *aktuell*

Wirtschaftliche Effekte des Spitzen- und Breitensports in Berlin

Investitionsbank Berlin
Leistung für Berlin.

Zusammenfassung

Sehr viele Menschen haben Sport und Bewegung in der Sporthalle oder in der Natur in ihr tägliches Leben integriert. Im Jahr 2017 waren 570.000 Menschen in Berlin in 2.027 Sportvereinen und Betriebssportgemeinschaften organisiert. Von 1.000 Berlinern sind heute bereits 155 als Mitglieder in einem Sportverein registriert, noch vor 20 Jahren waren es nur 125.

Der Sport hat neben einer positiven gesundheitlichen Wirkung auf den Einzelnen, aber auch eine nicht zu unterschätzende wirtschaftliche Bedeutung für die Stadt. So waren 2016 insgesamt 13.076 Menschen in der Sportwirtschaft in Berlin tätig (9.950 davon in einem sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungsverhältnis). Das sind mehr als in anderen deutschen Großstädten. Es folgen Hamburg mit 10.631 Beschäftigten, München (8.035), Köln (5.080) und Frankfurt (4.323). Auch größenbereinigt spielt die Sportwirtschaft in Berlin eine bedeutende Rolle wie der Vergleich mit anderen deutschen Großstädten zeigt. Wie in München entfällt 0,9% der gesamten Berliner Beschäftigung auf Jobs im Bereich des Sports. Dieser hohe regionale Beschäftigungsanteil wird nur von Hamburg übertroffen (1,1%), wo vor allem die Sportnahen Dienstleistungen mit 0,7% einen höheren Anteil an der Regionalwirtschaft aufweisen als in den anderen bundesdeutschen Großstädten (0,6%).

Die Zahl der Beschäftigten in der Berliner Sportwirtschaft ist 2016 gegenüber dem Vorjahr um 1.128 (+9,4%) auf 13.076 gestiegen. Im Vergleich mit den anderen deutschen Metropolen der höchste Anstieg. Im deutschen Durchschnitt ist die Zahl der Beschäftigten im Sportbereich im Jahr 2016 um 12.515 auf insgesamt 308.205 Personen gestiegen (+4,2%). Somit ist 2016 gut jeder 10. neue Arbeitsplatz in der deutschen Sportwirtschaft in Berlin entstanden. In den Vergleichsmetropolen Hamburg, München, Frankfurt und Köln dagegen ist der regionale Beschäftigungsbeitrag an der bundesdeutschen Sportwirtschaft mit weniger als 2,5% deutlich kleiner.

In der Berliner Sportwirtschaft waren im Jahr 2015 (letzte verfügbare Daten) 2.207 steuerpflichtige Unternehmen tätig. Gegenüber dem Vorjahr waren dies 93 mehr Unternehmen (+4,4%). Mit einem Umsatz von knapp einer Mrd. EUR erwirtschaftet der Sport einen deutlich höheren Umsatz als die gesamte Berliner Finanzwirtschaft (650 Mio. EUR). Gegenüber dem Vorjahr betrug der Umsatzanstieg in der Berliner Sportwirtschaft 4,9% (bzw. +44 Mio. EUR). Im Vergleich mit den anderen großen deutschen Metropolen sind die Berliner Sportumsätze seit 2011 mit 30,6% besonders stark gestiegen. Im bundesdeutschen Vergleich sind die Umsätze im entsprechenden Zeitraum um 29,2% auf 37 Mrd. EUR gestiegen. Auch in Köln (+29,3%), Hamburg (+20,6%) und München (+18,6%) konnten die Sportumsätze in den letzten 5 Jahren deutlich zulegen.

Die Ausgaben der Besucher von Sportevents in Berlin für Eintrittskarten, Verpflegung, Souvenirs und gegebenenfalls Übernachtung in Höhe von 150 Mio. EUR sowie die staatliche Sportförderung und die Investitionen in Sportstätten in Höhe von 203 Mio. EUR tragen ebenfalls positiv zur wirtschaftlichen Entwicklung Berlins bei. Über die Jahre 2017 bis 2019 gerechnet, können diese Ausgaben aufgrund von Multiplikatoreffekten eine BIP-Steigerung von mehr als einer halben Mrd. EUR bewirken (540 Mio. EUR), davon wurden 430 Mio. EUR bereits in 2017 wirksam. Auch werden durch die Ausgaben im Sportbereich in den Jahren bis 2019 rund 3.000 Arbeitsplätze in sportnahen Branchen, im Gastgewerbe und in der Bauwirtschaft gesichert und neu geschaffen. Die öffentlichen Kassen werden zudem mit 80 Mio. EUR gefüllt, gut die Hälfte davon ist bereits in 2017 geflossen.

Berlin, Berlin … wir fahren nach Berlin!

Breitensport hat für den Einzelnen unbestritten gesundheitliche Vorzüge, sorgt für Zufriedenheit und macht Spaß. Untersuchungen haben gezeigt, dass knapp 17% der Bevölkerung pro Tag mindestens zehn Minuten Sport treiben. Sogar mindestens eine Stunde Sport wird von 12% der Männer beziehungsweise 10% der Frauen ausgeübt. Aber auch Sportveranstaltungen des Spitzensports führen bei den Zuschauern regelmäßig zu Hochstimmungen und sind für viele Menschen ein fester Bestandteil ihres Lebensstils. Diese Sportbegeisterung, angetrieben durch den wettbewerblich und professionell betriebenen Leistungs- und Spitzensport, hat Auswirkungen auf das Konsumverhalten und damit auf die Nachfrage von Produkten und Dienstleistungen rund um den Sport. So werden Ausgaben für Sportgeräte und -bekleidung oder für Eintrittsgelder beim Besuch von Sporteinrichtungen und -events gezahlt. Auf diese Weise bewirken Sport und Sportveranstaltungen, Sportorganisationen sowie die Unternehmen der Sportwirtschaft positive wirtschaftliche Effekte, die in dieser Untersuchung im Vordergrund stehen sollen.

Keine andere deutsche Stadt kann mit so vielen sportlichen Großveranstaltungen aufwarten wie die deutsche Hauptstadt. Seien es die jährlichen Highlights wie der Berlin-Marathon, der sich seit 1974 zu einem der bedeutendsten und schnellsten Straßenläufe der Welt mit vielen Weltrekordleistungen entwickelt hat. Seit 2003 wurde der Männer-Weltrekord stets beim Berlin-Marathon aufgestellt. Weitere Großereignisse waren die Fußballweltmeisterschaft 2006, die Schwimm-Europameisterschaften 2014 oder das regelmäßige ISTAF Berlin immer im Spätsommer. Aber auch die regelmäßigen Bundesligaspiele der Eisbären, der Füchse Berlin, der Alba Basketballer und die Hertha-Heimspiele in der 1. Bundesliga gehören zu den sportlichen Großveranstaltungen der Hauptstadt. Ununterbrochen seit 1985 werden zudem jährlich die Pokalendspiele des Deutschen Fußball-Bundes im Berliner Olympiastadion ausgetragen. Auch im Jahr 2017 wurden wieder viele zusätzliche Sportveranstaltungen in der Stadt durchgeführt, einige davon mit großer internationaler Strahlkraft:

- Januar: Berliner Sechstagerennen (Radsport)
- Januar: ISU Weltcup (Eisschnelllauf)
- Februar: ISTAF Indoor (Leichtathletik)
- Februar: Bundesliga-Pokalendrunde – Final Four 2017 (Basketball)
- April: Vattenfall Berliner Halbmarathon (Laufen)
- Mai: DFB-Pokalendspiel (Fußball)
- Mai: BIG 25 Berlin (Laufen)
- Mai und September: Bundesfinale Jugend Trainiert für Olympia
- Juni: Internationales Deutsches Turnfest
- Juni: Garmin Velothon Berlin (Radsport)
- Juni: Internationale Deutsche Tennis-Jugendmeisterschaften
- Juli: Berlin Masters (Rhythmische Sportgymnastik)
- Juli bis August: Trabrennen Derby-Woche (Pferdesport)
- August: FINA World Cup (Schwimmen)
- August: Weltcup im Bogensport
- August: Blindenfußball Europameisterschaft
- August: ISTAF Berlin (Leichtathletik)
- September: BMW Berlin-Marathon (Laufen / Inlineskaten)
- Oktober: Bahnrad-Europameisterschaften (Radsport)

Vor allem das internationale Deutsche Turnfest, das im Juni 2017 in Anwesenheit von 40.000 Turnern und Gästen mit einer bunten Show am Brandenburger Tor stattfand hat Berlin internationale Aufmerksamkeit verschafft. Insgesamt 80.000 Teilnehmer waren angemeldet und täglich waren rund 20.000 Besucher des Turnfestes in der Hauptstadt.

Spitzensport ist ein Impulsgeber

Berlin hat einen großartigen Ruf als Sportmetropole. Es gibt rund 140 Sportvereine in der Stadt, die in ihrer jeweiligen

Sportart auf nationaler Ebene in der 1. oder 2. Bundesliga vertreten sind. Davon sorgen allein sechs Vereine kontinuierlich mit ihren Sportlern für einen national und international beachteten Ligabetrieb und damit für eine hohe Präsenz in den Medien. Sie sind Identifikation- und Integrationsplattformen für viele Berliner und gleichzeitig Motivatoren für viele Freizeit- und Breitensportler.

Eine wichtige Rolle in der Berliner Sportlandschaft spielt die Talentförderung. In den Jahren von 2012 bis 2015 haben Berliner Sportler 284 Medaillen errungen, ein Erfolg der Eliteschulen des Sports, der Landesleistungszentren und des Olympiastützpunktes. Diese Spitzenathleten sind Vorbilder für den Breitensport. Auch das Jahr 2018 ist schon fest für den Spitzensport verplant. Im August 2018 finden die 24. Leichtathletik-Europameisterschaften im Berliner Olympiastadion statt. Sie gehören neben den Fußball-Europameisterschaften zu den bedeutendsten europäischen Sportveranstaltungen. Rund 1.600 Athleten aus mehr als 50 Nationen werden erwartet sowie etwa 600 Sportfunktionäre. Darüber hinaus berichten 2.200 Journalisten über das Ereignis und rund 1.000 Vertreter aus internationalen Sportorganisationen werden an sechs Wettkampftagen fast 50 Entscheidungen fällen. Großereignisse wie diese bescheren Berlin weltweit nicht nur eine positive Berichterstattung, sondern werden auch ganz konkrete wirtschaftliche Vorteile bringen. Denn die deutsche Hauptstadt ist auch für ihre Gastronomie, ihre Kaufhäuser und ein vielfältiges Kulturleben bekannt, das bei einem Sportbesuch gleich mit gebucht wird.

Zahlreiche Sportangebote in der Breite

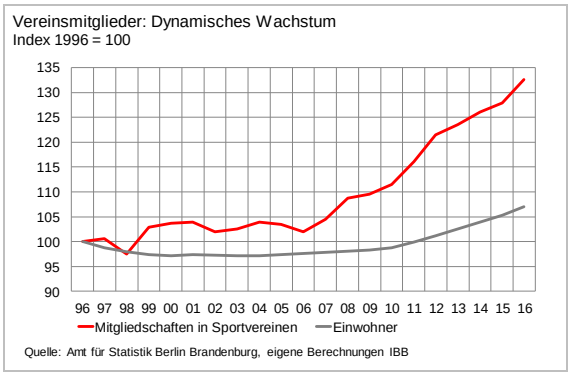
Unterhalb des Spitzensports und der vielen Sportgroßveranstaltungen gibt es eine Vielzahl von kleineren Breitensportereignissen und eine große Zahl von Sportvereinen, in denen sich die Berliner in ihrer Freizeit sportlich betätigen. Ob drinnen oder draußen, es gibt wohl kaum einen Sport, den man in Berlin nicht ausüben kann. So werden die sportbegeisterten Berliner auch in der Breite zur regelmäßigen Bewegung animiert. Knapp 570.000 Menschen in Berlin sind in gut 2.000 Vereinen und Betriebssportgruppen organisiert. Damit ist etwa jeder sechste Einwohner Berlins Vereinsmitglied. Viele Menschen treiben daneben aber auch regelmäßig Sport in privat finanzierten Fitnesscentern oder in öffentlichen Parkanlagen ohne einem Verein anzugehören. Der Breitensport liefert einen wichtigen Beitrag zur Gesundheit und dem Wohlbefinden der Bevölkerung. Zwar ereignen sich Unfälle auch beim Freizeitsport, doch überwiegen gesamtgesellschaftlich gerechnet die positiven Effekte einer sportlichen, gesundheitsorientierten Lebensweise, bei der Gesundheitsrisiken und Krankheitshäufigkeiten reduziert werden. Ökonomisch betrachtet ist damit auch die Verringerung von Krankheitskosten und betrieblichen Fehlzeiten verbunden. Zudem spielt der Sport in Berlin eine wichtige Rolle in der gesellschaftlichen Integration. Hierfür stehen exemplarisch das Netzwerk Sport & Inklusion vom Landessportbund Berlin e.V., das Menschen mit Einschränkungen oder mit Zuwanderungshintergrund den Sport ermöglicht; die gezielte Förderung von Frauen und Mädchensport; die Unterstützung der Respect Gaymes des Lesben- und Schwulenverbands Berlin- Brandenburg sowie die großzügige Willkommenskultur der Berliner Sportvereine für Geflüchtete.

Berlin ist neben der Heimstatt für klassische Sportarten wie Fußball, Handball, Eishockey oder Basketball auch ein Mekka für Läufer, Inlineskater, Fahrradfahrer, Kletterer, Parcourer, Slackliner, Beachvolleyball-Fans und viele weitere Trendsportarten. Immer wieder werden auf öffentlichen Flächen und Wegen, aber auch in speziellen Sportanlagen neue Sporttrends geboren, wie zum Beispiel das Wind- und Kitesurfen auf Rollen auf dem Tempelhofer Feld. Berliner profitieren von den teils riesigen Grünflächen der Hauptstadt, denn rund 30% der Fläche Berlins besteht aus Wäldern, Parks und Grünanlagen. Das hauptstädtische Umland ist zudem eine Hochburg des Wassersports: Rund 100 Segel-, 60 Ruder- und 54 Kanuvereine mit etwa 30.000 Mitgliedern nutzen die über 3.000 Seen und 35.000 Fließgewässer der

Region. Die Lieblingssportart der Berliner ist aber weiterhin der Fußball, mit Hertha BSC und Union Berlin als bekannteste Aushängeschilder, gefolgt vom Turnsport, Schwimmen und Radfahren: Über 150.000 Mitglieder spielen in 360 Fußballvereinen. Der Berliner Fußballverband ist damit der größte Einzelsportverband Berlins, gefolgt vom Turn- und Freizeitsportbund mit fast 95.000 Mitgliedern.

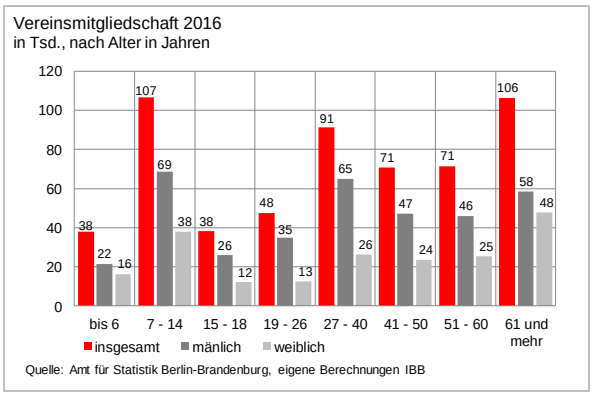
Vereine

Viele der Breitensportangebote werden in Berlin über Sportvereine, das Sportwesen der öffentlichen Hand und im Zuge des Schulsports vermittelt. Anders als noch in den 1960er- und 1970er-Jahren steht bei den heutigen Schul- und Vereinsmitgliedern nicht mehr nur der Wettkampfcharakter im Vordergrund. Vielmehr spielt eine breite Palette von Motiven bei der sportlichen Betätigung eine Rolle. Neben dem Wettkampf ist es vor allem der Spaß an Bewegung, Unterhaltung und Geselligkeit, die Erhaltung der Gesundheit und der körperlichen Leistungsfähigkeit sowie die Verwirklichung von Schönheitsidealen die im Vordergrund stehen. Mit dem Bedeutungswandel hin zu einem freizeitorientierten Sport hat vor allem die Vielfalt der Sportarten enorm zugenommen. Für diese Vielfalt stehen auch die Sportvereine in Berlin, die einen stetigen Zulauf verzeichnen.



Vor 20 Jahren waren insgesamt 429.991 Menschen in Berlin Mitglied in einem der 1.845 Sportvereine und Betriebssportgemeinschaften. Auf 1.000 Einwohner kamen seinerzeit 125 Vereinsmitglieder. Im Jahr 2017 waren es bereits 569.928 Mitglieder (+32,5%) in 2.027 Sportvereinen. Heute sind von 1.000 Einwohner bereits 155 als Mitglied in einem Berliner Sportverein registriert. Unter den 2.027 Sportvereinen befinden sich auch 185 Betriebssportgemeinschaften mit insgesamt 30.870 Sportlern, die sich auf betrieblicher Basis zusammengeschlossen haben, um gemeinsam nach Feierabend Sport zu treiben.

Rund zwei Drittel aller Vereinssportler sind in den Vereinen aus den fünf beliebtesten Bereichen Fußball (30,1%), Turnen (18,9%), Tennis (6,7%), Schwimmen (5,8%) und Bergsteigen (4,0%) organisiert. Dabei gibt es deutliche Unterschiede in der Altersstruktur der Vereinsmitglieder. Vor allem Kinder bis zur Pubertät sind besonders sportbegeistert (insgesamt 145.000 Vereinsmitglieder). Rund 90.000 Jungen und 55.000 Mädchen bis 14 Jahre treiben Sport, gut die Hälfte davon ist in einem Fußball- oder Turnverein organisiert. Bei den 15- bis 26-jährigen spielt der vereinsmäßig organisierte Sport eine weniger ausgeprägte Rolle. Im Alter von 27 Jahren, nach abgeschlossener Schule und Ausbildung, steigt die Zahl der Vereinsmitglieder wieder deutlich an (91.000), um in der Zeit nach der Familiengründung (zwischen 41 bis 60 Jahren) aufgrund von familiärer und beruflicher Mehrfachbelastung wieder deutlich zurückzugehen (71.000). Mit über 61 Jahren sind dann viele Menschen wieder im Vereinssport organisiert. Insgesamt 106.000 Vereinsmitglieder in dieser Altersklasse üben in Berlin fast jeden angebotenen Sport aus.



Sportstätten in Berlin

Die Stadt Berlin bietet den Vereinen und Freizeitsportlern sowie den professionell trainierenden Athleten eine Vielzahl moderner Sportanlagen und Schwimmbäder. Der rund 130 Hektar große Olympiapark Berlin mit dem von der Europäischen Fußballunion (UEFA) als Fünf-Sterne-Arena ausgezeichneten Olympiastadion Berlin gehört zu den größten Sportkomplexen Europas. Das mit 45 Hektar zweitgrößte Sportgelände der Stadt ist das nur 5 Kilometer vom Alexanderplatz entfernte Sportforum Berlin, auf dem sich rund 35 Sportanlagen befinden. Der Olympiapark Berlin wird neben dem Schul-, Leistungs- und Vereinssport vor allem für den Profisport (Hertha BSC, Boxstall Sauerland), für verschiedene Sportgroßveranstaltungen (DFB-Pokalfinale, Turnfest 2017) sowie für kulturelle Events wie Rock-, Pop- und Klassik Konzerte in der Waldbühne, der Pyronale, das HoliFestival oder künftig Lollapalooza genutzt. Auch der Friedrich-Ludwig-Jahn-Sportpark ist ein nahe dem Stadtzentrum gelegener Sportkomplex von überregionaler Bedeutung.

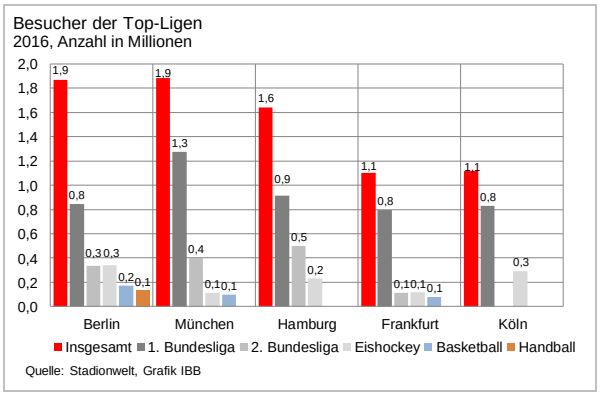
Neben den großen Sportzentren gibt es noch eine Vielzahl von überregional weniger bekannten Sportstätten für den Spitzen- und Breitensport. Dazu gehören das Stadion des Zweitligafußballvereins 1. FC Union Berlin, die „Alte Försterei“; die Max-Schmeling-Halle; das Velodrom; die Schwimm- und Sprunghalle im Europasportpark sowie die Mercedes-Benz-Multifunktionsarena am Ostbahnhof. Hinzu kommt das 335 Hektar große Tempelhofer Feld, Berlins ehemaliger innerstädtischer Flughafen und nun Berlins größter Stadtpark und die weltweit größte innerstädtische Freifläche. Darüber hinaus stellt die Stadt Berlin an mehr als 1.200 Standorten öffentliche Sportanlagen zur Nutzung bereit: Darunter befinden sich Sportplätze, Sporthallen, Kunsteisbahnen, aber auch 37 Hallenbäder und 26 Frei- und Sommerbäder. Sie dienen vor allem der Grundversorgung des Berliner Breitensports.

Top-Ligen motivieren Freizeitsportler

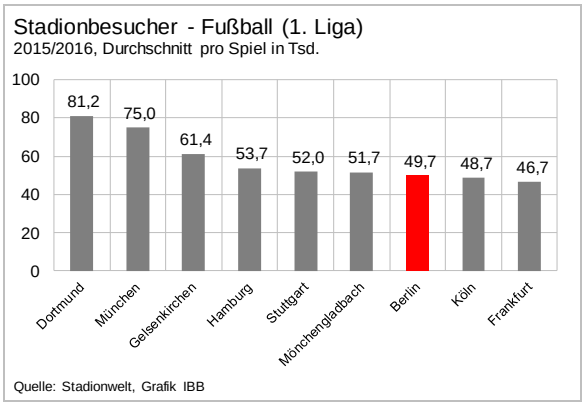
Dank dieser breiten Sportinfrastruktur und aufgrund seiner Bevölkerungsgröße bietet die Stadt Berlin das Potenzial für zahlreicher Vereine und Sportarten mit Spielstärke auf höchstem Niveau. Gleichwohl ist ein solch breit gefächertes Sportangebot auf Spitzenniveau keineswegs selbstverständlich. Vergleicht man für die 15 bevölkerungsreichsten deutschen Städte die Anzahl der Vereine, die in den jeweiligen (Top-)Ligen vertreten sind, so boten in der vorangegangenen Spielzeit neben Berlin allenfalls Hamburg, Frankfurt am Main und Düsseldorf (mit jeweils vier Top-Vereinen) ein annähernd attraktives Umfeld für ein breit aufgestelltes Zuschauerklientel. Rechnet man die Besucher der Top-Liga-Spiele zusammen, so kommt Berlin bei 103 Ligaspielen pro Saison auf knapp 1,9 Mio. Zuschauer, die sich allein auf die fünf größten Sportligen aufteilen. In dieser Größenordnung liegt allerdings auch die Zahl der Sportfans des wesentlich kleineren Münchens (1,88 Mio.).

Sportart	Liga	Zuschauer in Berlin insgesamt	Spiele in Berlin	∅ Zuschauer pro Spiel
Fußball	1. Bundesliga	844.968	17	49.704
Fußball	2. Bundesliga	336.340	17	19.785
Eishockey	Bundesliga (DEL)	338.491	26	13.018
Basketball	Bundesliga	171.599	17	10.094
Handball	Bundesliga	131.318	16	9.000
Summe		**1.822.716**	**103**	**18.153**

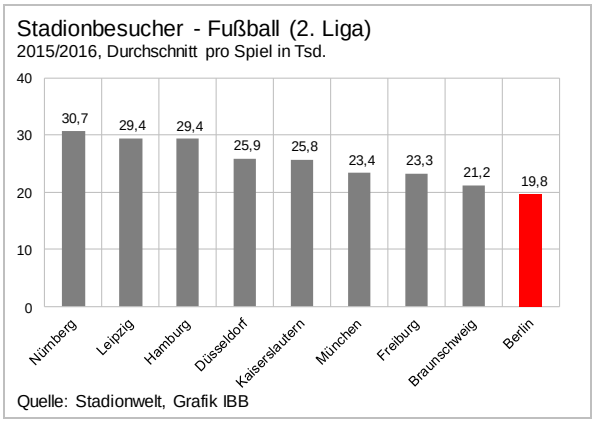
Quelle: Stadionwelt



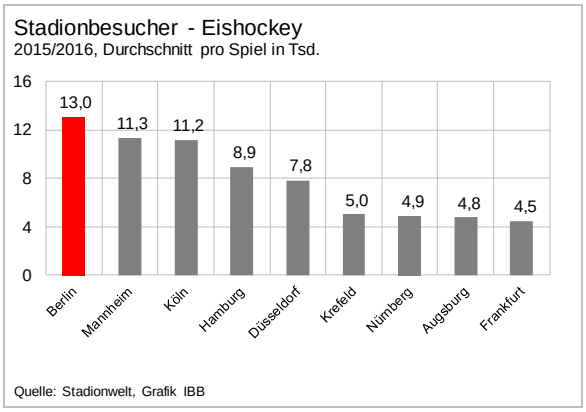
Trotz des großen Angebots verschiedener Sportarten liegt der Zuschauerzuspruch für die in Berlin beheimateten Vereine und ihre Stadien häufig deutlich über dem jeweiligen Ligadurchschnitt. Von den 50 deutschen Vereinen mit dem größten Zuschauerzuspruch sind derzeit fünf Vereine in Berlin heimisch.



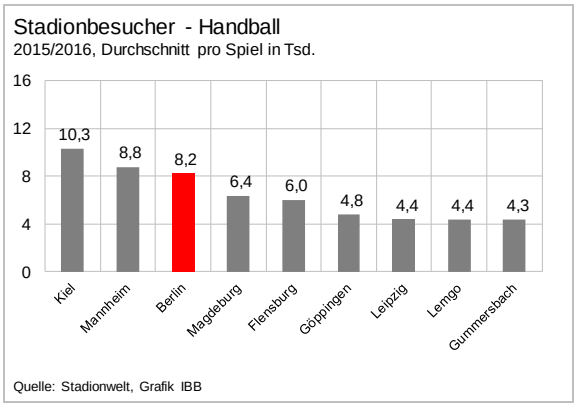
Hertha BSC spielt in der ersten Fußball-Bundesliga, was zu einer höheren Auslastung des Berliner Olympia-Stadions führt. Lag die Auslastung des Olympia-Stadions zu Zeiten des Zweitliga-Vereins Hertha BSC noch bei durchschnittlich 63% so ist die Auslastung in der ersten Liga auf zuletzt 67% gestiegen und damit im Durchschnitt auf knapp 50.000 Besucher pro Spiel (Ligadurchschnitt: 49.704). Über das gesamte Jahr 2016 gerechnet wurden 845.000 Besucher bei Hertha-Ligaspielen gezählt. Bezüglich der Besucherkapazität liegt das Berliner Olympia Stadion mit 74.475 Sitzplätzen deutschlandweit auf Platz vier, bezüglich der tatsächlichen Besucherzahl lediglich auf Platz sieben.



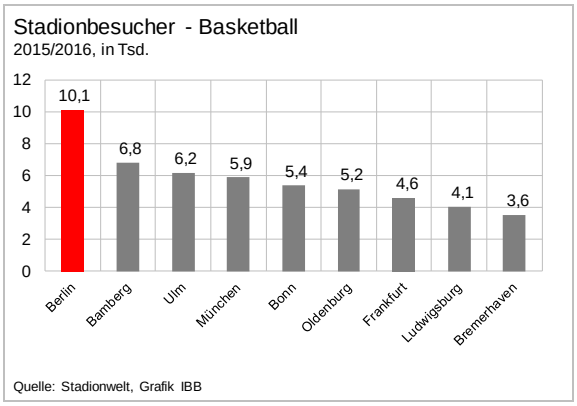
Die Fussball-Mannschaft Union Berlin spielt derzeit in der zweiten Bundesliega. Es ist mittelfristig aber gut möglich, dass Union Berlin in die erste Bundesliga aufsteigt, was eine Stadion-Erweiterung ab Frühjahr 2019 rechtfertigt. Dann wäre Berlin mit zwei Erstligavereinen in der Bundesliga vertreten. Fast 37.000 Fußballfans werden nach dem Umbau im Union-Stadion Platz finden, 15.000 mehr als bisher. Das Stadion „Alte Försterei“ ist somit nach dem Umbau spitzenligatauglich.



Die Zuschauerzahlen bei Ligaspielen der Top-Vereine und die Auslastung der Stadien korrespondieren regelmäßig mit den sportlichen Ergebnissen der Vereine. Auch wenn Hertha BSC (1. Fußball-Bundesliga) in der laufenden Liga nur im Mittelfeld spielt, so kämpfen vor allem die Eisbären Berlin (Eishockey) und Alba Berlin (Basketball) mit guten Chancen um den Titel in ihren Sportarten und begeistern somit zusätzliche Fans in den Stadien.



Hinzu kommen die Erfolge in weiteren Sportarten, wie z.B. dem Volleyball. Die Berlin Recycling Volleys sind eine Volleyballmannschaft des SSC, die in der Volley-Bundesliga spielt. Im Jahr 2016 schaffte der Verein sogar das Triple und gewann Meisterschaft, Pokal- und Champions League-Wettbewerb. Pro Saison kommen immerhin knapp 50.000 Zuschauer zu den Volleyballspielen.



Zu den Sportveranstaltungen kommen regelmäßig nicht nur sportbegeisterte Berliner. Oft reisen hierzu schon frühzeitig hunderte Top-Athleten mit ihren Mannschaften und Betreuern sowie Familien aus aller Welt an, die dann wiederum zahlreiche auswärtige Fans nach Berlin locken. Das schafft unmittelbar zusätzliche Kaufkraft für die Stadt, vor allem in den Bereichen des Gastgewerbes, des Handels sowie in allen weiteren Bereichen des Berliner Tourismus- und Kulturbetriebes. Wirtschaftliche Effekte werden aber auch indirekt in einer ganzen Reihe angrenzender Branchen ausgelöst, die wiederum von Aufträgen unmittelbar partizipierender Unternehmen profitieren. Angefangen bei den vielen Zulieferfirmen der Gastronomie und des Gastgewerbes, der Lebensmittelindustrie, dem Handel, über viele angrenzende Dienstleistungsbereiche (z.B. Sicherheit, Eventagenturen, Fahrdienste), bis hin zum Baugewerbe, das aufgrund des steigenden Bedarfs an Reparaturleistungen in Gastronomiebetrieben bzw. des Neubaus von Hotels und Pensionen zusätzliche Aufträge verbuchen kann. Diese direkt und indirekt von den Sportereignissen profitierenden Unternehmen sichern Jobs oder schaffen sogar neue Arbeitsplätze, zahlen Steuern und tragen damit letztlich zur Steigerung der Berliner Wirtschaftsleistung bei.

Ligaspiele als Wirtschaftsfaktor

Die Spiele in den verschiedenen Sportligen sind nicht nur regelmäßig eine Riesenfreude für die Fans und ein großer Imagegewinn für Berlin, sondern zugleich ein wichtiger Impuls für die Wirtschaft. Als Türöffner für wirtschaftliche Beziehungen bewegen Sportevents zudem mehr als die größten Imagekampagnen. Vor allem die Spiele der 1. Fußball-Bundesliga stehen bei den Unternehmen hoch im Kurs. Von der Loge über das Trikot-Sponsoring bis zur strategischen Partnerschaft mit speziellen Fan-Produkten und einem großen Merchandising Potenzial erstreckt sich ein breites Spektrum an wirtschaftlichen Möglichkeiten. Aber auch beim Basketball, Handball und Volleyball sind es oft Sponsoren, die den Vereinen nicht nur namensgebend zur Seite stehen.

Neben den Unternehmen sind es die auswärtigen Fans, die mit Ihren Ausgaben in der Stadt zu einem zusätzlichen Konsumimpuls beitragen. Das trifft vor allem auf den Fußball zu. So haben seit dem Saisonstart der 1. Fußball-Bundesliga am 18. August 2017 bereits mehrere hunderttausend Gäste Hertha-Heimspiele im Fußball-Oberhaus besucht. Hinzu kommen die Begleiter der Fußballfans, die sich eher für das vielseitige Berliner Kulturprogramm bzw. die zahlreichen Einkaufsmöglichkeiten interessieren. Aber auch viele Fußballfans ohne Tickets ziehen im Anschluss an den sportlichen Wettkampf und nach der TV-Übertragung in den Sportbars oder beim Public-Viewing auf den Pariser Platz am Brandenburger Tor oder auf den Breit-

scheidplatz in Charlottenburg, wo sie sich auch ohne Eintrittskarte treffen und feiern können. Einige Fußballfans, vor allem die individuell anreisenden Herthafans aus Brandenburg, werden vor bzw. nach dem Stadionbesuch die zahlreichen Berliner Shoppingmöglichkeiten und Kulturangebote nutzen und etwas länger in der Hauptstadt bleiben als die in organisierten Bussen und Bahnen anreisenden Fans aus entfernteren Regionen, die sofort nach dem Spiel wieder die Heimreise antreten.

Sport-Fans als Wirtschaftsfaktor

Aber auch andere Sportevents motivieren Menschen dazu nach Berlin zu reisen. Sportler die zum schnellsten Marathon der Welt, zum Turnfest oder zum Internationalen Stadionfest Berlin (ISTAF) nach Berlin kommen treten dabei nicht nur als Stadiongäste zahlreich in Erscheinung, sondern in vielen Fällen auch als Städtetouristen und Sportreisende. Die meisten auswärtigen Sportfans sind lediglich als Tagestouristen in Berlin und sind am Abend schon wieder auf der Rückreise. Je nach Sportevent bleiben viele Besucher aber auch einen oder zwei Tage länger in der Stadt und verbinden das Sportereignis mit den vielen weiteren Angeboten der Hauptstadt oder besuchen einfach nur Verwandte und Bekannte. Viele von diesen Gästen übernachten nicht im Hotel, sondern in privaten Unterkünften und versorgen sich mit Lebensmitteln und Getränken aus dem Supermarkt. Diese Sport-Fans spiegeln sich in keiner amtlichen Tourismus-Statistik wider. Ein wichtiger Grund für den Boom bei den Tagestouristen sind die vielen Sonderkontingente bei Fernbussen und den Zügen der Bahn, die zu den großen Sportevents in der Hauptstadt bereitgestellt werden. Aber nicht nur der Sport steht im Fokus dieser Touristengruppe, sondern auch das umfangreiche kulturelle Angebot der Hauptstadt sowie das vielfältige Rahmenprogramm rund um das jeweilige Sportereignis. Zu nennen sind hier vor allem die vielen Möglichkeiten zum Public-Viewing, die Tanzpartys in den angesagten Clubs sowie die vielen Pop-Konzerte in den großen Veranstaltungshallen und Straßenfeste in den verschiedenen Berliner Kiezen. Somit sorgen die Sport-Fans nicht nur für Umsätze in den Stadien und den umliegenden Imbissbuden, sondern auch in den entfernteren Bezirken in den Bereichen Einzelhandel, Eventdienstleistungen, Sicherheits- und Ordnungsdienste, IT-Systemtechnologie, Personenverkehr, öffentliche und private Kultureinrichtungen, Werbeagenturen, Telekommunikation, Handwerk, Tankstellen, Kraftfahrzeug-Verleihfirmen und in vielen anderen Branchen. Über die tatsächliche Höhe der durch den Sport-Tourismus in diesen Branchen bewirkten Umsätze gibt es allerdings keine hinreichenden Indikatoren, denn die Informationsbasis über das Nachfrageverhalten der Sport-Reisenden ist höchst unvollkommen.

Alternative Übernachtungsmöglichkeiten stark nachgefragt

Auch zum tatsächlichen Übernachtungsaufkommen in den Hotels und Pensionen werden in der amtlichen Statistik keine erschöpfenden Aussagen gemacht, da lediglich Beherbergungsbetriebe mit mehr als 8 Betten einbezogen werden. Nach dieser Definition des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg umfasst das Berliner Beherbergungsgewerbe knapp 800 Betriebe (Hotels, Hotels garnis, Gasthöfe, Pensionen, Jugendherbergen, Ferienheime, Campingplätze). Vor dem Hintergrund dieser unvollständigen Datenlage ist es umso wichtiger, weitere nichtamtliche Datenquellen zu nutzen bzw. mit Schätzungen und Näherungswerten zu rechnen, um ein umfassenderes Bild des Sport-Tourismus in Berlin zu bekommen. Hierzu zählen somit auch alle Beherbergungsbetriebe mit weniger als acht Betten, also kleine Ferienwohnungen, Privatzimmer und sonstige Kleinbetriebe. Hinzu kommen Gäste, die in den Privatwohnungen von Freunden und Verwandten oder sogar in Turnhallen übernachten, wie zum Deutschen Internationalen Turnfest 2017. Nicht zu vergessen sind darüber hinaus Sport-Touristen in mobilen Unterkünften wie Wohnmobilen, Autos und Bussen, die auch außerhalb der Campingplätze übernachten können und nicht registriert werden. Wie hoch die Zahl dieses Sport-Segments ist, kann ebenfalls nur geschätzt werden.

Konsumimpulse durch Sportevents

Eine wesentliche Grundlage für eine valide Schätzung der Konsumimpulse durch den Sport in Berlin ist die Zahl der auswärtigen Sportler, Betreuer und Gäste, die aufgrund von Sportereignis nach Berlin kommen, ihre Aufenthaltsdauer sowie ihr Ausgabeverhalten. Diese Parameter variieren von Event zu Event. Dabei kann die Zahl der Gäste und Sportler relativ gut über die Zahl der verkauften Eintrittskarten bzw. über die Anmeldung der Sportler ermittelt werden. Auch die Dauer des Aufenthalts kann anhand der Veranstaltung gut abgeschätzt werden. Schwieriger wird es allerdings bei der Frage nach der Herkunft der Gäste, denn dieses Merkmal wird nicht bei jedem Sportevent erhoben. Ob es sich um einen Sportfan aus Berlin, aus dem stadtnahen Umfeld, aus entfernten Regionen Deutschlands oder gar aus dem Ausland handelt, ist aber entscheidend für das Ausgabeverhalten. Frühere IBB-Untersuchungen haben bereits Richtwerte für das Ausgabeverhalten von Tagesgästen, Verwandten- und Bekanntenbesuchern und Hotelgästen in Berlin analysiert. Auf Grundlage dieser Parameter kann auch der Konsumimpuls und damit der wirtschaftliche Beitrag von Sportereignissen des Jahres 2017 abgeschätzt werden.

Berlin-Marathon: Ein internationales Sport-Highlight

Im Jahr 2017 verzeichneten die Organisatoren des BMW Berlin Marathons insgesamt 61.131 Anmeldungen von Teilnehmern aus 137 Nationen. Darunter waren 55.208 Läufer in verschiedenen Altersklassen. Der BMW Berlin-Marathon ist aber nicht nur ein Fest für die Läufer. Er ist ein Tag vor dem Marathonlauf mit knapp 5.600 Rollsportlern aus 67 Nationen gleichzeitig das mit Abstand weltgrößte Marathon- und Sprintevent für Inlineskater. Auch für knapp 250 Rollstuhlfahrer und Handbiker ist der Berlin-Marathon jedes Jahr ein sportliches Highlight.

Von den 61.131 angemeldeten Sportlern sind laut Auskunft der Veranstalter 56.641 tatsächlich gestartet. Davon kommen nur rund 10% aus Berlin. Ihr Konsum an den Tagen des Marathons wird in dieser Berechnung der ökonomischen Effekte nicht weiter berücksichtigt. Anders bei den knapp 51.000 Sportlern, die nicht aus Berlin kommen. Rund ein Drittel davon übernachtet bei Verwandten, Bekannten oder in Privatunterkünften und zwei Drittel haben sich in einem der Berliner Hotels, Gasthöfen, Pensionen oder Jugendherbergen eingebucht, deren Betten im September 2017 mit 66,2% wieder sehr gut ausgelastet waren. Umfragen haben gezeigt, dass Sportler, die aus entfernteren Regionen nach Berlin kommen, oft in Begleitung zum Marathon reisen. Die Ergebnisse verschiedener Untersuchungen reichen von knapp 2 bis zu 4 Begleitpersonen im Schnitt. Auch diese Menschen kommen letztlich aufgrund des Sportevents nach Berlin und werden daher als zahlende Gäste berücksichtigt. Wird ein eher konservativer Faktor von 2 Begleitpersonen pro auswärtigem Sportler zugrunde gelegt, kann allein für den Berlin-Marathon mit insgesamt 153.000 anreisenden Personen gerechnet werden. Da der Marathon an einem Samstag für die Inlineskater und einem Sonntag für die Handbiker, Rollstuhlfahrer und Läufer ausgetragen wird, werden einige auswärtige Gäste die Gelegenheit nutzen, um sich von Freitag bis Sonntag in Berlin einzuquartieren. Andere werden nur für den Lauf nach Berlin anreisen und die Stadt danach wieder verlassen. Als rechnerische Aufenthaltsdauer wird auf den statistischen Durchschnitt von 2,4 Aufenthaltstagen für Hotelgäste zurückgegriffen. Bei den Ausgabensätzen für Sport-Touristen mit Bekannten- und Verwandtenübernachtung kann von 32 EUR und bei Hotelübernachtung von 204 EUR pro Tag ausgegangen werden. Im Durchschnitt geben Berlin-Besucher knapp 63 EUR pro Tag aus.

Von den auswärtigen Sportlern mit Hotelübernachtung wird insgesamt ein Konsumimpuls von rund 50,1 Mio. EUR und von den Bekannten- und Verwandtenbesuchern von insgesamt 3,9 Mio. EUR ausgelöst. Geht man zusätzlich von rund einer Million Zuschauern am Rande der Marathonveranstaltungen aus, von denen rund

10% Tagesgäste aus anderen Bundesländern und weitere 5% Verwandten- und Bekanntenbesucher sind, so kommt ein weiterer Konsumimpuls von 6,4 Mio. EUR hinzu. Insgesamt werden somit von Sportlern, Begleitpersonen und Zuschauern im Rahmen des Berlin-Marathons alljährlich im September etwa 60 Mio. EUR zusätzlich in Berlin ausgegeben.

Bevor es mit den verschiedenen Marathonwettbewerben aber richtig losgeht, treffen auf der Messe Berlin Vital 190 nationale und internationale Unternehmen und Austeller mit einem Mix aus Lifestyle, Sport, Wellness, Gesundheit und Ernährung auf über 90.000 Besucher. Neben den Startunterlagen für die Sportler werden Produkte und Informationen zu den Themen Bewegung, Sportkleidung, Ernährung, Sportmedizin sowie Aktiv-Tourismus angeboten. Auf der Messe treffen die Unternehmen der Sportwirtschaft auf ihre sportbegeisterte Zielgruppe. Sie können neue Trends vorstellen und ihre Produkte bewerben und verkaufen.

Der große Marathon im September ist sicherlich das medienwirksamste und internationalste Lauf- und Inlineskateereignis in Berlin, auf das sich viele Sportler auf der ganzen Welt lange vorbereiten. Aber auch während der Vorbereitungszeit haben die Läufer und Inlineskater viele Möglichkeiten sich zu messen. Denn inzwischen wird in Berlin fast jeden Monat ein Sportevent mit teilweise hohen Anmeldungen durchgeführt. Zu den Events mit nennenswerter Beteiligung gehören der Berliner Halbmarathon (rund 35.200 Anmeldungen), der Avon Frauenlauf (17.200), das Velothon Berlin (11.500), die adidas Runners City Night (8.500), der Stadtlauf Berlin (6.100), der Berliner Neujahrslauf (4.100), die Cross Challenge (2.600) und der Berliner Silvesterlauf (2.100). Nicht alle diese Events genießen eine so hohe internationale Aufmerksamkeit wie der Berlin-Marathon im September. So handelt es sich bei der Team-Staffel der Berliner Wasserbetriebe zwar um ein echtes Großereignis mit knapp 30.000 Sportlern und ebenso vielen Zuschauern. Allerdings geht es um einen Lauf von Mitarbeitern aus Berliner Firmen, weshalb er in den folgenden Berechnungen nicht weiter betrachtet wird, auch wenn einige der Mitarbeiter zum Arbeiten nach Berlin pendeln und in einigen Fällen sogar ihre Familien zu dem Laufereignis mitbringen. Insgesamt melden sich zu den aufgezählten weiteren Laufevents im Laufe des Jahres noch einmal knapp 90.000 Sportler an. Davon werden mindestens 80% Berliner Anmeldungen und nur 17.500 auswärtige Sportler (20%) sein. Auch wenn nur 5% Hotelübernachtungen (4.400) und 15% Privatübernachtungen (13.100) angesetzt werden, dann ergibt sich ein Konsumimpuls von 1,6 Mio. EUR. Auf die nicht aus Berlin stammenden Zuschauer der genannten Laufveranstaltungen entfallen weitere 1,3 Mio. EUR Konsumausgaben in Berlin.

Berlin hat viele Sportevents

Neben dem Berlin-Marathon gibt es weitere große und äußerst publikumswirksame Sportereignisse in Berlin. Das Internationale Deutsche Turnfest 2017 bot vom 3. bis 10. Juni 2017 rund 400 Wettkämpfe in 24 Disziplinen und ein umfangreiches Rahmenprogramm mit zahlreichen Shows und Veranstaltungen. Das Internationale Deutsche Turnfest ist die weltgrößte Breitensportveranstaltung und fand bereits zum fünften Mal in Berlin statt. Von den 80.000 Teilnehmern haben nach Auskunft der Veranstalter allein 42.000 in 166 Berliner Schulen und Turnhallen übernachtet und eine Woche die deutsche Hauptstadt und deren Sportstätten kennengelernt. Einen durchschnittlichen Ausgabensatz von 62,40 EUR pro Tag zugrunde gelegt, haben allein diese Turnfest-Sportler bei einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 6,9 Tagen Ausgaben in Höhe von insgesamt 18,1 Mio. EUR in Berlin getätigt. Sollten nur weitere 5% der Turnfest-Teilnehmer in Berliner Hotels eingecheckt und 10% bei Verwandten und Bekannten übernachtet haben, so kommen noch einmal Ausgaben der Turnfest-Teilnehmer in Höhe von 8,5 Mio. EUR hinzu.

Auch die vom Deutschen Turner-Bund gezählten insgesamt 825.500 Besucher des Turnfestes haben Geld für Verpflegung und Unterkunft in Berlin ausgegeben. In der Berechnung außen vor bleiben

die vielen begeisterten Berliner Turn-Fans, da sie auch ohne Turnfest ihr Geld in Berlin ausgeben hätten. In die Berechnung einbezogen werden allerdings rund 10% auswärtige Gäste mit einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 2,4 Tagen sowie 20% auswärtige Tagesgäste. Diese auswärtigen Besuchergruppen haben während der Veranstaltung für einen zusätzlichen Konsum in Berlin in Höhe von insgesamt 13,8 Mio. EUR gesorgt.

Alles in allem ist das Internationale Deutsche Turnfest in Berlin nicht nur eine Vorzeigeveranstaltung des Deutschen Sports, bei der sich Breiten- und Spitzensport gegenseitig befruchten. Es ist auch ein wichtiger Motor für die Sportentwicklung in Deutschland. Daneben profitiert die Berliner Wirtschaft durch zusätzliche Konsumausgaben von auswärtigen Sportlern und Besuchern in Höhe von insgesamt 39 Mio. EUR. Ein voller Erfolg für die Stadt Berlin, die in das gesamte Turnfest nur 22 Mio. EUR investiert hat. Davon waren 10,5 Mio. EUR zur Anmietung der Messe Berlin, 5,7 Mio. EUR für laufende Ausgaben und 5,8 Mio. EUR für eine Zuwendung an den Deutschen Turner-Bund zur Organisation des Turnfestes vorgesehen.

Fußball – Sportart Nr. 1

Vor allem der Fußball begeistert regelmäßig viele Menschen. In der ersten Fußball-Bundesliga sehen sich im langjährigen Durchschnitt rund 49.700 Fans eines der 17 Hertha-Heimspiele im Olympiastadion an. Das entspricht einer 67%igen Auslastung des Stadions, die aber in der vergangenen Saison besonders bei den Lokalderbys mehrfach überschritten wurde. Nachdem Hertha seit einigen Jahren wieder in der 1. Liga spielt, kann mit zusätzlich rund 4.000 auswärtigen Gästen pro Spiel gerechnet werden, die nach Berlin kommen, um ihre jeweilige Bundesliga-Mannschaft anzufeuern. Zum Vergleich: als Hertha in der 2. Bundesliga gespielt hat, waren es nur etwa 1.500 auswärtige Fans pro Spiel.

Zur Gruppe der auswärtigen Gäste gehören auch regelmäßig rund 400 Fachbesucher (VIPs, Fußball-Verbandsfunktionäre, Sportrechtevermarkter, Spielervermittler und Medienvertreter), bei denen mit deutlich höheren Konsumbeiträgen sowie einer Übernachtung in der obersten Hotelkategorie gerechnet werden kann. Von den restlichen knapp 4.000 auswärtigen Fans sind 90% Tagestouristen, lediglich 10% werden die Gelegenheit des Auswärtsspiels ergreifen und den Spielbesuch mit einem Wochenendausflug in die Hauptstadt verbinden. Alles in allem ist für die auswärtigen Besuchergruppen (inklusive Fachbesucher und Spieler) mit einem Konsumbeitrag in Höhe von insgesamt 340.000 EUR pro 1. Bundesliga-Spiel bzw. 6,5 Mio. EUR pro Spielzeit zu rechnen.

Von den 45.500 Fans aus der Hauptstadtregion (90%) kommen rund 16.000 Fans aus Brandenburg (30%), für die ein Hertha-Spiel lediglich eine Tagesreise darstellt. Denn bei dieser auswärtigen Fangruppe wird aufgrund der Nähe des Wohnorts nicht mit Übernachtungen gerechnet. Einige Brandenburger Fans werden allerdings individuell anreisen und den Herthabesuch dazu nutzen, vor- bzw. nach dem Spiel Erledigungen und Einkäufe in Berlin zu tätigen bzw. weitere Kulturangebote wahrzunehmen. Die Fans aus Berlin und Brandenburg lösen ein Konsumeffekt von 1,4 Mio. EUR pro Spiel bzw. insgesamt 25,8 Mio. EUR pro Spielzeit aus.

Weiterhin kann mit Konsumeffekten durch die anreisenden Mannschaften und deren Betreuer gerechnet werden. Die Mannschaften und ihre Betreuer werden für die Vorbereitung auf das jeweilige Spiel zwei Tage in der Stadt bleiben und eher die hochpreisigen Hotels der Stadt frequentieren. Diese Konsumbeiträge gehen mit insgesamt 325.000 EUR pro Spielzeit in die Modellrechnung ein.

Unterstellt man 17 Heimspiele und zwei Pokalendspiele im Jahr, dann ergeben sich aufgrund der Besucher, Spieler und deren Betreuer Konsumeffekte in Berlin von insgesamt 32,3 Mio. EUR.

Weitere 144 Liga-Sportevents in Berlin

Für die weiteren vier Berliner Top-Ligen (Fußball 2. Bundesliga, Eishockey, Handball und Basketball) wird konservativ davon ausgegangen, dass 75% der Gäste aus Berlin kommen 15% als Tagesgäste aus anderen Bundeländern anreisen, 8% privat übernachten und nur 2% in einem Berliner Hotel einchecken. Auf Grundlage von knapp 987.000 verkauften Tickets für die vier Berliner Top-Ligen (davon 224.000 Nicht-Berliner) und einem durchschnittlichen Aufenthalt von 1,2 Tagen ergibt sich ein Konsumimpuls von insgesamt 8,6 Mio. EUR.

Neben den 5 Top-Ligen gibt es noch rund 140 Vereine, die in ihrer jeweiligen Sportart auf nationaler Ebene in der 1. oder 2. Bundesliga vertreten sind. Bei durchschnittlich 12 Ligaspielen in Berlin und 50 auswärtigen Gästen pro Spiel ergeben sich 84.000 zusätzlich, zahlende Sport-Gäste für Berlin. Davon sind rund 67.200 (80%) Tagesgäste, 21.000 (25%) Verwandten- und Bekanntenübernachtungen und rund 4.000 (5%) Hotelübernachtungen. Damit ergibt sich ein weiterer Konsumeffekt von insgesamt knapp 4 Mio. EUR.

Konsumimpuls von insgesamt 150 Mio. EUR

Für alle betrachteten Berliner Sportevents aus dem Jahr 2017 ergeben sich Konsumausgaben von rund 150 Mio. EUR. Der größte Teil davon lässt sich auf die international stark beachteten Sportgroßveranstaltungen zurückführen (104,4 Mio. EUR). Vor allem der Berlin-Marathon trägt mit den vielen ausländischen Sportfans und Mitreisenden mit 60 Mio. EUR ein Großteil zu dem berechneten Konsumeffekt bei. Aber auch das Internationale Turnfest, das sich über eine ganze Woche erstreckt, generiert mit 40 Mio. EUR einen ganz beachtlichen Konsumimpuls. Weitere 45 Mio. EUR entfallen auf die bundesdeutschen Ligaspiele der Berliner Vereine, allen voran die erste Fußball-Bundesliga mit rund 33 Mio. EUR.

Berliner BIP-Steigerung um 200 Mio. EUR

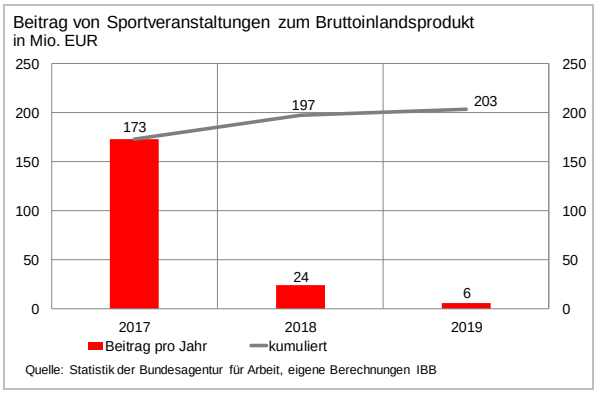
Die Konsum- und Umsatzeffekte, die aufgrund von Sportevents in Berlin ausgelöst werden, lassen sich mit Hilfe des IBB-Simulationsmodells für die Berliner Regionalwirtschaft in Wertschöpfung, Beschäftigung und öffentliche Einnahmen umrechnen. Dabei lösen die Umsatz- und Beschäftigungswirkungen ihrerseits durch den regionalen Einkommens- und Vorleistungsmultiplikator weitere indirekte Beschäftigungswirkungen in den vor- bzw. nachgelagerten Branchen aus und sorgen somit auch in den Folgejahren erneut für Einkommen in einer Vielzahl verschiedener Branchen in Berlin. Ausgaben der Sport-Touristen sind somit auf der anderen Seite Einnahmen bei Berliner Unternehmen, die diese verwenden, um damit ihrerseits Ausgaben und Investitionen zu tätigen und somit Umsätze und Arbeitsplätze z. B. bei ihren Lieferanten zu sichern oder zu schaffen. Im Ergebnis führt ein Konsumbeitrag aller Berliner Sportevents von insgesamt 150 Mio. EUR zu einer Steigerung des Berliner Bruttoinlandsprodukts von insgesamt rund 203 Mio. EUR in den drei Jahren bis 2019. Davon wurde mit 173 Mio. EUR zusätzlicher Wirtschaftsleistung ein Großteil schon im Jahr 2017 wirksam. Der Konsumimpuls entfaltet seine BIP-Wirkung aber nicht nur im

Konsumimpuls aller Sport-Events 2017

	Sportler inkl. Anhang	davon Nicht-Berliner	Zuschauer	davon Nicht-Berliner	Konsumbeitrag in EUR
Sport-Großveranstaltungen					
BMW Berlin-Marathon (Laufen/Inlineskaten/Rollstuhl)	158.595	152.931	898.046	134.707	60.464.658
Weitere Lauf-Veranstaltungen	87.711	17.542	263.133	39.470	2.946.037
Internationales Deutsches Turnfest	80.000	54.000	825.000	247.650	38.952.812
ISTAF	720	700	42.500	8.500	2.071.370
Zwischensumme	**327.026**	**225.173**	**2.028.679**	**430.327**	**104.434.878**
Liga-Spiele (Vereinssport)					
1. Fußball Bundesliga	665	456	944.922	381.990	32.603.956
Weitere vier Berliner Top-Ligen	-	-	977.748	228.402	8.608.813
Weitere Liga-Heimspiele von 140 Berliner Vereinen	-	-	-	84.000	3.960.304
Zwischensumme				**694.392**	**45.173.073**
Insgesamt	**327.691**	**225.629**	**3.951.350**	**1.124.719**	**149.607.951**

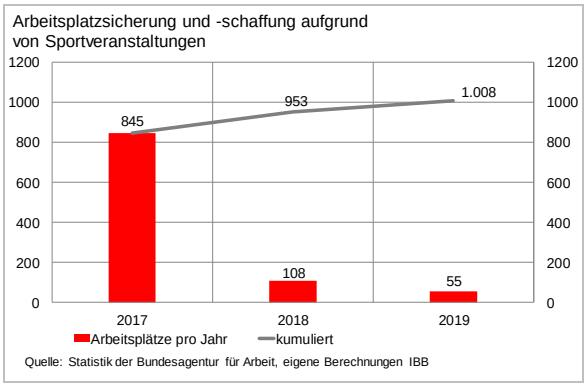
Quelle: Berechnungen IBB

Jahr der Entstehung, er wirkt aufgrund der nachlaufenden Multiplikatoreffekte auch noch in den Jahren 2018 (24 Mio. EUR) und 2019 (6 Mio. EUR) in deutlich abgeschwächter Form nach.



Sport-Veranstaltungen schaffen 1.000 neue Jobs in Berlin

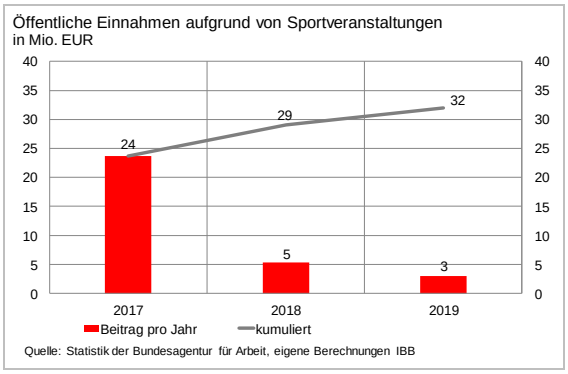
Durch die Konsumimpulse der angereisten Sportfans schafft und sichert der Sport in dem betrachteten Zeitraum über drei Jahre zudem rund 1.000 zusätzliche Arbeitsplätze – 845 davon schon in 2017. Viele dieser gesicherten oder neu geschaffenen Arbeitsplätze entstehen in den Berliner Dienstleistungsbereichen und dem Gastgewerbe. Allerdings werden im Rahmen von singulären Sportevents in den meisten Fällen keine Dauerarbeitsverhältnisse geschaffen, sondern meist befristete Jobs auf Teilzeitbasis.



Denn einige spezielle Tätigkeiten fallen nur temporär während der Sportereignisse an (z. B. Sicherheitsdienste, Stadionsprecher, Verkaufstätigkeiten, Catering und Organisation). Jedoch ist es möglich, dass in der Folge mehrerer kleinerer Sportevents doch ein Dauerarbeitsverhältnis entsteht oder gesichert werden kann. Nicht in den Zahlen enthalten sind die unzähligen freiwilligen Helfer, die von den Sportvereinen eingesetzt werden und ohne die viele Sportveranstaltungen gar nicht auf die Beine gestellt werden könnten.

Einnahmen steigen um 32 Mio. EUR

Die Staatseinnahmen profitieren nicht nur von den direkten Steuerzahlungen der Unternehmen aus der Sportwirtschaft und Vereinen. Die zusätzlich durch die großen Sportevents 2017 ausgelösten Wertschöpfungseffekte führen bis einschließlich 2019 zu Gebühren- und Steuermehreinnahmen sowie zu Minderausgaben bei Sozialleistungen in Höhe von insgesamt 31,9 Mio. EUR – davon wurden 23,7 Mio. EUR schon im Jahr 2017 verbucht.



Sportförderung ist wichtig

Viele der Sportevents werden mit staatlicher Unterstützung ermöglicht. So wurde das Deutsche Internationale Turnfest mit einem Zuschuss an den organisierenden Deutschen Turner-Bund unterstützt. Zudem wurden Veranstaltungsstätten bereitgestellt, die Unterbringung von Turnfestgästen in Schulen ermöglicht und die Bereitstellung der Sanitäts- und Ordnerdienste, Transporte und Sportgerätelogistik organisiert. Allgemein soll durch die staatliche Sportförderung allen Menschen in Berlin Zugang zum aktiven Sporttreiben ermöglicht werden. In diesem Sinne fördert das Land Berlin vielfältige Sportangebote.

Ein Großteil der sportlichen Aktivitäten Berlins findet in den 2.027 Berliner Vereinen und Betriebssportgemeinschaften statt. Doch auch den Menschen, die nicht in Vereinen organisiert sind, werden brei-

ten- und freizeitsportliche Angebote zur Verfügung gestellt. Dafür fördert das Land Berlin gezielt freizeitsportorientierte Großvereine, damit diese ihre Sportangebote auch außerhalb des Vereinssports anbieten können.

Sport ist des Weiteren ein elementarer Bestandteil des Berliner Bildungsangebotes. Der Schulsport fördert die gesunde Entwicklung von Kindern und Jugendlichen und schafft positive soziale Erfahrungen. Dafür fördert das Land Berlin den Ausbau von Kooperationen zwischen Schulen und Sportvereinen.

Sportförderung
in EUR

Sportentwicklung*	
Landestrainer	2.766.000
Förderung von Spitzensporttreibenden	250.000
Olympiastützpunkt Berlin	687.000
Zuwendungen für die Landesleistungszentren	3.320.000
Sport-Gesundheitspark Berlin e. V.	502.500
Förderung von Bundesligisten	1.018.800
Beschäftigung von Übungsleitenden	1.761.000
Trainer im Kinder- und Jugendsport	646.000
Sportorientierte Jugendarbeit	3.850.000
Vereinsinvestitionsprogramm	2.243.000
Freitzeitsportorientierte Großvereine	1.400.000
Zuschuss Berliner Bäder-Betriebe	55.000.000
Zwischensumme	***73.444.300***
Sportinfrastruktur	
Sportanlagensanierungsprogramm der Bezirke	18.000.000
Aufwandsersatz für Velodrom und Max-Schmeling-Halle	13.140.000
*Baufinanzierungen über SIWANA***	
Sanierung Schulsporthallen	36.741.549
Bau von Multifunktionsbädern (BBB)	27.888.529
Zentrale Sportanlagen (Olympiapark Berlin, Sportforum Berlin, Jahn-Sportpark)	33.804.879
Zwischensumme	***129.574.957***
Insgesamt	**203.019.257**

Quellen: *Senatsverwaltung für Inneres und Sport; Haushaltsansatz 2017
**Haushaltsplan des Sondervermögens Infrastruktur der wachsenden Stadt und Nachhaltigkeitsfonds (SIWANA), Mittelabfluss 2017-2019

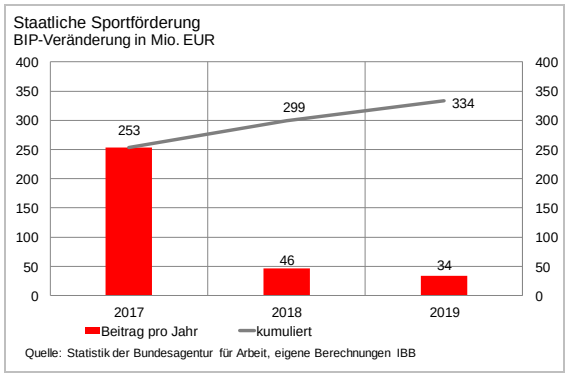
Im Mittelpunkt der Förderung des Berliner Spitzensports steht dagegen der kontinuierliche Leistungsaufbau von Spitzensportlern. Das Ziel der Förderung im Spitzensport ist es, individuelle Höchstleistungen zu erreichen, um nationale und internationale Spitzenplätze belegen zu können.

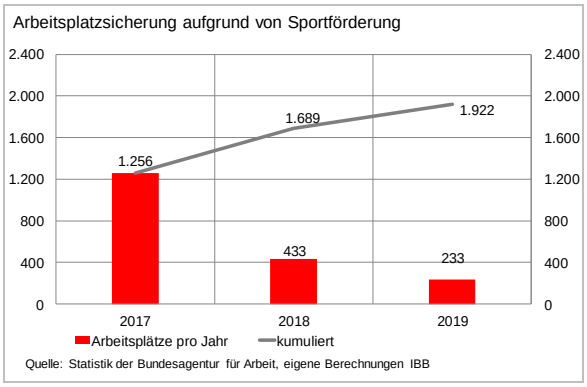
Berlin verfügt über eine vielfältige Sportinfrastruktur. Die vielen Sportanlagen und Schwimmbäder müssen durch kontinuierliche Instandhaltungsmaßnahmen oder durch Sanierung technisch auf dem neuesten Stand gehalten werden.

Um die Strukturen des Sports aufrecht zu erhalten, fließen jährlich große Summen aus verschiedenen Resorts und Haushaltspositionen in den Sport. Im Jahr 2017 waren dies rund 203 Mio. EUR, ein Großteil davon sind Investitionen in die Sportinfrastruktur (129 Mio. EUR). Bei der baulichen Unterhaltung der Sportanlagen für den Spitzensport beteiligt sich der Bund im Regelfall mit 30%, in Berlin aufgrund der Hauptstadtfunktion teilweise auch mit bis zu 50%. Auch die Sportentwicklung, die die laufende Finanzierung von Trainern, Übungsleitern, Olympiastützpunkten, Gesundheitspark und der Jugendarbeit ermöglicht, trägt mit 73 Mio. EUR erheblich zum Berliner Sportbudget bei.

Die staatlichen Sportmittel entfalten als konsumtive oder investive Ausgaben neben der gewünschten sportlichen Förderwirkung auch eine positive wirtschaftliche Wirkung in vielen Branchen der Berliner Wirtschaft. So wird das Gebäude einer neuen Schulsporthalle in der Regel in Berlin geplant und von Berliner Baufirmen begleitet und gebaut. Davon profitieren neben der Bauindustrie z.B. die hiesigen Planungsbüros, Architekten, Rechtsanwälte und Notare. Diese Unternehmen bezahlen ihre Angestellten und beauftragen Zulieferer und lösen durch den regionalen Einkommens- und Vorleistungsmultiplikator weitere indirekte Beschäftigungswirkungen auch in Branchen außerhalb des Sports aus.

Mit Hilfe des IBB-Simulationsmodells für die Berliner Regionalwirtschaft kann die staatlichen Sportförderung in Wertschöpfung, Beschäftigung und öffentliche Einnahmen umrechnet werden. Danach führen die hohen Investitionen in die bauliche Sportinfrastruktur und die laufenden konsumtiven Ausgaben im Jahr 2017 in Höhe von 203 Mio. EUR innerhalb von drei Jahre zu einer Steigerung des Berliner Bruttoinlandsproduktes von insgesamt 334 Mio. EUR, davon werden bereits 253 Mio. EUR im Jahr der Investition wirksam.





Über die nächsten drei Jahre werden auf Basis der oben genannten Investitionen und Ausgaben knapp 2.000 Arbeitsplätze gesichert und geschaffen, davon 1.300 schon im Jahr 2017. Über die Qualität und Dauer dieser Arbeitsplätze lässt die Modellrechnung allerdings keine Aussagen zu. Viele der neu geschaffenen Arbeitsplätze im Umfeld von geförderten Sportveranstaltungen werden nur von temporärer Natur sein. Vor allem aber im Baubereich, wo seit einiger Zeit Fachkräftemangel herrscht, dürften aber überwiegend sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze geschaffen werden.

Auch die öffentlichen Kassen profitieren von den staatlichen Ausgaben und Investitionen und den folgenden multiplikativen Effekten in vielen Branchen der Berliner Wirtschaft. Bis 2019 werden insgesamt 47 Mio. EUR in Form von Gebühren und Steuern in die staatlichen Kassen gespült beziehungsweise diese durch verminderte Sozialausgaben entlastet.

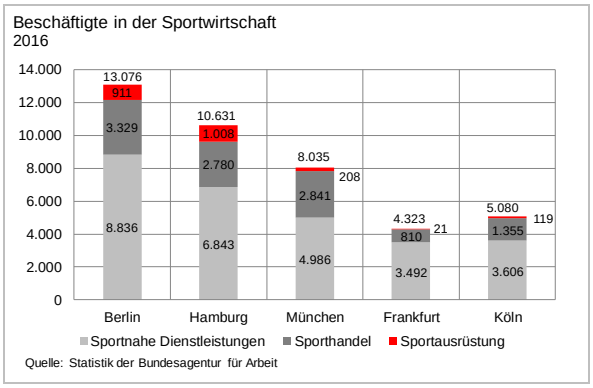
Der Sport bietet Berlinern viele Jobs

Von den Sportevents und den staatlichen Sport-Investitionen profitieren vor allem die Unternehmen der Sportwirtschaft, die in Berlin vielen Menschen eine Tätigkeit bieten. In Berlin waren 2016 nach Angaben der Statistik der Bundesagentur für Arbeit insgesamt 13.076 Menschen in der Sportwirtschaft tätig (9.950 davon in einem sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungsverhältnis). Davon sind 8.836 Beschäftigte im Bereich der Sportnahen Dienstleistungen tätig (67,5%). Darunter ist ein Großteil in professionellen Sportmannschaften, Sportvereinen und Fitnesszentren tätig sowie für den Betrieb von Sportanlagen zuständig. Weitere 3.329 Menschen arbeiten im Sporthandel (24%) und 911 im Bereich der Sportausrüstungen (8,5%).

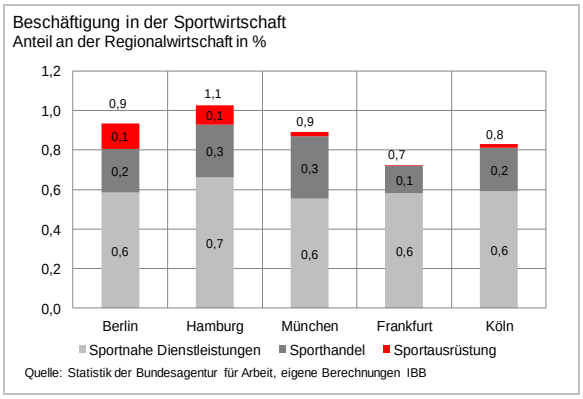
Im Vergleich der deutschen Großstädte belegt Berlin hinsichtlich der Zahl der Sportbeschäftigten (13.076) den 1. Rang. Es folgen Hamburg mit 10.631 Beschäftigten, München (8.035), Köln (5.080) und Frankfurt (4.323).

Branchen der Sportwirtschaft

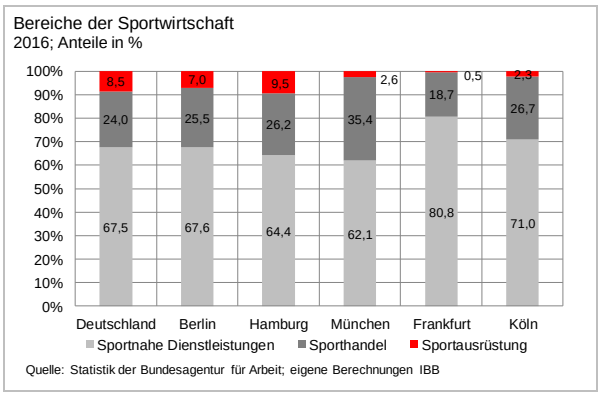
Klassifikation (WZ-2008)	Wirtschaftszweige	Gewichtung	Bereiche
14.19.0	Herstellung von sonstiger Bekleidung	25%	Sportausrüstung
30.12	Boots- und Yachtbau	100%	
30.91.0	Herstellung von Krafträdern	25%	
30.92.0	Herstellung von Fahrrädern	50%	
32.30.0	Herstellung von Sportgeräten	100%	
33.15.0	Reparatur von Schiffen, Booten und Yachten	100%	
42.99.0	Sonstiger Tiefbau	5%	
95.29.0	Reparatur von sonstigen Gebrauchsgütern	10%	
45.40.0	Handel und Reparatur von Krafträdern	25%	Sporthandel
46.18.9	Handelsvermittlung von sonstigen Waren (u.a. Fahrräder und Zubehör, Sport- und Campingartikel)	50%	
46.49.2	Großhandel mit Fahrrädern, Fahrradteilen und -zubehör sowie Sportartikeln	100%	
47.64.1	Einzelhandel mit Fahrrädern, Fahrradteilen und -zubehör	100%	
47.64.2	Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln	100%	
77.21.0	Vermietung von Sport- und Freizeitgeräten	100%	
79.90.0	Erbringung sonstiger Reservierungsdienstleistungen	5%	Sportnahe Dienstleistungen
85.51.0	Sport- und Freizeitunterricht	100%	
85.52.0	Kulturunterricht (u.a. Tanzunterricht)	75%	
85.53.0	Fahr- und Flugschulen; Segel- und Bootsführerschulen	10%	
93.11.0	Betrieb von Sportanlagen	100%	
93.12.0	Sportvereine (u.a. Professionelle Sportmannschaften und Rennställe)	100%	
93.13.0	Fitnesszentren	100%	
93.19.0	Erbringung von sonstigen Dienstleistungen des Sports (u.a. Selbstständige Berufssportler und -trainer)	100%	
93.21.0	Vergnügungs- und Themenparks (u.a. Go-Kart-Bahnbetrieb, Hochseilgärten, Passagierfloßfahrten, Ringkampfunternehmen)	10%	
93.29.0	Erbringung von Dienstleistungen der Unterhaltung und der Erholung (u.a. Yachthäfen, Betrieb von Skipisten)	25%	



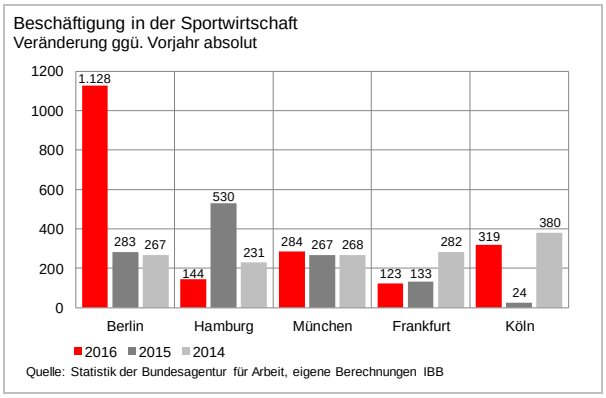
Aber auch größenbereinigt spielt die Sportwirtschaft in Berlin eine relativ bedeutende Rolle. Wie in München entfällt 0,9% der gesamten Berliner Beschäftigung auf Jobs im Bereich des Sports. Dieser hohe regionale Beschäftigungsanteil wird nur von Hamburg übertroffen (1,1%), wo vor allem die sportnahen Dienstleistungen mit 0,7% einen höheren Anteil an der Regionalwirtschaft aufweisen als in den anderen bundesdeutschen Großstädten (0,6%).

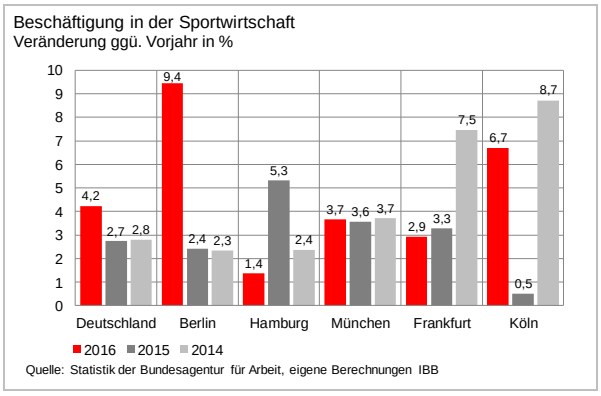


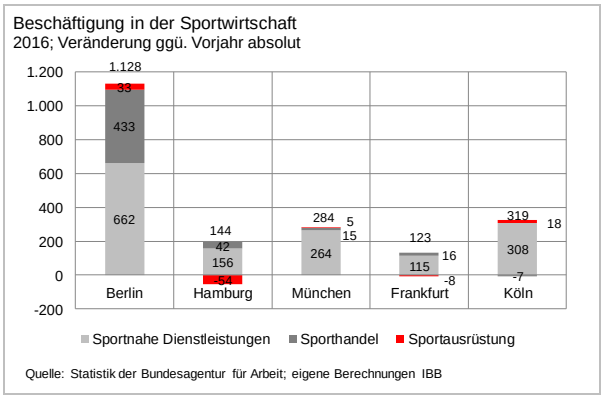
Die Struktur der Berliner Sportwirtschaft entspricht, gemessen an der Verteilung der Beschäftigten auf drei Sportbereiche (67,6% Sportnahe Dienstleistungen, 25,5% Sporthandel, und 7,0% Sportausrüstungen) ziemlich genau der bundesdeutschen Aufteilung insgesamt. In den letzten Jahren war der Berliner Sportbereich von einer dynamischen wirtschaftlichen Entwicklung geprägt. So stieg allein im Jahr 2016 die Zahl der Beschäftigten in der Berliner Sportwirtschaft um 1.128 (+9,4%) auf 13.076. Mit 662 Beschäftigten kann ein Großteil dieses Zuwachses auf die sportnahen Dienstleistungsbereiche zurückgeführt werden. Aber auch im Sporthandel, der den Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln sowie den Verkauf von Fahrrädern umfasst, wurden 433 mehr Jobs geschaffen.

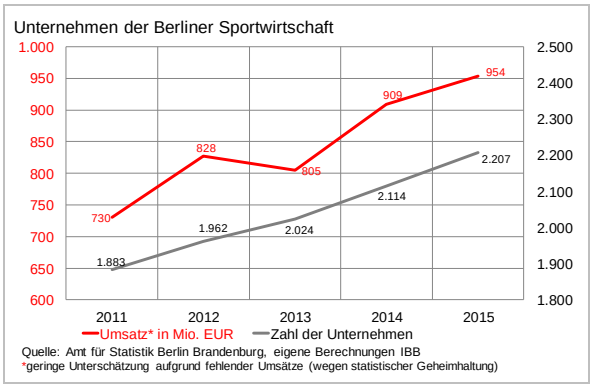


Für Deutschland insgesamt wurde lediglich ein Anstieg der im Sport Beschäftigten von 4,2% auf 308.000 gemeldet. In Köln betrug der prozentuale Anstieg bei den Jobs in der Sportwirtschaft 2016 gegenüber dem Vorjahr 6,7%, in absoluten Zahlen wurden aber nur 319 neue Jobs geschaffen. In München (+284), Hamburg (+144) und Frankfurt (+123) waren es dagegen deutlich weniger.









Jeder 10. neue Sport-Job entsteht in Berlin

In Deutschland ist die Zahl der Beschäftigten im Sportbereich im Jahr 2016 um 12.515 auf insgesamt 308.205 Personen gestiegen (+4,2%). In Berlin wuchs die Zahl der Beschäftigten in diesem Bereich im gleichen Zeitraum dagegen um 1.128 (+9,4%). Damit beträgt der Berliner Wachstumsbeitrag am bundesdeutschen Wachstum knapp 10%. Anders formuliert: 2016 ist gut jeder 10. neue Arbeitsplatz in der deutschen Sportwirtschaft in der deutschen Hauptstadt entstanden.

In den anderen Metropolen Hamburg, München, Frankfurt und Köln ist dagegen der regionale Wachstumsbeitrag an der bundesdeutschen Sportwirtschaft mit weniger als 2,5% deutlich kleiner.

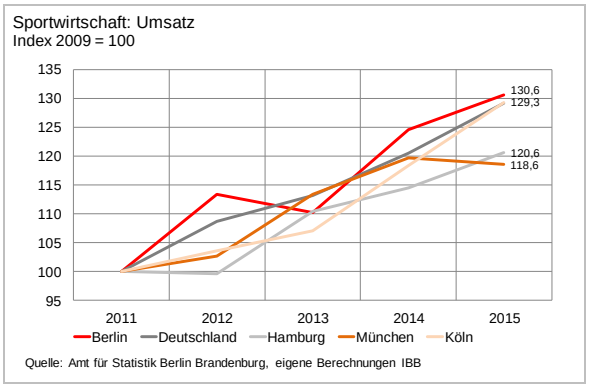
Umsätze in der Sportwirtschaft

Die globale Sportartikelbranche verzeichnete in den vergangenen Jahren ein stetiges Wachstum, unterstützt durch steigende Konsumausgaben sowohl in den Schwellen- als auch in den Industrieländern. Aufgrund des wachsenden Onlinehandels erfährt vor allem der Verkauf von Sportartikeln rege Nachfrage, da Händler inzwischen verstärkt auf mobile Technologien und soziale Medien zurückgreifen.

In der Berliner Sportwirtschaft waren im Jahr 2015 (letzte verfügbare Daten) 2.207 steuerpflichtige Unternehmen mit einem Jahresumsatz von mehr als 17.500 EUR tätig. Gegenüber dem Vorjahr war dies ein Plus von 93 Unternehmen (+4,4%).

Mit einem Umsatz von knapp einer Mrd. EUR erzielt die Sportwirtschaft einen deutlich höheren Umsatz als die gesamte Berliner Finanzwirtschaft mit ihren zahlreichen Kreditinstituten und Versicherungen (650 Mio. EUR). Aufgrund von statistischer Geheimhaltung sind die Umsätze der Branchen „Erbringung von Reservierungsleistungen“ (Gewichtung 5%) und „Verleih von Sport- und Freizeitgeräten“ (Gewichtung 100%) allerdings in einigen Jahren nicht ausgewiesen. Daher lässt sich der Umsatz der Berliner Sportunternehmen nur annähernd genau bestimmen. Da es sich aber um verhältnismäßig kleine Branchen handelt, kann der ausgewiesene Umsatz für 2015 in Höhe von 954 Mio. EUR als Mindestwert angenommen werden. Gegenüber dem Vorjahr betrug der Umsatzanstieg 2015 in der Berliner Sportwirtschaft 4,9% (bzw. +44 Mio. EUR).

Mit 567 Mio. EUR ist der Umsatz der Berliner Sportfirmen im Bereich der sportnahen Dienstleistungen besonders hoch (Anteil: 60%). Hier sind es vor allem die Fitnesszentren (155 Mio. EUR), die Sportvereine (133 Mio. EUR), und der Betrieb von Sportanlagen wie z.B. Schwimmbäder (123 Mio. EUR) die einen Großteil der Umsätze beisteuern. Die Unternehmen des Bereichs Sporthandels tragen mit 332 Mio. EUR zu 35% des gesamten Berliner Sportumsatzes bei, auf die Sportausrüster entfallen gut 5% (55 Mio. EUR).



Im Vergleich mit den anderen großen deutschen Metropolen sind die Berliner Sportumsätze seit 2011 mit 30,6% besonders stark gestiegen. Im bundesdeutschen Vergleich sind die Umsätze im gleichen Zeitraum um 29,2% auf 37 Mrd. EUR gestiegen. Auch in Köln (+29,3%), Hamburg (+20,6%) und München (+18,6%) konnten die Sportumsätze in den letzten 5 Jahren deutlich zulegen.

Fazit: Berliner Sport sorgt für nachhaltige Effekte

Städte und Gemeinden stehen in einem beachtlichen Wettbewerb um Einwohner, Investoren und Arbeitsplätze. Neben den harten Standortfaktoren wie Arbeits- und Absatzkosten, Steuern und Abgaben entscheiden auch die so genannten weichen Faktoren darüber, ob sich Menschen und Unternehmen gerne in einer Stadt oder Region ansiedeln. Zu den weichen Faktoren zählen neben dem Image das kulturelle Angebot, der Naherholungswert, die Kneipen- und Cafélandschaft, die Präsenz von Oper, Theater, Konzerthallen oder eben Sportmöglichkeiten. Sportveranstaltungen sind ebenso wie Kultureinrichtungen ein wichtiger Indikator für Lebensqualität.

Neben den in der Statistik den Branchen der Sportwirtschaft eindeutig zugeordneten Umsätzen löst der Sport in Berlin, ähnlich wie die Kultur- oder Musikwirtschaft, mit vielen Großveranstaltungen, die jährlich hunderttausende Menschen zusätzlich in die Hauptstadt bringen, messbare Umsätze im Beherbergungsgewerbe, in der Gastronomie, im Einzelhandel und im Nahverkehr aus. Darüber hinaus wird der positive Image-Effekt dazu führen, dass sowohl die Kurzbesucher der Hertha-Heimspiele als auch die Fernsehzuschauer in der nächsten Zeit für einen längeren Aufenthalt wieder nach Berlin kommen. Dieser Imagegewinn aufgrund von Sportgroßereignissen wird noch lange nachwirken.

Mit dem Ausrichten vieler Traditionssportveranstaltungen wie dem Berlin-Marathon, dem Deutschen Internationalen Turnfest oder von Fußball-Bundesligaspielen hat sich Berlin bereits in der Vergangenheit als moderner und innovativer Sportstandort vorgestellt. Auch die vielen Projekte um die Sport-Großereignisse herum, die Kunst- und Kulturprogramme haben national und international die kulturelle Vielfalt und Weltoffenheit Berlins präsentiert. Die Sportgroßereignisse haben aber nicht nur die Stimmung in der Stadt verbessert, sondern werden auch die Berliner Wirtschaft nachhaltig stärken. Über die Jahre 2017 bis 2019 gerechnet werden allein aufgrund von Traditionssportveranstaltungen rund 1.000 neue Arbeitsplätze in der Hauptstadt geschaffen. Aufgrund der staatlichen Sportförderung, die zum Großteil in die bauliche Infrastruktur des Sports fließt, kommen noch einmal knapp 2.000 Arbeitsplätze hinzu. Von den insgesamt 3.000 Arbeitsplätzen die vom Sport über volkswirtschaftliche Zweit- und Drittrundeneffekte in weiteren Branchen gesichert und geschaffen werden, wird rund ein Drittel Dauerarbeitsplätze sein. Vom Sport in Berlin profitieren das Baugewerbe, das Hotel- und Gaststättengewerbe, der Einzelhandel, private Sicherheitsdienste, öffentliche und private Kultureinrichtungen, Eventdienstleistungen, Werbeagenturen, IT-Unternehmen, der Personenverkehr, Autovermietungen, Telekommunikation sowie das Handwerk.

Wenn die ganze Welt bei einem der wichtigsten internationalen Laufveranstaltungen in der deutschen Hauptstadt zu Gast ist, kann sich die Stadt als lockerer und fairer Gastgeber präsentieren und ganz nebenbei als attraktiver Kultur-, Arbeits- und Lebensraum in Erscheinung treten.

Damit Berlin auch künftig eine attraktive Sportstadt bleibt, dürften die staatlichen Anstrengungen nicht nachlassen. Berlin muss kontinuierlich als Austragungsort für Sportgroßveranstaltungen beworben werden. Zielführend wäre in diesem Zusammenhang eine noch stärkere Verzahnung des Sports mit Berlin Partner für Wirtschaft und Technologie GmbH und Berlin Tourismus & Kongress GmbH. Dabei geht es um Vermarktungsmaßnahmen anlässlich ausgewählter Sportgroßveranstaltungen. Dazu gehören sowohl einmalige Wettbewerbe wie Welt- und Europameisterschaften als auch regelmäßig stattfindende Events, wie zum Beispiel Cup- oder Serienwettkämpfe. Gerade internationale Events müssen noch stärker im Ausland beworben werden, vor allem in den asiatischen Ländern, um dort das Sportimage der Stadt weiter zu schärfen und die wirtschaftlichen Tourismuseffekte nachhaltig zu steigern.

Zentral ist daher die fortgesetzte Sanierung und Erneuerung der Sportinfrastruktur. Die wachsende Stadt und die seit Jahren waschsenden Mitgliederzahlen in den Sportvereinen machen Erweiterungen und Ertüchtigungen von Sportanlagen unumgänglich. Zu begrüßen ist vor diesem Hintergrund, dass bereits der letzte Berliner Doppelhaushalt 2016/2017 das Sportanlagensanierungsprogramm von bisher 9 auf 18 Millionen Euro jährlich verdoppelt hat. Notwendig ist mindestens eine Verstetigung dieser Summe in den folgenden Haushaltsjahren.

Durch die Medienpräsenz während der vielen internationalen Sportevents steigt der Bekanntheitsgrad der Hauptstadt Berlin und die Präsentation ihrer Stärken über einen längeren Zeitraum. Ein positiver Imagegewinn durch eine publikumswirksame und erfolgreiche Durchführung von Sport-Großveranstaltungen sollte nicht zuletzt zu einem verbesserten Konsum- und Investitionsklima in Berlin beitragen. Das dürfte langfristig zu neuen Investitionen auch durch auswärtige Unternehmen in den Berliner Sportbereich führen.

Herausgeber:
Investitionsbank Berlin
Volkswirtschaft
Bundesallee 210
10719 Berlin
volkswirtschaft@ibb.de

Verfasser:
Claus Pretzell
Telefon: 030/2125-4752

Redaktionsschluss 15. Dezember 2017

Weitere Publikationen unter
www.ibb.de/volkswirtschaft

Investitionsbank Berlin
Dieses Werk ist lizenziert unter
einer Creative Commons Namens-
nennung 3.0 Deutschland Lizenz.
http://creativecommons.org/licenses/by/3.0
/de/