

# Die wirtschaftliche Dimension des Sports in Hamburg

Michael Berlemann | Erik Haustein | Andreas Lagemann

Paula Schwamb | Daniela Wenzel

**Autoren:**

MICHAEL BERLEMANN (berlemann@hwwi.org)

Hamburgisches WeltWirtschaftsInstitut, Helmut-Schmidt-Universität Hamburg

ERIK HAUSTEIN (haustein@hwwi.org)

Hamburgisches WeltWirtschaftsInstitut

ANDREAS LAGEMANN (lagemann@hwwi.org)

Hamburgisches WeltWirtschaftsInstitut

PAULA SCHWAMB (schwamb@hwwi.org)

Hamburgisches WeltWirtschaftsInstitut, Helmut-Schmidt-Universität Hamburg

DANIELA WENZEL (wenzel@hwwi.org)

Hamburgisches WeltWirtschaftsInstitut, Helmut-Schmidt-Universität Hamburg

**Auftraggeber der Studie:**

HANDELSKAMMER HAMBURG,

ADOLPHSPLATZ 1, 20457 HAMBURG

**Impressum**

Publikationsreihe: HWWI Studien, ISSN 2940-2301

Hamburgisches WeltWirtschaftsInstitut (HWWI)

Wissenschaftlicher Direktor: Prof. Dr. Michael Berlemann

Geschäftsführer: Dr. Dirck Süß

Mönkedamm 9 | 20457 Hamburg

Tel.: +49 40 340576-0 | Fax: +49 40 340576-150

[info@hwwi.org](mailto:info@hwwi.org) | [www.hwwi.org](http://www.hwwi.org)

© HWWI | Hamburg | Dezember 2025

Ohne ausdrückliche Genehmigung des Urhebers ist es nicht gestattet, diese Untersuchung/Auswertung oder Teile davon in irgendeiner Weise zu vervielfältigen oder zu verbreiten. Lizenzausgaben sind nach Vereinbarung möglich. Ausgenommen ist die journalistische und wissenschaftliche Verbreitung.



# Gliederung

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	<b>9</b>
<b>2</b>	<b>Sport und dessen Bedeutung</b>	<b>11</b>
2.1	Der Begriff des Sports im Wandel der Zeit	11
2.2	Einige Fakten zum Sport	13
2.3	Motive für die Ausübung von Sport	17
2.3.1	Evidenz aus Befragungsstudien	17
2.3.2	Sport als Gesundheitsfaktor	18
2.3.3	Sport als Freizeitgestaltung	20
2.3.4	Sport als Einkommensquelle	21
2.3.5	Sport als Instrument der sozialen Integration	23
2.3.6	Sport als Faktor der Lebenszufriedenheit	24
2.4	Sport als Wirtschaftsfaktor	25

<b>3</b>	<b>Sport und Sportinfrastruktur in Hamburg</b>	<b>29</b>
3.1	<b>Hobbysport</b>	<b>30</b>
3.2	<b>Breitensport</b>	<b>31</b>
3.3	<b>Leistungs- und Profisport</b>	<b>37</b>
3.4	<b>Sportinfrastruktur</b>	<b>39</b>
3.5	<b>Investitionen in die Infrastruktur</b>	<b>48</b>
3.6	<b>Zweitnutzung von Sportstätten am Beispiel der Taylor Swift Konzerte</b>	<b>54</b>
<b>4</b>	<b>Die Hamburgische Sportwirtschaft</b>	<b>57</b>
4.1	<b>Kernbereich der Hamburgischen Sportwirtschaft</b>	<b>57</b>
4.2	<b>Die Vernetzung der Hamburgischen Sportwirtschaft</b>	<b>65</b>
4.2.1	Beschreibung der Input-Output-Methodik	65
4.2.2	Datenquellen und Regionalisierung	66
4.2.3	Ergebnisse	67
<b>5</b>	<b>Sport-Großveranstaltungen in Hamburg</b>	<b>71</b>
5.1	<b>SUZUKI World Triathlon Hamburg</b>	<b>76</b>
5.2	<b>Bundesliga-Fußball in Hamburg</b>	<b>82</b>
5.2.1	Hamburger Sport-Verein	83
5.2.2	FC St. Pauli	88
5.3	<b>ADAC Cyclassics</b>	<b>92</b>
5.4	<b>Tennis am Rothenbaum</b>	<b>98</b>
5.4.1	Bitpanda Hamburg Open ATP 500	99

5.4.2 MSC Hamburg Ladies Open WTA 250 .....	100
<b>5.5 Intersport HYROX .....</b>	<b>102</b>
<b>6 Zusammenfassung und Schlussfolgerungen .....</b>	<b>107</b>
<b>Zitierte Literatur .....</b>	<b>109</b>
<b>Appendices .....</b>	<b>115</b>
<b>A Bildnachweise .....</b>	<b>115</b>





## Executive Summary

Die vorliegende Studie untersucht umfassend die wirtschaftliche Bedeutung des Sports für die Freie und Hansestadt Hamburg. Sport erfüllt nicht nur zentrale gesellschaftliche Funktionen wie Gesundheitsförderung, soziale Integration und Steigerung der Lebenszufriedenheit, sondern wirkt zugleich als bedeutender – oft unterschätzter – Wirtschaftsfaktor. Da Sport in der amtlichen Statistik nicht als eigener Wirtschaftssektor ausgewiesen wird, bleiben seine wirtschaftlichen Effekte häufig verborgen. Die Studie schließt diese Lücke und analysiert systematisch die direkten, indirekten und induzierten Effekte der Sportwirtschaft in Hamburg.

Hamburg zählt zu den aktivsten Sportregionen Deutschlands. Die Active City Strategie fördert den Ausbau von Sportinfrastruktur sowie die Beteiligung der Bevölkerung an sportlichen Aktivitäten. Die Stadt verfügt über ein breites Spektrum an Sportangeboten, von einem starken Breitensport über eine dynamische Fitness- und Gesundheitsbranche bis hin zu erfolgreichen Profisportstrukturen. Hamburg ist zudem regelmäßig Austragungsort bedeutender Sportveranstaltungen, die weit über den sportlichen Aspekt hinausgehen und beträchtliche wirtschaftliche Effekte generieren. Dazu zählt neben den Bundesligafußball beim Hamburger Sport Verein und dem FC ST. Pauli unter anderem der World Triathlon Hamburg, die Cyclassics, die traditionsreichen Tennisturniere am Rothenbaum und das stark wachsende HYROX-Format. Diese Events ziehen jedes Jahr zehntausende Sportlerinnen, Sportler und Zuschauende an, steigern die Auslastung von Hotels und Gastronomie, erhöhen die Medienpräsenz der Stadt und wirken als Impulsgeber für zusätzliche Konsumausgaben. Sie tragen damit maßgeblich zur touristischen Wertschöpfung und zur internationalen Positionierung Hamburgs als Sportmetropole bei.

Die im Rahmen der Studie durchgeführte Input-Output-Analyse zeigt eindrücklich, wie groß die ökonomische Reichweite des Sports ist. Für den Sportsektor ergibt sich ein Bruttowertschöpfungsmultiplikator von 2,4. Das bedeutet, dass jedem Euro Wertschöpfung im Sportsektor insgesamt 2,4 Euro gesamtwirtschaftlicher Wertschöpfung in Hamburg gegenüberstehen. Der Beschäftigungsmultiplikator beträgt 2,3, was darauf hinweist, dass

jeder Arbeitsplatz im Sportsektor insgesamt 2,3 Arbeitsplätze in der Hamburger Wirtschaft sichert.

Für das Jahr 2023 ergeben sich folgende absolute Effekte: Direkt arbeiten 6.284 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte im Sportsektor und generieren dabei eine Bruttowertschöpfung von 2.231,29 Millionen Euro. Über Vorleistungsverflechtungen entstehen zusätzlich 1.629 indirekte Arbeitsplätze und eine Bruttowertschöpfung von 572,87 Millionen Euro. Konsumbedingt ergeben sich darüber hinaus 6.831 induzierte Arbeitsplätze sowie eine zusätzliche Bruttowertschöpfung von 2.507,77 Millionen Euro. Insgesamt steht der Sportsektor damit mit 14.744 Arbeitsplätzen sowie 5.311,94 Millionen Euro Bruttowertschöpfung innerhalb Hamburgs im Zusammenhang.

Die Studie macht deutlich, dass Sport weit über seinen unmittelbaren Kernbereich hinaus wirkt und ein bedeutender Wachstumsmotor für zahlreiche vor- und nachgelagerte Branchen ist. Sportgroßveranstaltungen verstärken diesen Effekt besonders deutlich, indem sie Touristinnen und Touristen anziehen, internationale Sichtbarkeit schaffen und zusätzliche Umsätze in Hotellerie, Gastronomie, Einzelhandel, Verkehr und Medienwirtschaft auslösen. Die Ergebnisse belegen, dass Sport ein strategisch relevanter Bestandteil der regionalen Wirtschaftsleistung und Standortentwicklung Hamburgs ist. Die Studie bildet damit eine fundierte Grundlage für zukünftige wirtschafts- und stadtentwicklungspolitische Entscheidungen und unterstreicht die Bedeutung des Sports als gesellschaftlicher, kultureller und wirtschaftlicher Motor der Stadt.



## 1. Einleitung

Sport ist in modernen Gesellschaften weit mehr als eine Form körperlicher Aktivität. Er erfüllt wichtige gesellschaftliche Funktionen, indem er Gesundheit fördert, soziale Integration ermöglicht und zur Lebenszufriedenheit beiträgt. Zugleich stellt Sport einen bedeutenden, jedoch häufig unterschätzten Wirtschaftsfaktor dar, dessen gesamtwirtschaftliche Relevanz weit über das unmittelbare sportliche Geschehen hinausreicht. Wie in der Studie dargestellt wird, ist der Sportsektor durch ein komplexes Geflecht direkter, indirekter und induzierter wirtschaftlicher Effekte gekennzeichnet, die sowohl im Kernbereich des Sports als auch in zahlreichen vor- und nachgelagerten Branchen wirksam werden. Gerade diese wirtschaftliche Vielschichtigkeit macht ihn zu einem relevanten Untersuchungsfeld regionaler Wirtschaftsanalysen.

Für Hamburg besitzt der Sport eine besondere Bedeutung. Die Stadt zählt zu den aktivsten und bewegungsfreundlichsten Regionen Deutschlands und fördert mit der Active City Hamburg Strategie gezielt eine Kultur der Bewegung, die sowohl die Lebensqualität der Bevölkerung steigern als auch die infrastrukturellen Voraussetzungen für sportliche Aktivitäten verbessern soll. Gleichzeitig ist Hamburg ein Standort mit ausgeprägter sportwirtschaftlicher Struktur: Neben großen Breitensportvereinen, einer Vielzahl von Fitness- und Gesundheitsanbietern und einer dicht ausgebauten Sportinfrastruktur beheimatet die Stadt mehrere leistungs- und profisportliche Aushängeschilder, darunter zwei Bundesligafußballvereine, erfolgreiche Hockey- und Handballmannschaften sowie internationale Sportveranstaltungen wie den World Triathlon, die ADAC Cyclassics, traditionsreiche Tennis-Events am Rothenbaum. Zudem ist Hamburg die Wiege der neuen Trendsportart HYROX. Diese Vielfalt erzeugt nicht nur Sichtbarkeit und Prestige, sondern generiert erhebliche ökonomische Impulse durch Wertschöpfung, Beschäftigung, Tourismus und regionale Nachfrageeffekte.

Die volkswirtschaftliche Gesamtrechnung weist die Sportwirtschaft jedoch nicht als eigenständigen Wirtschaftsbereich aus, sodass ihre tatsächliche ökonomische Bedeutung in regionalen Statistiken weitgehend verborgen bleibt. Während das Sportsatellitenkonto auf

Bundesebene den Versuch unternimmt, sportbezogene Aktivitäten statistisch zu erfassen, existiert bislang kein entsprechendes Instrument für Hamburg. Die vorliegende Studie schließt diese Lücke, indem sie die wirtschaftliche Dimension des Sports in der Freien und Hansestadt Hamburg systematisch analysiert und mithilfe regionalwirtschaftlicher Methoden – insbesondere der Input-Output-Analyse – die direkten, indirekten und induzierten Effekte sportbezogener Aktivitäten aufzeigt.

Ziel der Studie ist es, ein umfassendes Bild der ökonomischen Bedeutung des Sports in Hamburg zu zeichnen und die Mechanismen der sportbezogenen Wertschöpfung sichtbar zu machen. Dazu gehört die Untersuchung der institutionellen und infrastrukturellen Rahmenbedingungen des Sportsystems, eine empirisch gestützte Abschätzung der in Hamburg aktiven Sportbevölkerung sowie die Analyse der ökonomischen Netzwerke, in denen Sportakteure mit anderen Branchen interagieren. Ergänzend werden sportbezogene Großereignisse betrachtet, die als temporäre, aber intensive wirtschaftliche Impulsgeber wirken und die lokale Ökonomie durch Besucherströme, Medienpräsenz und konsumtive Ausgaben stimulieren.

Die Studie versteht sich als Grundlage für wirtschaftspolitische und stadtentwicklungs-politische Entscheidungen. Sie verdeutlicht, dass Sport nicht nur gesellschaftlichen Mehrwert schafft, sondern einen messbaren Beitrag zur regionalen Wirtschaftsleistung Hamburgs leistet. Die Ergebnisse sollen dazu beitragen, die strategische Bedeutung des Sports im urbanen Entwicklungsprozess stärker zu berücksichtigen, Investitionen in sportbezogene Infrastruktur und Strukturen zu fundieren und die Potenziale des Sports als Wachstumsmotor und Standortfaktor für die Stadt weiter zu erschließen.

Die Studie ist in sechs Kapitel gegliedert, die systematisch von grundlegenden konzeptionellen Überlegungen zur empirischen Analyse der sportwirtschaftlichen Bedeutung Hamburgs überleiten. Nach dieser Einleitung (Kapitel 1) behandelt Kapitel 2 zunächst die gesellschaftliche und ökonomische Bedeutung des Sports und erläutert zentrale Begriffe und Motive sportlicher Aktivität. Kapitel 3 widmet sich der Situation des Sports in Hamburg, insbesondere der Ausprägung von Hobby-, Breiten- sowie Leistungs- und Profisport und der Entwicklung der Sportinfrastruktur. Auf dieser Grundlage analysiert Kapitel 4 die wirtschaftliche Bedeutung der Hamburger Sportwirtschaft, wobei sowohl der Kernbereich als auch vor- und nachgelagerte Wirtschaftsbeziehungen mithilfe einer regionalisierten Input-Output-Methodik untersucht werden. Kapitel 5 betrachtet die ökonomischen Effekte bedeutender Sportgroßveranstaltungen in der Stadt. Abschließend fasst Kapitel 6 die zentralen Ergebnisse zusammen und leitet Schlussfolgerungen für Wissenschaft, Politik und Praxis ab.



## 2. Sport und dessen Bedeutung

### 2.1 Der Begriff des Sports im Wandel der Zeit

Der Begriff „Sport“ stammt aus dem Englischen und ist seit dem 19. Jahrhundert in der deutschen Sprache gebräuchlich. Seine Wurzeln reichen jedoch deutlich weiter zurück und spiegeln einen komplexen Bedeutungswandel wider – von der ursprünglichen Vorstellung der „Zerstreuung“ und des „Vergnügens“ bis hin zur modernen Idee körperlicher Leistung und Wettkampforientierung.

Das englische Wort „sport“ ist eine verkürzte Form des älteren Ausdrucks „disport“, das wiederum aus dem Altfranzösischen „desport“ bzw. „desporter“ stammt. Im Altfranzösischen bedeutete „desporter“ so viel wie sich zerstreuen, sich vergnügen oder sich entspannen. Dieses wiederum geht auf das lateinische Verb „deportare“ zurück, das wörtlich „wegtragen“ oder „sich fortbewegen“ bedeutet. Gemeint war damit ursprünglich die Vorstellung des Sich-Entfernens von der Arbeit oder dem Ernst des Lebens. Damit ist die ursprüngliche Bedeutung des Sportbegriffs also eng mit Freizeit, Vergnügen und Spiel verknüpft. Es handelte sich nicht um eine körperliche Tätigkeit im heutigen Sinn, sondern um eine Form sozialer oder geistiger Erholung.

Im 15. Jahrhundert wurde Sport im Englischen zunehmend zur Bezeichnung für gesellschaftliche Vergnügungen, insbesondere für die Freizeitbeschäftigungen des Adels wie Jagen, Fischen, Reiten oder Fechten. Diese Tätigkeiten waren Zeichen sozialer Stellung und dienten weniger der körperlichen Ertüchtigung als dem Zeitvertreib und der Repräsentation.

Mit der Industrialisierung und dem Aufkommen moderner Bildungssysteme im 18. und 19. Jahrhundert erfuhr der Begriff eine tiefgreifende Bedeutungsverschiebung. Sport wurde zunehmend mit körperlicher Betätigung und Wettkampf in Verbindung gebracht – ein Wandel, der vor allem durch die englischen Public Schools geprägt wurde. Dort entwi-

ckelte sich der Gedanke des „Fair Play“ sowie der Erziehung durch körperliche Disziplin, Kameradschaft und Selbstkontrolle. Der Sport wurde zum Instrument moralischer und charakterlicher Bildung (vgl. Guttmann 1978).



**Abbildung 1:** Bedeutungswandel des Sportbegriffs im Laufe der Zeit

In den deutschen Sprachraum gelangte das Wort Sport im frühen 19. Jahrhundert, zunächst in aristokratischen und bürgerlichen Kreisen, die sich an der englischen Kultur orientierten. Während die deutsche Turnbewegung (eingeführt von Friedrich Ludwig Jahn) stärker national und pädagogisch motiviert war, repräsentierte der Sport die englische Vorstellung von regelgebundener körperlicher Betätigung im Wettstreit.

Im Deutschen verdrängte der Begriff Sport ab der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts zunehmend ältere Bezeichnungen wie „Leibesübungen“ oder „Turnspiele“. Mit der Institutionalisierung sportlicher Vereine<sup>1</sup> und der Gründung internationaler Organisationen<sup>2</sup> wurde Sport schließlich zum festen Bestandteil des modernen Sprachgebrauchs.

<sup>1</sup> Als ältester deutscher Sportverein gilt der Turn- und Sportverein TSV 1814 Friedland aus Mecklenburg-Vorpommern. Nur zwei Jahre später wurde als zweiter Sportverein Deutschlands die Hamburger Turnerschaft von 1816 gegründet.

<sup>2</sup> Hierzu zählt z.B. die Gründung des Internationalen Olympischen Komitees (IOC) im Juni 1894 in Paris. Nur zwei Jahre später wurden in Athen die ersten Olympischen Spiele der Neuzeit durchgeführt.

Heute bezeichnet der Begriff Sport sowohl körperliche Betätigung zur Gesundheit und Freizeitgestaltung (Breitensport) als auch leistungsorientierte Wettkampftätigkeit (Leistungssport). Darüber hinaus hat sich der Begriff in vielfältige Richtungen ausdifferenziert – von E-Sport<sup>3</sup> bis zu Mental- oder Extremsportarten. Die historische Entwicklung (vgl. Abbildung 1) zeigt, dass der Begriff Sport stets Ausdruck gesellschaftlicher Werte und kultureller Normen war: vom höfischen Zeitvertreib über die bürgerliche Disziplin bis hin zur modernen Selbstoptimierung.

Laut Artikel 2 der Europäischen Sportcharta umfasst Sport „alle Formen körperlicher Betätigung, die durch gelegentliche oder organisierte Teilnahme darauf abzielen, die körperliche Fitness und das geistige Wohlbefinden zu erhalten oder zu verbessern, soziale Beziehungen aufzubauen oder im Wettkampf auf allen Ebenen Ergebnisse zu erzielen“.<sup>4</sup> Diese breite Definition umfasst sowohl Freizeitaktivitäten als auch wettkampforientierten Sport.

## 2.2 Einige Fakten zum Sport

Laut der neuesten Zeitverwendungserhebung (ZVE) des Statistischen Bundesamtes aus dem Jahr 2022 verbringt der durchschnittliche Deutsche ab 10 Jahren durchschnittlich 34 Minuten pro Tag mit sportlichen Aktivitäten (Destatis 2024). Gegenüber der vorherigen Zeitverwendungserhebung aus dem Jahr 2012/2013 ist dies ein Anstieg von immerhin 5 Minuten pro Tag. Männer machen durchschnittlich mehr Sport als Frauen: Während Männer zuletzt 36 Minuten am Tag sportlich aktiv waren, verbrachten Frauen 32 Minuten des Tages mit Sport.

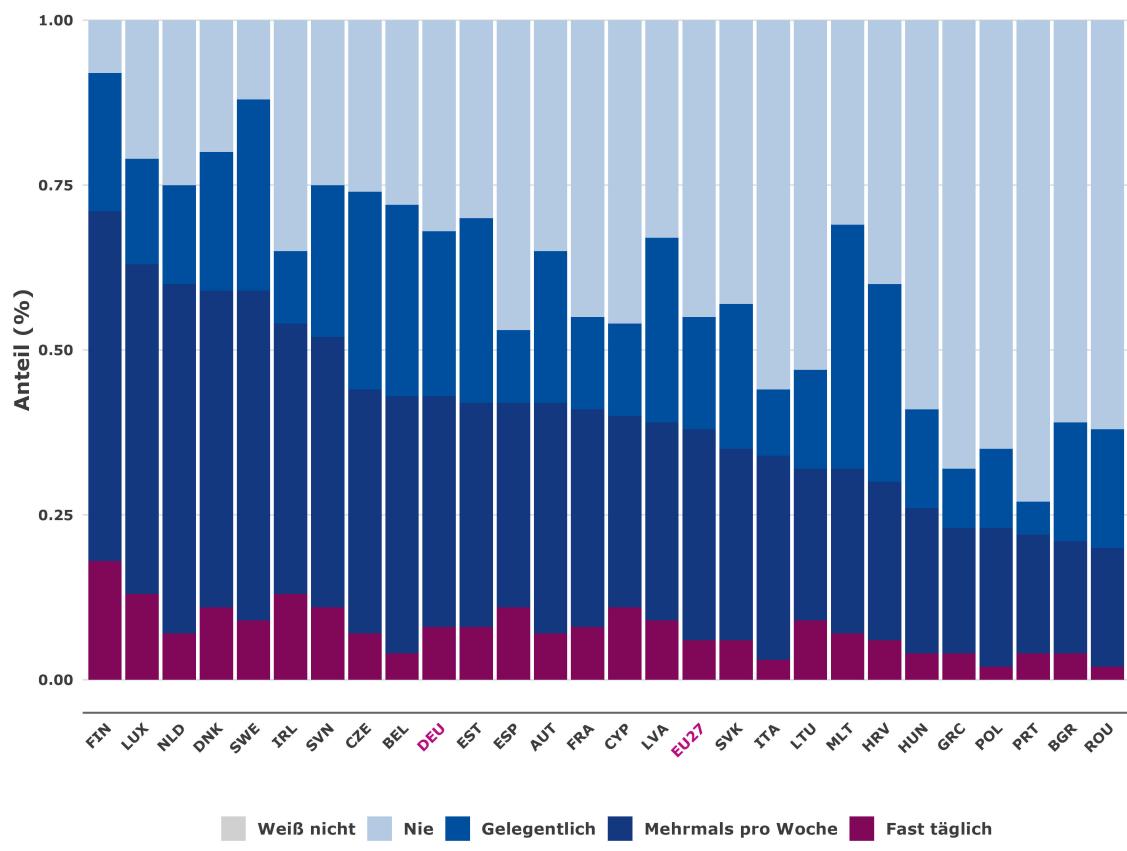
Gemessen am europäischen Durchschnitt können die Deutschen durchaus als sportlich gelten. Gemäß der neuesten Eurobarometer Umfrage der Europäischen Kommission aus dem Jahr 2022<sup>5</sup> treiben ca. 38% aller EU Bürger täglich oder zumindest mehrfach die Woche Sport. Demgegenüber geben ca. 45% der EU-Bürger an, nie Sport zu treiben (vgl. Abbildung 2). Die Deutschen hingegen geben zu ca. 43% an, täglich oder zumindest mehrfach die Woche Sport zu treiben und nur ca. 32% aller Deutschen verweigern sich dem Sport komplett.

Auch wenn Deutschland somit im europäischen Vergleich eine überdurchschnittlich sportliche Nation ist, liegt Deutschland ein ganzes Stück weg von der Spitzengruppe, die von Finnland angeführt wird. Hier geben 71% der Befragten an, täglich oder mehrmals die Woche Sport zu treiben. In der Spitzengruppe liegen weiterhin Luxemburg (63%), die Niederlande (60%), Dänemark (59%), Schweden (59%), Irland (54%) und Slowenien (52%). Am Höchsten fällt der Anteil der Sportverweigerer in Portugal aus, wo beinahe

<sup>3</sup>E-Sport ist die Kurzform von „Electronic Sports“ und stellt eine Form des sportlich organisierten Wettkampfs dar, bei dem Einzelpersonen oder Teams mithilfe von Computer- oder Videospielen unter standardisierten Regeln gegeneinander antreten. Charakteristisch sind Leistungsorientierung, regelmäßiges Training, professionelle Organisation und mediale Vermarktung, wodurch E-Sport dem traditionellen Sport in Struktur und Professionalität ähnelt (vgl. Hamari und Sjöblom 2017).

<sup>4</sup>Europarat 2021.

<sup>5</sup>Special Eurobarometer SP525: Sport and physical activity, 2022.



Quelle: Special Eurobarometer 525 – Sport and Physical Activity (2022).

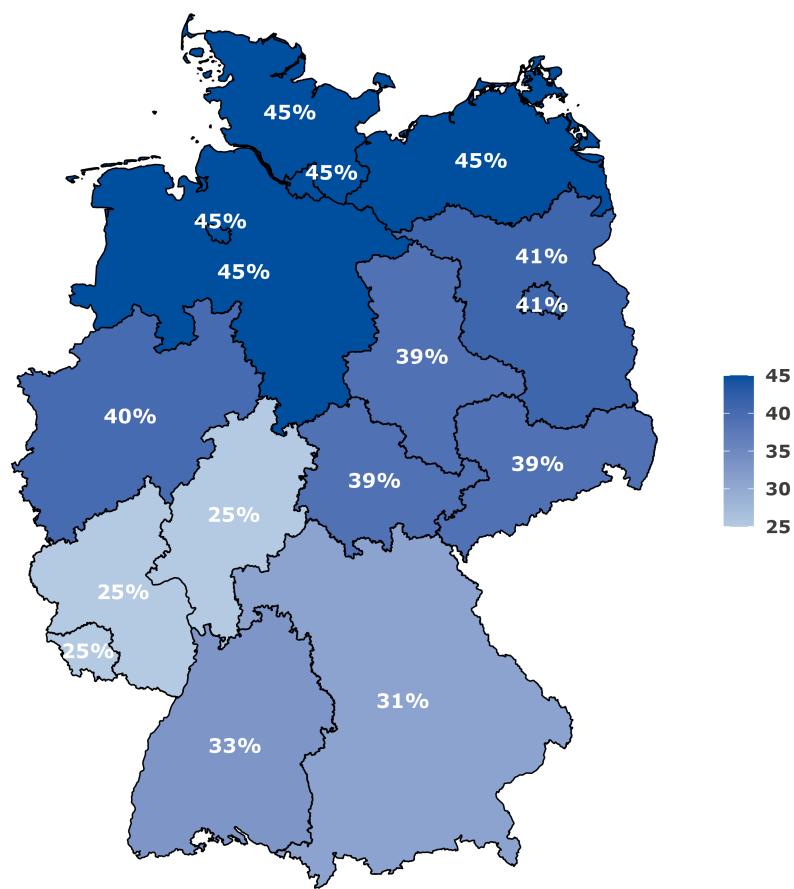
**Abbildung 2:** Häufigkeit sportlicher Aktivitäten in Europa 2022

drei Viertel aller Befragten angeben, nie Sport zu treiben. Niedrige Sportaktivität zeigt sich auch in Rumänien, Bulgarien, Polen und Griechenland. Insgesamt zeichnet sich sowohl ein Nord-Süd- als auch ein West-Ost-Gefälle ab.<sup>6</sup>

Aufgrund der relativ kleinen Stichproben lassen sich aus den o.g. Datenquellen allerdings keine kleinräumigen Ergebnisse zur sportlichen Aktivität herleiten. Allerdings sind die Norddeutschen durchaus bewegungsfreudlich, wie die Studie "Beweg dich, Deutschland" (Techniker Krankenkasse 2022) jüngst gezeigt hat. So geben hier immerhin 45% aller Befragten aus Hamburg an, sich täglich mehr als eine Stunde zu bewegen (vgl. Abbildung 3). Damit gehört Hamburg zusammen mit Bremen, Niedersachsen, Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern zu den bewegungsfreudigsten Regionen Deutschlands. Interessanterweise herrscht im Hinblick auf Bewegung auch in Deutschland tendenziell ein Nord-Süd-Gefälle. Die niedrigsten Quoten von Personen, die angeben sich mindestens eine Stunde am Tag zu bewegen, finden sich nämlich in den südlichen Bundesländern Baden-Württemberg (33%), Bayern (31%), sowie Hessen, Rheinland-Pfalz und dem Saarland (jeweils 25%).

Die Bewegungsstudie der Techniker-Krankenkasse untersuchte auch das Sportpensum der Befragten, also den für Sport betriebenen Zeitaufwand (vgl. Abbildung 4). Dabei geben

<sup>6</sup>Ein ähnliches Ergebnis zeichnet auch die Studie von Nikitara u. a. 2021.



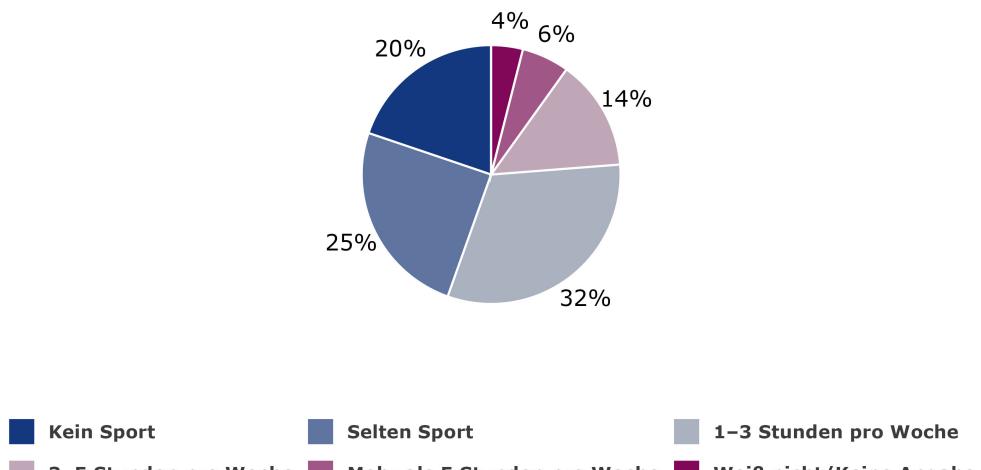
Quelle: Techniker Krankenkasse (2022).

**Abbildung 3:** Anteil der Befragten, die sich mehr als eine Stunde am Tag bewegen

20% der Befragten antworten, gar keinen Sport zu betreiben. Ein Viertel der Befragten treiben zwar Sport, allerdings im Umfang von weniger als einer Stunde pro Woche. Immerhin 32% aller Befragten treiben zwischen einer und drei Stunden Sport pro Woche und noch einmal 15% absolvieren ein wöchentliches Sportpensum zwischen 3 und 5 Stunden. Ein noch umfangreicheres Sportprogramm von mehr als 5 Stunden berichten 6 Prozent aller Befragten.<sup>7</sup>

Unter den sporttreibenden Befragten der Bewegungsstudie wurde weiterhin ermittelt, welche Sportarten am häufigsten betrieben werden. Dabei stellte sich das Radfahren (inklusive Mountainbiking) als bei weitem beliebteste Sportart heraus. Unter männlichen Sportlern fiel die Beliebtheit dabei mit 52% noch deutlich höher als unter weiblichen (41%) aus. Mit 26% liegt der Laufsport (inkl. Jogging, Marathon) auf Platz zwei der Beliebtheitsliste. Auch das Laufen ist unter Männern (32%) deutlich beliebter als unter Frauen (20%). Mit 25% nur knapp dahinter folgt Wandern (inkl. Nordic Walking) auf Platz drei der beliebtesten Sportarten. Wandern ist dabei unter weiblichen Befragten deutlich

<sup>7</sup>Nur 4% aller Befragten machten keine Angabe zum Sportpensum; aufgrund von Rundungsdifferenzen addieren sich die Anteile nicht zu 100%.



**Abbildung 4:** Typisches Sportpensum pro Woche in Deutschland 2022



**Abbildung 5:** Beliebteste Sportarten in Deutschland

beliebter als unter männlichen (30% gegenüber 21%). Mit etwas Abstand folgen auf den weiteren Plätzen Schwimmen (inkl. Tauchen und Aquafitness, 17%) und Fitnesstraining (17%), Gymnastik (inkl. Aerobic und Zumba, 14%), Entspannungssportarten (Yoga, Pilates und Quigong, 9%), Kraftsport (inkl. Bodybuilding, 7%) und Fußball (6%).

## 2.3 Motive für die Ausübung von Sport

### 2.3.1 Evidenz aus Befragungsstudien

Menschen können von Fall zu Fall ganz unterschiedliche Gründe dafür haben, Sport zu treiben. Um einen Eindruck davon zu gewinnen, aus welchen Motiven heraus Menschen in Deutschland Sport treiben, können wiederum Umfragedaten herangezogen werden.

In der bereits mehrfach zitierten Bewegungsstudie der Techniker Krankenkasse wurde auch erfragt, aus welchen Gründen die Befragten Sport treiben, wobei Mehrfachnennungen möglich waren. Über alle drei ausgewiesenen Altersklassen (18-39 Jahre, 40-59 Jahre, 60 Jahre und älter) hinweg stellte sich dabei das Motiv, etwas für die Gesundheit zu tun, als dominant heraus (vgl. Tabelle 1). In allen drei Altersklassen wird dieses Motiv mit mindestens 85% erwähnt. Sehr häufig wird zudem Spaß am Sport als Motiv genannt. Mindestens zwei Drittel jeder Altersklasse ist der Spaß am Sport wichtig. Und für mindestens 56% aller Altersklassen stellt Entspannung einen wichtigen Grund dafür dar, Sport zu treiben. Häufig genannt wird zudem der Effekt des Sports auf eine gute Figur und das Gesellschaftsmotiv. Mindestens 39% aller Sporttreibenden schätzen es, beim Sport Zeit mit anderen zu verbringen.

Motiv	18-39 Jahre	40-59 Jahre	60 Jahre und älter
Gesundheit	87 %	89 %	85 %
Spaß	73 %	80 %	66 %
Entspannung	62 %	68 %	56 %
Schöne Figur	48 %	43 %	21 %
Gesellschaft	42 %	40 %	39 %

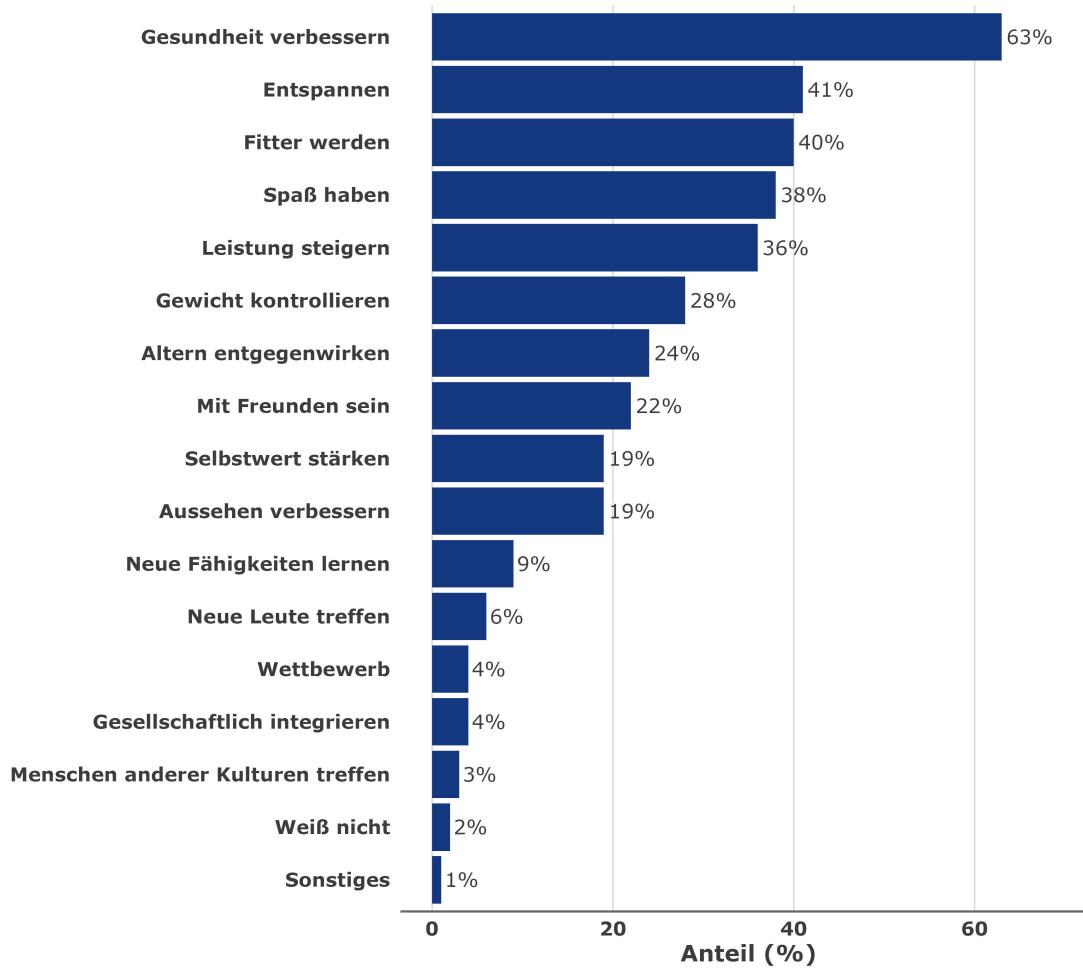
Quelle: Techniker Krankenkasse (2022).

**Tabelle 1:** Motive des Sporttreibens

Die ebenfalls bereits erwähnte Eurobarometer-Befragung liefert noch etwas detaillierte- re Ergebnisse zu den Motiven sportlicher Betätigung (vgl. Abbildung 6). Auch hier waren Mehrfachnennungen zulässig.

In Einklang mit der Bewegungsstudie nennen auch beim Eurobarometer die mit eini- gem Abstand meisten Sport treibenden Befragten, mit Hilfe des Sports die Gesundheit verbessern zu wollen (63%). In engem Zusammenhang mit der Gesundheit stehen zudem die Motive fitter zu werden (40%), das Gewicht zu kontrollieren (28%) und dem Altern

entgegenzuwirken (24%). Aber auch die Motive der Entspannung (41%) und des Spaß Habens (38%) stehen weit oben in der Hitliste der Nennungen. Beide Motive können unter dem Freizeitmotiv zusammengefasst werden. Häufig genannt werden aber auch soziale Motive. Ein erheblicher Prozentsatz der Antwortenden verbindet mit Sport das Treffen von Freunden (22%) und netten Leuten (6%), die Steigerung des Selbstwertes (19%), die gesellschaftliche Integration (4%) und das Treffen von Menschen anderer Kulturen (3%). Aber auch der Leistungsgedanke spielt im Zusammenhang mit Sport eine große Rolle. So haben 36% der Antwortenden den Wunsch, ihre Leistungen zu steigern. Daneben wünschen sich Sport treibende aber auch neue Fähigkeiten zu lernen (9%) oder üben Sport aus wettbewerblichen Gedanken heraus (4%).



Quelle: Special Eurobarometer 525 – Sport and Physical Activity (2022).

**Abbildung 6:** Motive des Sporttreibens in Deutschland 2022

### 2.3.2 Sport als Gesundheitsfaktor

Wie im vorangegangenen Abschnitt gezeigt, verbindet der weit überwiegende Teil der Sport treibenden Menschen hiermit den Wunsch, die eigene Gesundheit zu verbessern oder

zumindest zu erhalten. Tatsächlich ist körperliche Aktivität eine der zentralen Säulen der Gesundheitsförderung. Zahlreiche wissenschaftliche Studien belegen, dass regelmäßiger Sport nicht nur die körperliche Leistungsfähigkeit verbessert, sondern auch psychische Aspekte des Wohlbefindens positiv beeinflusst (hierzu z.B. Schüttoff, Pawlowski und Lechner 2021).

Sportliche Betätigung fördert die Funktion des Herz-Kreislauf-Systems, indem sie das Schlagvolumen des Herzens erhöht, die Durchblutung verbessert und den Blutdruck langfristig senken kann (Ketelhut 2015). Regelmäßige Ausdaueraktivitäten wie Laufen, Schwimmen oder Radfahren erhöhen zudem die aerobe Kapazität und verbessern die Sauerstoffaufnahme. Auch das muskuloskelettale System profitiert: Durch Krafttraining werden Muskelmasse und Knochendichte gesteigert, was insbesondere im Alter zur Vorbeugung von Osteoporose und Sarkopenie beiträgt (Scheel u. a. 2003). Sportliche Aktivität wirkt sich zudem positiv auf den Stoffwechsel aus, da sie die Insulinsensitivität verbessert und somit das Risiko für Typ-2-Diabetes reduziert (Blüher 2021).

Neben den oben beschriebenen physiologischen Wirkungen spielt der psychologische Nutzen von Sport eine bedeutende Rolle. Regelmäßige Bewegung führt zur Ausschüttung von Endorphinen und Serotonin, die stimmungsaufhellend wirken und Stress abbauen können. Verschiedenen Studien zeigen, dass körperliche Aktivität das Risiko für depressive Symptome und Angststörungen senken kann (Paluska und Schwenk 2012). Darüber hinaus fördert Sport das Selbstwertgefühl und die soziale Integration, insbesondere bei gemeinschaftlichen Sportarten (Eather u. a. 2023). Sport kann zudem auch zur Förderung der sozialen Entwicklung bei Jugendlichen und Erwachsenen führen und auf diesem Wege beispielsweise die Verringerung des Alkoholkonsum bewirken (Malm, Jakobsson und Isaksson 2019).

Aus gesundheitspolitischer Sicht ist Sport zudem ein zentrales Instrument der Primärprävention. Regelmäßige Bewegung kann das Risiko zahlreicher chronischer Erkrankungen – darunter Herz-Kreislauf-Erkrankungen, Adipositas, bestimmte Krebsarten und neurodegenerative Erkrankungen – signifikant senken. Laut der Weltgesundheitsorganisation (WHO) sollten Erwachsene mindestens 150 Minuten moderate oder 75 Minuten intensive körperliche Aktivität pro Woche absolvieren, um gesundheitliche Vorteile zu erzielen. Darüber hinaus gewinnt Sport in der Rehabilitation und Sekundärprävention an Bedeutung. Bewegungstherapie wird erfolgreich in der Nachbehandlung von Herzinfarkten, orthopädischen Verletzungen und psychischen Erkrankungen eingesetzt.

Sportliche Aktivität kann über eine verbesserte Gesundheit auch direkte Effekte auf die Arbeitskraft haben. So steht regelmäßige körperliche Aktivität und eine gute gesundheitliche Verfassung in einem engen Zusammenhang mit geringeren krankheitsbedingten Fehlzeiten, höherer Produktivität und verbesserter mentaler Belastbarkeit. Zahlreiche Studien zeigen, dass körperlich aktive Personen im Durchschnitt deutlich weniger Krankheitstage aufweisen. So berichten Pronk u. a. 2004, dass Beschäftigte mit guter kardiorespiratorischer Fitness bis zu 27% weniger krankheitsbedingte Fehlzeiten haben als Personen mit niedriger Fitness. Die Produktivität profitiert ebenfalls von besserer Gesundheit. Untersuchungen aus dem Bereich der Arbeitsmedizin zeigen, dass sportlich aktive Beschäftigte eine höhere Konzentrationsfähigkeit, eine schnellere Regeneration und insgesamt eine

gesteigerte Leistungsfähigkeit aufweisen. Hinzu kommt die mentale Belastbarkeit, die in modernen Arbeitswelten zunehmend entscheidend ist. Sport reduziert Stresshormone, verbessert die Stimmung und stärkt die psychische Widerstandsfähigkeit. In einer vielzierten longitudinalen Studie berichten Babyak u. a. 2000, dass regelmäßige körperliche Aktivität depressive Symptome langfristig stärker reduziert als medikamentöse Behandlung allein. Gleichzeitig zeigt Forschung aus der Gesundheitspsychologie, dass Bewegung ein wirksamer Schutzfaktor gegenüber arbeitsbezogenem Stress und Burn-out ist (Toker und Biron 2012).

### 2.3.3 Sport als Freizeitgestaltung

Gemäß der neuesten Zeitverwendungsstudie des Statistischen Bundesamtes aus dem Jahr 2022 verfügen die Deutschen durchschnittlich täglich über etwas mehr als 6 Stunden Freizeit am Tag. Diese Zeit wird vor allem mit Erholung, sozialen Interaktionen, Sport und Mediennutzung gefüllt (vgl. Abbildung 7).

Der größte Anteil der Freizeit entfällt auf das Fernsehen: Etwa zwei Stunden pro Tag widmen die Deutschen dem Fernsehen oder Streaming. Geselligkeit ist ebenfalls ein zentraler Bestandteil der Freizeit mit rund einer Stunde täglich, die für persönliche Treffen oder digitale Kommunikation verwendet wird. Auch kulturelle Aktivitäten, wie Lesen oder der Besuch von Veranstaltungen, nehmen etwa 50 Minuten pro Tag ein. Ein wachsender Anteil der Freizeit wird für digitale Mediennutzung verwendet (ca. 30 Minuten täglich), und rund 10 Minuten sind typischerweise dem Ausruhen gewidmet.

Sport hat in der Freizeitgestaltung der Deutschen an Bedeutung gewonnen – sowohl quantitativ als auch qualitativ. Laut den Ergebnissen der Zeitverwendungserhebung 2022 verbringen Menschen ab zehn Jahren im Durchschnitt 34 Minuten pro Tag mit sportlicher Aktivität. In der vorherigen Erhebung (ZVE 2012/2013) lag dieser Wert noch bei etwa 29 Minuten pro Tag, sodass eine Zunahme um ungefähr 5 Minuten pro Tag über einen Zeitraum von zehn Jahren dokumentiert ist. Dabei zeigt sich auch ein Geschlechtsgefälle: Männer betrieben zuletzt durchschnittlich rund 36 Minuten Sport pro Tag, Frauen etwa 32 Minuten. Trotz dieses Anstiegs bleibt Sport im Vergleich zu anderen Freizeitformen quantitativ eine geringere Rolle – er macht nur etwa ein Zehntel der täglichen Freizeit aus.



**Abbildung 7:** Aufteilung der Freizeit in Deutschland 2022

Die qualitative Entwicklung ist allerdings mindestens ebenso bemerkenswert: Sport wird zunehmend nicht mehr primär als Wettkampftätigkeit verstanden, sondern als Bestandteil eines bewussten und gesundheitsorientierten Lebensstils. Aktivitäten wie Joggen, Radfahren oder Fitnessstudio gewinnen ebenso an Bedeutung wie Freizeitbewegung im Freien. Zugleich wächst das Interesse an gemeinschaftlichen Sportformen – etwa Gruppen- oder Vereinssport –, wodurch Sport eine soziale Funktion und nicht nur eine körperliche erfüllt. In diesem Rahmen dient Sport dann vorrangig dem Ausgleich, der Erholung, Entspannung und der persönlichen Entfaltung. Freizeitsport ist von Freiwilligkeit und Selbstbestimmung geprägt. Menschen wählen frei, wann, wie und mit wem sie Sport treiben – sei es Joggen im Park, Schwimmen, Radfahren oder im Fitnessstudio.

### 2.3.4 Sport als Einkommensquelle

Die Möglichkeit, durch eigene sportliche Betätigung ein Einkommen zu erzielen, stellt ein zentrales Merkmal des professionellen Sports dar. Während sportliche Aktivität im Breitensport überwiegend dem Freizeit- und Gesundheitszweck dient (s.o.), bildet sie im Leistungssport die Grundlage einer beruflichen Existenz. Nur ein kleiner Teil der Sporttreibenden in Deutschland kann jedoch tatsächlich von der eigenen sportlichen

Leistung leben, daher taucht das Einkommensmotiv in Umfragestudien zu den Motiven der Sportausübung auch nur sehr selten auf. Die ökonomischen Strukturen des Sports sind komplex und stark von Faktoren wie medialer Aufmerksamkeit, Popularität der Sportart, sportlichem Erfolg und institutioneller Unterstützung abhängig (vgl. Breuer, Wicker u. a. 2018).

Eine der zentralen Einkommensquellen im professionellen Sport sind Gehaltszahlungen durch Vereine oder Verbände. In Mannschaftssportarten wie Fußball, Handball, Basketball oder auch Eishockey werden Athletinnen und Athleten vertraglich beschäftigt und erhalten ein festes Einkommen. Die Höhe dieser Vergütungen variiert stark in Abhängigkeit von der Liga, dem sportlichen Erfolg und der jeweiligen Vermarktungsstruktur. Während etwa in der Fußball-Bundesliga Jahresgehälter im sechs- bis siebenstelligen Bereich üblich sind, bewegen sich die Einkommen in anderen Ligen oder weniger populären Sportarten oft im unteren vierstelligen Bereich pro Monat. Studien zur Lebenssituation geförderter Spitzensportlerinnen und Spitzensportler zeigen, dass viele Athletinnen und Athleten trotz professioneller Strukturen nicht vollständig von ihren Einkünften aus dem Sport leben können. Eine Untersuchung der Stiftung Deutsche Sporthilfe ergab, dass das durchschnittliche Bruttojahreseinkommen geförderter Sportlerinnen und Sportler bei lediglich rund 18.680 Euro liegt (Breuer, Wicker u. a. 2018).

Neben festen Gehältern bilden Preisgelder aus Wettkämpfen eine wichtige, aber unregelmäßige Einkommensquelle. Besonders in Einzelsportarten wie Tennis, Golf, Leichtathletik, Radsport oder Kampfsport sind finanzielle Erträge häufig direkt an sportliche Erfolge geknüpft. Auf internationalem Spitzenniveau können erfolgreiche Athletinnen und Athleten erhebliche Summen erzielen, doch bereits auf mittleren Leistungsniveaus reicht die Höhe der Preisgelder selten aus, um den Lebensunterhalt zu sichern. Die hohe Leistungsdichte und die Abhängigkeit von Wettkampferfolgen führen dazu, dass nur ein kleiner Anteil der Aktiven dauerhaft vom Sport leben kann (vgl. Breuer und Hallmann 2022).

Ein drittes wesentliches Standbein der Einkommensgenerierung sind Sponsoring- und Werbeverträge. Unternehmen nutzen erfolgreiche Sportlerinnen und Sportler als Markenbotschafter, um von deren Image und öffentlicher Präsenz zu profitieren. Die Höhe der daraus erzielten Einnahmen hängt unmittelbar von der sportlichen Leistung, der Persönlichkeit und der medialen Sichtbarkeit der betreffenden Person ab. Während internationale Spitzensportlerinnen und -sportler oftmals erhebliche Summen durch Sponsoring und Werbung erzielen, bleiben diese Möglichkeiten für Athletinnen und Athleten in weniger populären Sportarten meist begrenzt (vgl. Breuer, Wicker u. a. 2018).

Neben marktwirtschaftlich generierten Einnahmen existieren in Deutschland verschiedene Formen staatlicher Förderung, die insbesondere Leistungssportlerinnen und -sportlern in nicht-kommerzialisierten Disziplinen zugutekommen. Hierzu zählen Programme der Stiftung Deutsche Sporthilfe, der Bundeswehr- und Polizeisportfördergruppen sowie verschiedener Landes- und Verbandsinitiativen. Diese Unterstützungsleistungen dienen in erster Linie der Sicherung der Trainings- und Wettkampfbedingungen und sollen ermöglichen, sich über einen längeren Zeitraum hinweg auf sportliche Spitzenleistungen zu konzentrieren. Sie stellen jedoch in den meisten Fällen lediglich ein Ergänzungseinkom-

men dar und ersetzen keine langfristige Existenzgrundlage (Breuer und Hallmann 2022).

Mit der zunehmenden Bedeutung digitaler Kommunikationskanäle haben sich zudem neue Möglichkeiten der Einkommensgenerierung entwickelt. Über soziale Medien können Sportlerinnen und Sportler durch Kooperationen mit Marken, durch Produktplatzierungen oder durch den Verkauf eigener Trainingsprogramme zusätzliche Einnahmen erzielen. Diese Form der digitalen Selbstvermarktung eröffnet auch semiprofessionellen Athletinnen und Athleten neue Perspektiven, setzt jedoch eine aktive Medienpräsenz und hohe Reichweite voraus.

Insgesamt lässt sich feststellen, dass die direkte Einkommensgenerierung durch sportliche Leistung in Deutschland nur einer begrenzten Zahl von Personen möglich ist. Die Haupteinnahmequellen bestehen aus Gehältern, Preisgeldern, Sponsoringverträgen, Förderprogrammen und in zunehmendem Maße digitalen Erlösmodellen. Die große Mehrheit der Leistungssportlerinnen und -sportler ist weiterhin auf zusätzliche Erwerbstätigkeiten oder staatliche Unterstützung angewiesen. Die wirtschaftliche Situation im Spitzensport bleibt damit stark von sportlichem Erfolg, medialer Aufmerksamkeit und institutioneller Förderung abhängig. Diese Faktoren machen den Leistungssport zu einem Tätigkeitsfeld, das einerseits von hohem gesellschaftlichem Prestige geprägt ist, andererseits aber für viele Athletinnen und Athleten eine prekäre ökonomische Basis aufweist (vgl. Breuer, Wicker u. a. 2018 und Breuer und Hallmann 2022).

### 2.3.5 Sport als Instrument der sozialen Integration

Sport stellt weiterhin auch ein Instrument der sozialen Integration dar. Unter sozialer Integration wird dabei die Einbindung von Individuen in soziale Strukturen, Gemeinschaften und Netzwerke verstanden – ein Prozess, der durch Sport in vielfältiger Weise gefördert wird. In einer zunehmend pluralistischen Gesellschaft wird Sport daher immer häufiger als ein nützliches Instrument betrachtet, um Integrationsprozesse zu fördern (Becker und Häring 2012).

Im gemeinschaftlichen Sporttreiben entstehen soziale Kontakte und Zugehörigkeitsgefühle, die über den sportlichen Kontext hinaus wirken. Ob in Vereinen, Sportkursen oder informellen Gruppen – Sport bietet niedrigschwellige Möglichkeiten, mit anderen Menschen in Kontakt zu treten und gemeinsame Erlebnisse zu teilen. Diese gemeinsamen Erfahrungen fördern gegenseitiges Vertrauen, Teamgeist und soziale Unterstützung, die zentrale Grundlagen gesellschaftlicher Integration darstellen.

Besonders deutlich zeigt sich diese Funktion im Vereinssport, der in Deutschland eine lange Tradition hat. Rund ein Drittel der Bevölkerung ist Mitglied in einem Sportverein (Deutscher Olympischer Sportbund 2025). Diese Vereine schaffen soziale Räume, in denen Menschen unabhängig von Alter, Geschlecht, Herkunft oder sozialem Status aufeinandertreffen. Durch regelmäßige gemeinsame Aktivitäten entsteht ein Gefühl der sozialen Zugehörigkeit, das Identität und gesellschaftlichen Zusammenhalt stärkt.

Auch im Kontext von Migration und Inklusion spielt Sport eine zentrale Rolle (Doidge,

Keech und Sandri 2020; Flesner, Korp und Lindgren 2021). Zahlreiche Programme und Initiativen nutzen Sport gezielt, um Menschen mit Migrationsgeschichte, Geflüchtete oder sozial Benachteiligte in lokale Gemeinschaften einzubinden. Sport kann dabei sprachliche und kulturelle Barrieren überwinden, weil Kommunikation häufig nonverbal und über gemeinsame Bewegungserlebnisse erfolgt. Gerade Team- und Gruppensportarten wie Fußball, Volleyball oder Tanz fördern so den interkulturellen Austausch und die gegenseitige Akzeptanz.

Darüber hinaus trägt Sport auch auf individueller Ebene zur Integration bei, indem er soziale Kompetenzen und Selbstwirksamkeitserfahrungen stärkt. Gemeinsame sportliche Erfolge, gegenseitige Unterstützung oder das Erleben fairer Konkurrenz können das Selbstwertgefühl und das Vertrauen in die eigene soziale Handlungsfähigkeit fördern.

Im gesellschaftlichen Kontext kommt Sport damit eine Doppelfunktion zu: Einerseits wirkt er als Integrationsmotor, der Menschen über gemeinsame Erlebnisse verbindet; andererseits stärkt er den sozialen Zusammenhalt und trägt dazu bei, gesellschaftliche Spaltungen zu überwinden. Diese integrative Wirkung ist insbesondere in Zeiten wachsender sozialer und kultureller Diversität von zentraler Bedeutung.

### 2.3.6 Sport als Faktor der Lebenszufriedenheit

Häufig wird Sport auch als wichtiger Faktor zur Steigerung der Lebenszufriedenheit insgesamt gesehen. Unter Lebenszufriedenheit versteht man dabei die persönliche Einschätzung, wie zufrieden man insgesamt mit seinem Leben ist. Sie beschreibt, „in welchem Maße eine Person ihr Leben insgesamt positiv bewertet“ (Diener u. a. 1985). Anders als kurzfristige Gefühle oder Stimmungen ist Lebenszufriedenheit eine bewusste, überlegte Bewertung des eigenen Lebens. Dabei vergleichen Menschen, was sie sich vom Leben wünschen, mit dem, was sie tatsächlich erreicht oder erlebt haben (Veenhoven 1996).

Lebenszufriedenheit gilt als wichtiger Bestandteil des subjektiven Wohlbefindens. Dazu gehören neben positiven Emotionen auch langfristige Bewertungen des eigenen Lebens in Bereichen wie Gesundheit, Familie, Freundschaften, Arbeit, Freizeit und finanzielle Sicherheit. Sie gibt somit Aufschluss darüber, wie Menschen die Qualität ihres Lebens insgesamt wahrnehmen. Gemessen wird Lebenszufriedenheit meist durch Befragungen, in denen Menschen ihre Einschätzung selbst angeben. Sie wird oft in groß angelegten Bevölkerungsstudien wie dem Sozioökonomischen Panel (SOEP) ermittelt und in der Forschung verwendet.

Zahlreiche empirische Studien haben belegt, dass gesündere Menschen im Durchschnitt auch eine höhere Lebenszufriedenheit berichten. Da, wie weiter oben dargestellt, Sport im Allgemeinen einen positiven Effekt auf die Gesundheit ausübt, wirkt sich Sport damit auch indirekt positiv auf die Lebenszufriedenheit aus (vgl. hierzu z.B. die empirischen Untersuchungen von Dolan, Kavetsos und Vlaev 2014 und Pawlowski, Downward und Rasciute 2011). Auch eine stärkere soziale Integration führt dazu, dass Menschen im Durchschnitt höhere Lebenszufriedenheit berichten. Da Sport, wie ebenfalls weiter oben diskutiert, die soziale Integration tendenziell fördert, führt sportliche Aktivität auch

auf diesem indirekten Weg zu einer höheren Lebenszufriedenheit (Downward und Rasciute 2011; Frey und Gullo 2021).

Zahlreiche Studien untersuchen den direkten Zusammenhang zwischen Sportausübung und Lebenszufriedenheit und finden einen positiven Zusammenhang zwischen Sportausübung und Lebenszufriedenheit. Allerdings leiden viele dieser Studien daran, dass die Kausalrichtung unklar bleibt. So ist sowohl denkbar, dass die Ausübung von Sport zufriedener macht als auch dass zufriedenere Menschen häufiger Sport treiben. Eine neuere Untersuchung von Frey und Gullo (2021) zeigt, dass es tatsächlich beide Effekte gibt, der erstere allerdings sehr viel stärker ist.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass es als gesichert gelten kann, dass die Ausübung von Sport sowohl einen positiven indirekten Effekt auf die Lebenszufriedenheit hat (z.B. über Gesundheit und soziale Integration) als auch einen direkten positiven Einfluss. Empirische Studien haben zudem auch gezeigt, dass auch die passive Teilnahme an Sportveranstaltungen als Zuschauer einen positiven Einfluss auf die Lebenszufriedenheit ausüben kann (Inoue u. a. 2019).

## 2.4 Sport als Wirtschaftsfaktor

Auch wenn die weit überwiegende Mehrheit der Menschen Sport aus nicht kommerziellen Zwecken betreibt, stellt der Sport dennoch einen wichtigen Wirtschaftsfaktor dar. Um die wirtschaftliche Bedeutung einer Branche deutlich zu machen wird üblicherweise auf die amtliche Statistik zurückgegriffen, hier die volkswirtschaftliche Gesamtrechnung. Allerdings stellt die Sportbranche in der amtlichen Statistik, anders als andere Wirtschaftsbereiche, keinen eigenen Wirtschaftsbereich dar; ganz im Gegenteil verteilen sich die Akteure der Sportwirtschaft auf gleich eine ganze Reihe anderer Wirtschaftszweige. In der amtlichen Statistik ist die Sportwirtschaft daher zumindest auf den ersten Blick unsichtbar. Um dieses Problem zu beheben, wurde das sog. „Sportsatellitenkonto“ entwickelt, welches zumindest auf Bundesebene die wirtschaftliche Bedeutung des Sports sichtbar machen soll. Die hierfür benötigten Daten gibt es allerdings nicht auf Bundesländerebene, so dass für Hamburg kein Sportsatellitenkonto existiert, welches die lokale wirtschaftliche Bedeutung der Sportwirtschaft sichtbar machen würde. Diese Lücke so weit als möglich zu schließen ist ein zentrales Anliegen der vorliegenden Studie (vgl. hierzu insbes. Kapitel 4 dieses Berichts).

Die Bedeutung des Sports als Wirtschaftsfaktor liegt also in seinem Beitrag zum Bruttoinlandsprodukt. Die Beiträge des Sports zum Bruttoinlandsprodukt lassen sich grob in drei Typen von Effekten unterteilen: die sog. „direkten“, die „indirekten“ und die „induzierten“ Effekte. Was sich hierhinter verbirgt, lässt sich anhand der sog. „Vilnius Definition“ des Sports erläutern. Diese Definition wurde von der Europäischen Union festgelegt, um eine EU-weite Vergleichbarkeit der Sportbranche zu gewährleisten (Cotterell und Vöpel 2020). Gemäß der Vilnius-Definition unterscheidet man zwischen einer Kerndefinition des Sports, einer engen Abgrenzung und einer weiten Abgrenzung.

Die (statistische) Kerndefinition des Sports umfasst diejenigen Aktivitäten, die unmittelbar mit der Sportausübung oder der Organisation der Sportausübung verbunden sind. Dies schließt vor allem die folgenden Berufe, Organisationen und Aktivitäten ein:

- Sportvereine und -verbände, die Training, Wettkämpfe und Veranstaltungen organisieren,
- professionelle Sportclubs und Ligen,
- Fitnessstudios, Sport- und Freizeiteinrichtungen,
- Sportveranstalter und -organisatoren,
- sowie Personen, die direkt im Sport tätig sind – etwa Trainer, Schiedsrichter, Athletinnen und Athleten.

Der primäre wirtschaftliche Wert des Sports entsteht durch Wertschöpfung in genau diesem Kernbereich. So erwirtschaften Vereine Mitgliedsbeiträge und Teilnahmegebühren ihrer Mitglieder, Sportveranstalter erzielen Eintrittsgelder von Zuschauern. Profisportler, aber auch Trainer und Sportmanager erwirtschaften durch ihre Tätigkeiten Einkommen. Und auch der Umsatz von Sportstätten und Fitnesszentren trägt zum Bruttoinlandsprodukt bei. Die Summe dieser Effekte bezeichnet man auch als die „direkten“ wirtschaftlichen Effekte des Sports.

Die sog. „enge“ Definition der Sportwirtschaft zieht den Kreis der Sportwirtschaft etwas weiter und umfasst zusätzlich zu der Kerndefinition alle Waren und Dienstleistungen mit einem Bezug zum Sport auf vorgelagerten Märkten. Gemeint sind hier also diejenigen Güter und Dienstleistungen die zur Ausübung des Sports notwendig sind. Gemäß dieser Definition gehören zum Beispiel auch die Wertschöpfung durch die Herstellung von Sportgeräten, den Handel mit Sportwaren oder die Sportwerbung zum wirtschaftlichen Beitrag des Sports. Die durch die auf vorgelagerten Stufen des Kernbereichs erbrachte Wertschöpfung zählt zu den sog. „indirekten“ Effekten des Sports.

Gemäß der sog. „weiten Definition“ zählen auch alle Waren und Dienstleistungen mit einem Bezug zum Sport auf nachgelagerten Märkten zur Sportwirtschaft. Diese sind selbst nicht zur Ausübung des Sportes notwendig. Der Sport geht hier aber als notwendige Vorleistung in die Wertschöpfung ein. Ein Beispiel ist hier der Sporttourismus, zu dem sowohl die Reisen von Sportlern als auch von Zuschauern zu auswärtigen Sportveranstaltungen zählen (Standeven 1997). Andere Beispiele sind die Berichterstattung in Sportmedien oder die Produktion und der Vertrieb spezifischer Sportnahrungsmittel. Auch die Wertschöpfung der dem Kernbereich des Sports nachgelagerten Unternehmen zählt zu den „indirekten“ Effekten des Sports.

Von den direkten und den indirekten wirtschaftlichen Effekten des Sports werden außerdem noch die sog. „induzierten“ Effekte unterschieden. Diese entstehen durch die Verausgabung derjenigen Einkommen, die aus direkten und indirekten Sportaktivitäten entstehen. Immer dann, wenn Beschäftigte im Sportsektor oder in vor- und nachgelagerten Unternehmen ihr Einkommen zumindest teilweise für Konsum verwenden, hat dies weitere wirtschaftliche Effekte. So geben Angestellte eines Sportvereins ihr Gehalt teilweise für Wohnen, Lebensmittel, Freizeit oder Reisen aus. Diese Ausgaben steigern wiederum die Nachfrage in anderen Wirtschaftsbereichen. Diese „induzierten“ Effekte verdeutlichen den

multiplikativen Charakter der Sportwirtschaft: Jeder Euro, der im Sportsektor verdient wird, kann durch Folgeeffekte zusätzliche Wertschöpfung in der Gesamtwirtschaft erzeugen.

Eine Abschätzung der Höhe der direkten, indirekten und der induzierten Effekte der Sportwirtschaft für Hamburg findet sich Kapitel 4 dieses Berichts.





### 3. Sport und Sportinfrastruktur in Hamburg

Wie die vorangegangenen Ausführungen gezeigt haben, ist es für eine Region in vielerlei Hinsicht gut, wenn die Bevölkerung regelmäßig Sport treibt. Sport hat nicht nur einen gesundheitsfördernden Effekt (und trägt damit quasi nebenbei zu geringeren Kosten des Gesundheitssystems bei), Sport wirkt auch sozial integrierend und hilft Menschen aus unterschiedlichsten Gesellschaftsschichten und verschiedenster Herkunft zusammen zu bringen und neue Freundschaften zu schließen. Zudem stärkt Sport den Selbstwert und liefert Zerstreuung und Entspannung und trägt auch so zu einer höheren Lebenszufriedenheit der Bürger bei.

Diese Vorteile anerkennend hat die Freie und Hansestadt Hamburg mit der „Active City Hamburg“ eine Strategie entwickelt, die das Ziel hat, Sport und Bewegung für alle Menschen in der Stadt zugänglich zu machen. Seit dem Start des Programms verfolgt Hamburg die Vision, eine Stadt zu sein, in der Bewegung selbstverständlich zum Alltag gehört – unabhängig von Alter, Herkunft oder sportlicher Erfahrung.

Unter dem Motto „Mehr Bewegung für alle“ werden Projekte, Veranstaltungen und Kooperationen gefördert, die die Hamburgerinnen und Hamburger zu einem aktiveren Lebensstil motivieren. Dabei geht es nicht nur um Leistungssport, sondern vor allem um Freude an Bewegung, Gesundheit und Gemeinschaft.

Dabei verfolgt die Active City die folgenden Ziele:

- Förderung eines gesunden, aktiven Lebensstils in der Bevölkerung
- Unterstützung von Sportvereinen und Bewegungsinitiativen
- Schaffung und Erhaltung öffentlicher Bewegungsräume und Sportstätten
- Verbindung von Sport, Stadtentwicklung und sozialem Zusammenhalt
- Nutzung digitaler Angebote zur Motivation und Vernetzung

Zu den bekanntesten Formaten gehören der Active City Day und der Active City

Summer. Dabei werden in Parks, auf öffentlichen Plätzen und in Sportanlagen zahlreiche kostenlose Mitmachaktionen angeboten – von Yoga und Zumba bis zu Beachvolleyball oder Lauftreffs. Außerdem stellt die Stadt über digitale Plattformen und eine App Informationen zu Bewegungsorten, Kursen und Vereinen bereit.

Im Folgenden gibt die Studie einen Überblick über wichtige Entwicklungen innerhalb des Sports in Hamburg.<sup>1</sup> Hierzu wird zunächst die Bedeutung und Entwicklung des Hobbysports, des Breitensports und des Leistungs-/Spitzensports beleuchtet. Im Anschluss wird ein Überblick über die Sportstätten und deren Entwicklung gegeben, sind diese doch eine elementare Voraussetzung für viele sportliche Aktivitäten.

## 3.1 Hobbysport

Hobbysport bezeichnet sportliche Aktivitäten, die rein privat betrieben werden. Hobbysportler sind also nicht in Vereinen organisiert. Man trainiert, wann und wie man möchte, ohne feste Wettkämpfe oder Trainingspläne. Beispiele für typischen Hobbysport sind der Besuch eines Fitnessstudios, Joggen im Park, Yoga zu Hause oder Freizeitfußball mit Freunden.

Aufgrund der Tatsache, dass Hobbysport komplett privat ausgeübt wird, gibt es über diese Aktivitäten auch so gut wie keine systematischen Informationen. Der Umfang des Hobbysports in Hamburg kann somit nur über Plausibilitätsrechnungen abgeschätzt werden.

Die Weltgesundheitsorganisation (WHO) empfiehlt Erwachsenen, sich wöchentlich mindestens 150 Minuten körperlicher Aktivität mit moderater Intensität oder 75 Minuten mit hoher Intensität zu widmen. Für Kinder und Jugendliche gilt die Empfehlung, täglich mindestens 60 Minuten körperlich aktiv zu sein. Laut dem Zweiten Hamburger Bewegungsbericht haben im Jahr 2024 ca. 62% aller Hamburger diese Empfehlung erfüllt (Freie und Hansestadt Hamburg/Universität Hamburg 2025). Bei einer Bevölkerung von 1.862.565 Personen (Stand: 2024) entspricht dies ca. 1.155.000 sportlich Aktiven. Laut dem ersten Hamburger Bewegungsbericht sind ca. 25% aller volljährigen Hamburger in einem Sportverein (Freie und Hansestadt Hamburg/Universität Hamburg 2022). Bei Kindern und Jugendlichen trifft dies auf immerhin 42% zu. Somit kann für Hamburg mit ca. 520.000 Mitgliedern von Sportvereinen gerechnet werden (davon ca. 380.000 Volljährige und ca. 140.000 Kinder und Jugendliche). Diese Schätzung passt in der Dimension zu der vom Hamburger Sportbund gemeldeten Zahl von 582.930 Vereinsmitgliedern (Behörde für Inneres und Sport 2025), da letztere auch mehrfache Mitgliedschaften enthält. Allerdings sind nicht alle Mitglieder von Sportvereinen auch als Sportler aktiv. Gemäß des Sportentwicklungsberichts 2020-2022 geben 89% aller Sportvereinsmitglieder an, aktive Sportler zu sein (Bundesinstitut für Sportwissenschaft 2022). Demnach sind von den 520.000 Mitgliedern in Hamburger Sportvereinen ca. 463.000 aktiv. Subtrahiert man

<sup>1</sup>Die Studie hat hier nicht den Anspruch, den Sport in Hamburg vollständig abzubilden. Hierzu wird auf den Hamburger Sportbericht verwiesen, der zum Zeitpunkt der Veröffentlichung für das Jahr 2024 vorliegt (Behörde für Inneres und Sport 2025).

diese Zahl von den insgesamt in Hamburg sportlich aktiven, so erhält man eine Schätzung von ca. 692.000 reinen Hobbysportlern in Hamburg.

Ein erheblicher Teil des Hobbysports entfällt auf den Besuch von Fitnessstudios. Laut Angaben des Arbeitgeberverbandes deutscher Fitness- und Gesundheits-Anlagen (DSSV), waren zu Beginn des Jahres 2024 etwa 324.000 Hamburgerinnen und Hamburger in kommerziellen Fitness- oder Gesundheitseinrichtungen angemeldet, was einem Anteil von immerhin 17% der Hamburger Bevölkerung entspricht (Freie und Hansestadt Hamburg/Universität Hamburg 2025).

## 3.2 Breitensport

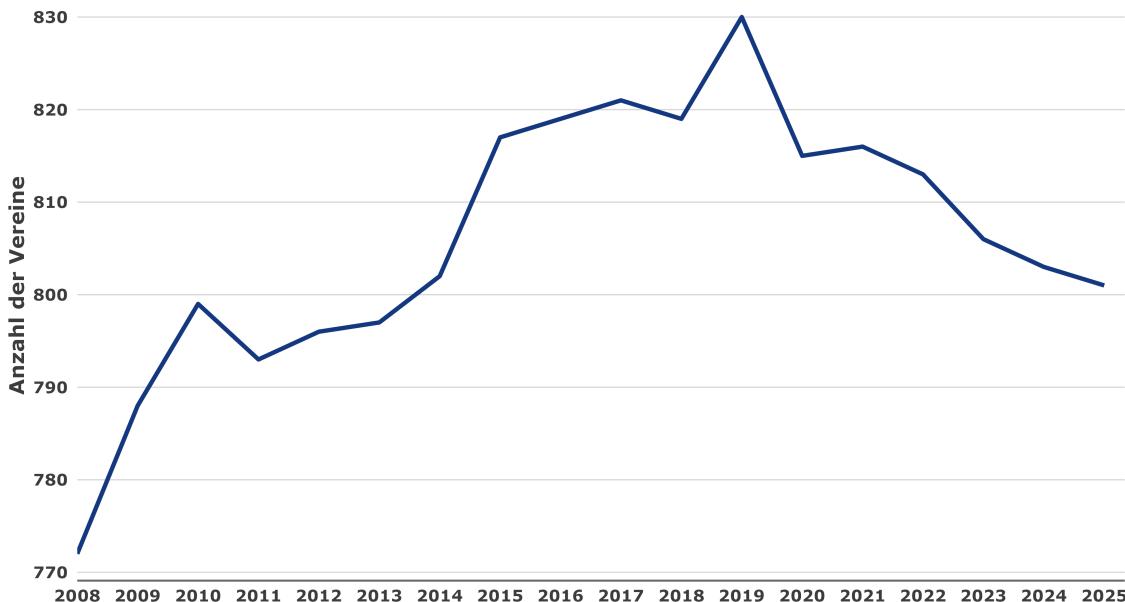
Der Breitensport unterscheidet sich vom Hobbysport dadurch, dass er organisiert ist; er findet meist in Vereinen oder Gruppen statt. Breitensport beinhaltet oft auch Wettkämpfe oder Turniere, allerdings ohne den Leistungsdruck des Leistungs- und Profisports. Allerdings ist die Abgrenzung des Breitensports zum Leistungssport in der Praxis nicht immer ganz einfach.<sup>2</sup>

Für den Breitensport ist das Vereinswesen nahezu unverzichtbar und bildet die wesentliche organisatorische Grundlage dafür, dass Sport als Alltagserlebnis für große Teile der Gesellschaft möglich wird. Sportvereine schaffen Räume, in denen Menschen jeden Alters, jeder Herkunft und jedes Leistungsniveaus gemeinsam aktiv sein können: Sei es in der Freizeitrunde, im Gesundheitstraining oder im Hobbywettkampf. Durch Vereinsangebote wird Sport zugänglich – nicht nur für wenige, sondern für viele. Ein wesentlicher Beitrag liegt darin, dass Vereine strukturierte Trainings, Kurse und Freizeitangebote bereitstellen, Sportstätten betreiben oder vermitteln und durch Mitgliedschaften eine verbindliche Basis schaffen. Gleichzeitig sind sie wesentlich günstiger und inklusiver als viele kommerzielle Anbieter – was ihre gesellschaftliche Bedeutung unterstreicht. Darüber hinaus erfüllen Sportvereine eine tiefgreifende gesellschaftliche Funktion. Sie wirken als Treffpunkte, fördern Gemeinschaft, Begegnung und sozialen Zusammenhalt.

Wegen seines hohen Organisationsgrades ist der Breitensport zahlenmäßig auch sehr viel einfacher fassbar als der Hobbysport. Ein Indikator für die Bedeutung des Breitensports ist die Zahl der existierenden Sportvereine. Seit 1982 hat die Zahl der Hamburger Sportvereine deutlich zugenommen. Betrug die Zahl in diesem Jahr noch 595, hatte sie bereits bis 1992 auf 717 kräftig zugenommen. Über die nächste Dekade wuchs die Zahl weiter auf 770. Seit 2002 war die Zahl der Vereine dann allerdings nur noch recht geringen Schwankungen unterworfen. Abbildung 8 zeigt die Entwicklung über den Zeitraum von

<sup>2</sup> So zählen z.B. die unteren Spielklassen des Fußballs (von der Kreisliga bis hin zur Landesliga) eindeutig zum Breitensport. Ab der Oberliga aufwärts zählt Fußball zum Leistungs- bzw. Profisport. In den unteren Klassen spielen Sportlerinnen und Sportler in der Regel ehrenamtlich oder rein hobbymäßig, meist ohne Bezahlung oder nur mit geringen Aufwandsentschädigungen. Ab der Oberliga tritt der Fußball in den semiprofessionellen Bereich über. Für Spieler in der Oberliga ist der Fußball-Einsatz meist kein Vollzeitjob mit hohem Einkommen, sondern eher eine Teilzeit- oder Zusatzbeschäftigung mit geringem bis moderatem Einkommen. Die Bandbreite reicht vom Symbol- oder Aufwandsentschädigungs-Status bis hin zu niedrig vierstelligen Monatsbeträgen für Spitzenspieler.

2008 bis 2025 in jährlichen Werten. Bis zum Jahr 2019 nahm die Zahl der Sportvereine trendmäßig noch einmal leicht zu und wuchs von 770 auf 830. Seit dem Beginn der Covid-19-Pandemie im Jahr 2019 ist die Vereinsanzahl rückläufig und liegt im Jahr 2025 bei knapp 800, also nur geringfügig höher als noch im Jahr 2002.



Quelle: HSB-Mitgliederstatistik (2025).

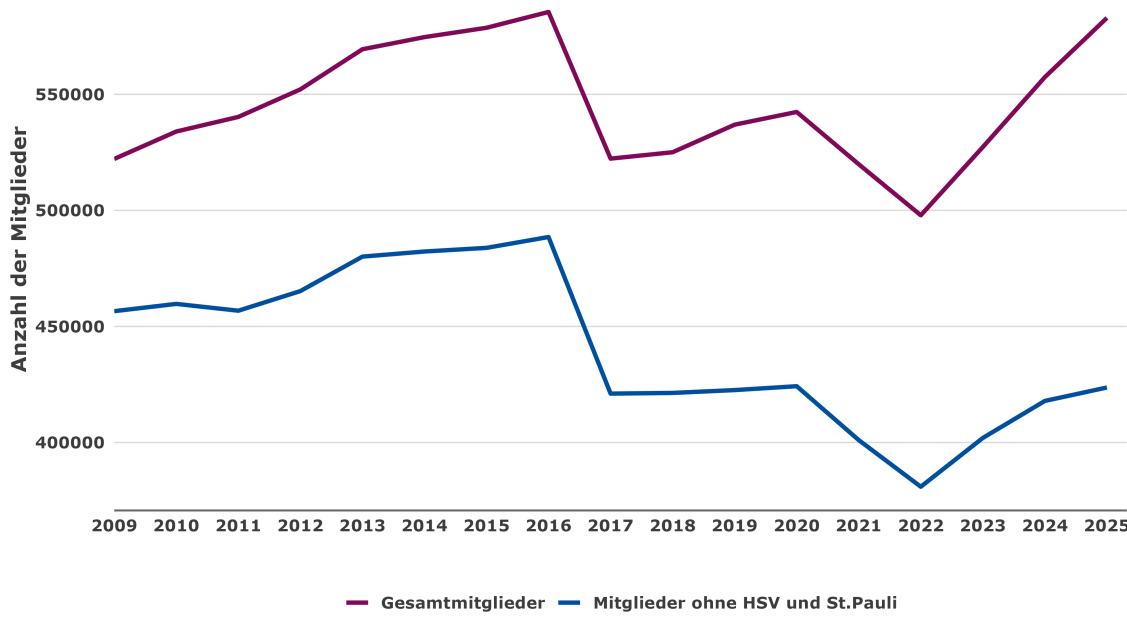
**Abbildung 8:** Entwicklung der Anzahl Sportvereine in Hamburg

Wenn man die Entwicklung des Breitensports beschreiben möchte, ist die Zahl der Vereinsmitglieder vermutlich noch aussagekräftiger als die Zahl der Sportvereine. Der Hamburger Sportbund führt eine jährliche Statistik über die Zahl der Mitglieder der ihm angeschlossenen Vereine. Dabei ist zu beachten, dass die den Hamburger Mitgliedsverbänden angeschlossenen Vereine nicht immer auch aus dem Stadtgebiet Hamburgs stammen.<sup>3</sup> Zudem ist zu berücksichtigen, dass die Vereinsmitglieder nicht notwendigerweise auch in Hamburg leben müssen.

Im Jahr 2002 betrug die Zahl der Vereinsmitglieder ca. 491.000. Bis 2007 war sie auf knapp über eine halbe Million angestiegen. Abbildung 9 zeigt die Entwicklung der dem Hamburger Sportbund angeschlossenen Vereinsmitglieder über den Zeitraum von 2009 bis 2025 in jährlicher Frequenz, wobei jeweils die Zahlen zum Jahresbeginn ausgewiesen werden. Bis zum Jahr 2016 zeigt sich ein durchgehender Anstieg auf ca. 585.000 Mitglieder. Im Jahr 2017 erfolgte ein Einbruch, der allerdings durch den Austritt eines einzigen,

<sup>3</sup> So umfasst z.B. der Hamburger Fußball-Verband (HFV) nicht nur das Gebiet der Freien und Hansestadt Hamburg, sondern auch einige angrenzende Gemeinden in Schleswig-Holstein, die historisch und organisatorisch eng mit dem Hamburger Fußball verbunden sind. Zum Verbandsgebiet des HFV gehören insbesondere Gemeinden aus dem südlichen Schleswig-Holstein, vor allem aus den Kreisen Stormarn, Herzogtum Lauenburg und Pinneberg.

allerdings sehr mitgliederstarken Vereins aus dem Hamburger Sportbund zu erklären ist.<sup>4</sup> In den Pandemiejahren 2020 und 2021 brach die Mitgliederzahl deutlich ein. Seit 2022 nimmt die Mitgliederzahl wieder deutlich zu und erreichte im Jahr 2025 mit ca. 583.000 Mitgliedern beinahe einen neuen Rekordwert.



**Abbildung 9:** Mitgliederentwicklung dem Hamburger Sportbund angeschlossenen Vereine (2009 bis 2025)

Quelle: HSB-Mitgliederstatistik (2025).

Bei der Analyse der Mitgliederentwicklung ist allerdings eine Besonderheit zu beachten. Die beiden mitgliederstärksten Sportvereine Hamburgs sind der Hamburger Sport-Verein (HSV) und der FC St. Pauli (vgl. hierzu auch Abbildung 11). Beide Vereine decken eine Vielzahl von Sportarten ab, verfügen jedoch auch über ausgesprochen erfolgreiche Fußballabteilungen. So spielen in der Saison 2025/2026 die Herrenmannschaften beider Clubs in der ersten Fußball-Bundesliga und auch die Damenmannschaft des Hamburger Sport-Vereins spielt in der höchsten Spielklasse. Da die deutsche Fußball-Fankultur oft beinhaltet, auch dann Mitglied des Lieblingsvereins zu werden, wenn man dort nicht

<sup>4</sup>Der Hamburger Sportspaß e. V. ist ein großer Breiten- und Freizeitsportverein mit zwischenzeitlich mehr als 60.000 Mitgliedern, der 1977 gegründet wurde. Sein Konzept setzt auf offenen, gesundheitsorientierten Sport ohne Wettkampfcharakter. Mitglieder zahlen einen monatlichen Beitrag und können damit flexibel an vielen Kursen und Trainings teilnehmen – von Fitness über Yoga bis zu Tanz und Ballsport. Ziel ist es, Bewegung für alle Altersgruppen leicht zugänglich zu machen und Gemeinschaft, Spaß und Gesundheit in den Vordergrund zu stellen. Der Verein trat Ende 2016 aus dem Hamburger Sportbund (HSB) aus, weil er sich vom Dachverband finanziell benachteiligt und unzureichend vertreten fühlte. Sportspaß zahlte jährlich hohe Beiträge (rund 224.000 €) an den HSB, erhielt aber deutlich weniger Fördergelder zurück. Zudem kritisierte der Verein, dass die Förderrichtlinien und Leistungen des Verbandes vor allem kleineren und wettkampforientierten Vereinen zugutekämen, während große Breitensportvereine wie Sportspaß kaum profitierten.

gespielt hat und möglicherweise nicht einmal in der Nähe wohnt, verfügen beide Vereine über eine sehr große Zahl an passiven und oft auch auswärtigen Mitgliedern. Diese tragen mit ihren Beiträgen zur Wirtschaftskraft des Vereins bei, treiben allerdings selbst keinen Sport. Sie sind vor allem deswegen Mitglied, weil eine Mitgliedschaft es ermöglicht, die eigene Verbundenheit auszudrücken und Teil der Fangemeinschaft zu sein. Gerade Fußballvereine schaffen emotionale Bindungen, die über das Spielfeld hinausgehen. Menschen identifizieren sich mit den Farben, der Geschichte und der Atmosphäre rund um ihren Verein. Die Mitgliedschaft wird hier zu einem Ausdruck von Loyalität und Zugehörigkeit.

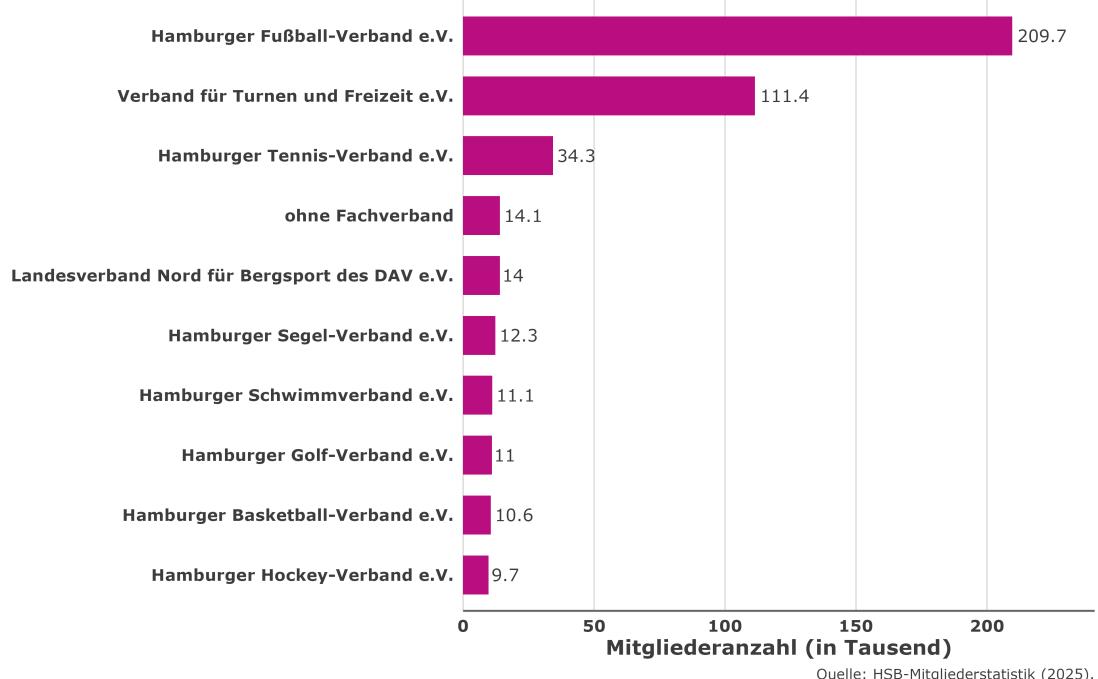
Soll die Mitgliederanzahl von Sportvereinen als Indikator für die Wirtschaftskraft derselben herangezogen werden, so sind passive Mitglieder und insbesondere auch reine Fußballfans sinnvollerweise mitzuberücksichtigen (vgl. die rote Linie in Abbildung 9). Geht es allerdings um die Beantwortung der Frage, wieviele Menschen in Hamburg organisierten Sport treiben, so verfälschen die zahlreichen passiven Mitglieder des Hamburger Sport-Vereins und des FC St. Pauli die Entwicklung. So fällt der Anstieg der Mitgliederzahlen Hamburger Sportvereine seit 2022 verhaltener aus, wenn die Mitglieder der beiden größten Sportvereine aus den Mitgliederzahlen herausgerechnet werden (siehe hierzu die blaue Linie in Abbildung 9). Hier zeigen die Zahlen an, dass zu Beginn des Jahres 2025 die Mitgliederanzahl wieder auf das vor-Covid-19-Niveau angestiegen ist, was aber dennoch eine positive Entwicklung darstellt.

Abbildung 10 gibt einen Überblick über die mitgliederstärksten Sportverbände Hamburgs. Dabei ist zu beachten, dass einige Verbände nur eine oder wenige eng verbundene Sportarten umfassen während andere ein deutlich breites Spektrum abbilden.

Mit mehr als 200.000 Mitgliedern liegt der Hamburger Fußballverband in Hinblick auf die Mitgliederzahl mit einem Abstand an der Spitze. Dies ist vor allem dem bereits weiter oben diskutierten Umstand geschuldet, dass er die beiden mit Abstand mitgliederstärksten Vereine Hamburgs umfasst, den Hamburger Sport-Verein und den FC St. Pauli.

Mit ca. 110.000 Mitgliedern folgt der Hamburger Verband für Turnen und Freizeit (VTF Hamburg) als zweitgrößter Verband. Insgesamt umfasst der VTF Hamburg rund 350 Mitgliedsvereine mit über 100 verschiedenen Sport- und Bewegungsformen, die von klassischem Geräteturnen über modernen Fitnesssport bis zu Tanz- und Gesundheitsangeboten reichen.

Auf dem dritten Platz folgt wieder ein Spezialverband, der Hamburger Tennis-Verband mit ca. 34.000 Mitgliedern. Der Hamburger Tennis-Verband (HTV) ist der Dachverband für alle Tennisvereine in Hamburg und zählt zu den traditionsreichen Landesverbänden im deutschen Tennissport.



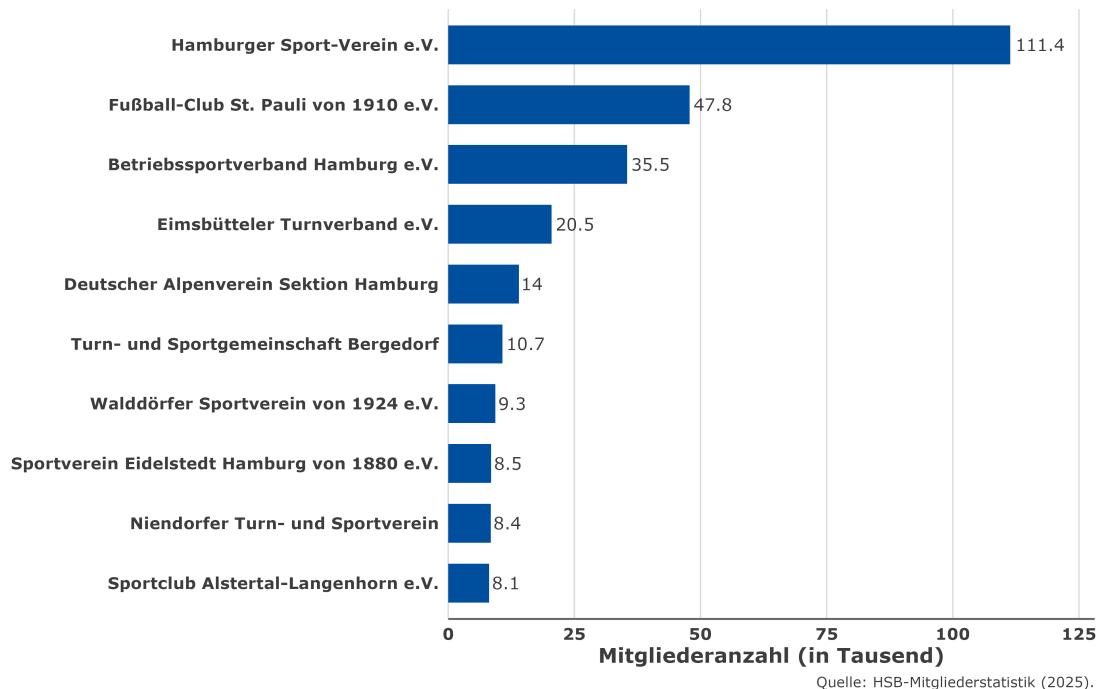
**Abbildung 10:** Größte Hamburger Fachverbände nach Mitgliederzahl in 2025

Etwas mehr als 14.000 Vereinsmitglieder gehören gar keinem übergeordneten Fachverband an. Auf den weiteren Plätzen folgt der Landesverband Nord für Bergsport des Deutschen Alpenvereins (14.000 Mitglieder), der Hamburger Segel-Verband (ca. 12.300 Mitglieder), der Hamburger Schwimmverband (11.100 Mitglieder), der Hamburger Golf-Verband (11.000 Mitglieder), der Hamburger Basketball-Verband (10.600 Mitglieder) und der Hamburger Hockey-Verband (9.700 Mitglieder). Im Vergleich zum Bundesdurchschnitt sind dabei vor allem Segeln, Schwimmen und Hockey überrepräsentiert, haben also in Hamburg eine deutlich höhere Bedeutung als im Rest Deutschlands.

Abbildung 11 gibt einen Überblick über Hamburgs mitgliederstärkste im Hamburger Sportbund organisierte Sportvereine. Die beiden Spaltenplätze werden dabei von weit über Hamburg hinaus bekannten Fußballvereinen belegt.

Der Hamburger Sport-Verein ist der mit Abstand mitgliederstärkste Sportverein in Hamburg. Die Mitgliedsstatistik des Hamburger Sportbunds weist zum 1. Januar 2025 ca. 111.400 Mitglieder aus. Zum 1. November meldete der Hamburger SV einen massiven Anstieg der Mitgliederzahlen auf 140.000, eine Entwicklung, die sicherlich unter anderem durch den Aufstieg der Herren-Fußballmannschaft in die Fußball-Bundesliga zu erklären ist. Damit liegt der Hamburger Sport-Verein deutschlandweit auf Platz 8 der mitgliederstärksten Sportvereine und sogar auf Platz 6 der Fußballvereine. Der Hamburger Sport-Verein ist dabei ein großer Breitensportverein mit einer vielfältigen Abteilungsstruktur. Neben den Amateur- und Jugendfußballbereichen bietet der Hamburger Sport-Verein zahlreiche weitere Sportarten an, darunter Badminton, Tennis, Rugby und Futsal. Ergänzt wird das Angebot durch verschiedene Fitness-, Gesundheits- und Rehalsportprogramme, die sowohl für Einsteiger als auch für ältere oder gesundheitlich eingeschränkte Menschen geeignet sind.

Auf Platz zwei der Mitgliederstatistik liegt mit dem FC St. Pauli ein Verein, dessen Herren Fußballmannschaft ebenfalls in der ersten Fußball-Bundesliga spielt. Auch der FC St. Pauli ist aber weit mehr als ein reiner Fußballverein. Neben den Profi- und Amateurfußballteams umfasst der Club zahlreiche weitere Sportarten und Abteilungen. Dazu gehören unter anderem Handball, Rugby, Tischtennis, Tischfußball, Boxen, Darts, Bowling, Radsport, Segeln und verschiedene inklusive Sportangebote wie Blindenfußball und Goalball. Ergänzt wird dieses Angebot durch eine Freizeitsportabteilung, in der etwa Basketball, Skateboard oder Teqball betrieben werden können. Zu Jahresbeginn wies die Statistik ca. 47.800 Mitglieder aus. Zum ersten Juli 2025 lag die Mitgliederzahl des FC St. Pauli allerdings bereits bei ca. 52.400. Damit liegt der Verein deutschlandweit auf Platz 15 der mitgliederstärksten Sportvereine und auf Platz 13 der größten Fußballvereine.



**Abbildung 11:** Größte Hamburger Sportvereine nach Mitgliederzahl in 2025

Mit ca. 35.500 Mitgliedern ist der BSV Hamburg der drittgrößte Sportverein Hamburgs. Der Betriebssportverband Hamburg organisiert und fördert Betriebssport in der Hansestadt. Er bietet Beschäftigten und Unternehmen vielfältige Sportangebote, Turniere und regelmäßige Trainings – von Teamsport über Rückschlagspiele bis zu Gesundheits- und Ausdauersport. Neben dem Wettkampf steht der soziale Aspekt im Vordergrund: Betriebssport stärkt Gemeinschaft, verbessert das Betriebsklima und unterstützt Unternehmen im Gesundheitsmanagement.

Weitere große Sportvereine mit zumeist breiter Palette an Sportarten sind der Eimsbütteler Turnverband, die Turn- und Sportgemeinschaft Bergedorf, der Walddörfer Sportverein von 1924, der Sportverein Eidelstedt Hamburg von 1880, der Niendorfer Turn- und Sportverein sowie der Sportclub Alstertal-Langenhorn.

## 3.3 Leistungs- und Profisport

Der Leistungs- und Profisport umfasst alle sportlichen Aktivitäten, die auf systematisches Training, Wettkampf und Höchstleistungen ausgerichtet sind. Zum Leistungssport gehören Athletinnen und Athleten, die regelmäßig und zielgerichtet trainieren, um bei regionalen, nationalen oder internationalen Wettkämpfen erfolgreich zu sein. Sie erhalten häufig Unterstützung durch Trainer, Sportverbände oder Olympiastützpunkte, betreiben den Sport aber meist noch nicht hauptberuflich. Ziel ist die Entwicklung sportlicher Spitzeneleistungen und die Teilnahme an nationalen Kadern oder Olympischen und Paralympischen Spielen. Der Profisport bildet die Spitze dieses Systems. Hier wird Sport als Beruf betrieben – mit Gehältern, Sponsorenverträgen und medialer Vermarktung. Profisportlerinnen und -sportler stehen in Profiligen oder internationalen Wettbewerben und leben vom Sport. Leistungs- und Profisport sind dabei eng miteinander verbunden: Der Leistungssport bildet die Grundlage für den Übergang in den professionellen Bereich, während der Profisport die höchste Leistungsstufe darstellt. Gemeinsam prägen sie den sportlichen Spitzensportbereich in Deutschland.

Liga	Offizieller Name	Hamburger Vereine
1. Fußball Bundesliga Männer	Fußball-Bundesliga	Hamburger SV, FC St. Pauli
1. Fußball Bundesliga Frauen	Frauen-Bundesliga	Hamburger SV
1. Handball Bundesliga Männer	Daikin HBL	Handball Sport Verein Hamburg
1. Basketball Bundesliga Männer	easyCredit BBL	Veolia Towers Hamburg
2. Basketball Bundesliga Frauen	Toyota 2.DBBL Nord	Eimsbütteler Turnverband
1. Feldhockey Bundesliga Männer	1. Feldhockey Bundesliga Herren	Hamburger Polo Club, Harvestehuder THC, UHC Hamburg, Der Club an der Alster
1. Hallenhockey Bundesliga Männer	1. Hallenhockey Bundesliga Nord	Harvestehuder THC, Der Club an der Alster, Hamburger Polo Club, UHC Hamburg, Großflottbeker THGC
1. Feldhockey Bundesliga Frauen	1. Feldhockey Bundesliga Damen	Der Club an der Alster, Harvestehuder THC, Großflottbeker THGC, UHC Hamburg
1. Hallenhockey Bundesliga Frauen	1. Hallenhockey Bundesliga Damen Nord	Der Club an der Alster, Harvestehuder THC, Großflottbeker THGC, UHC Hamburg
1. Volleyball Bundesliga Frauen	Volleyball Bundesliga - 1. Bundesliga Frauen	ETV Hamburger Volksbank Volleys
1. Bundesliga American Football Frauen	German Football League Women	Hamburg Amazons
Europäische Liga für American Football Männer	European League of Football	Hamburg Sea Devils
1. Baseball Bundesliga Männer	Deutsche Baseball Liga (DBL)	Hamburg Stealers
1. Softball Bundesliga Frauen	Deutsche Softball-Bundesliga	Hamburg Knights

Quelle: Eigene Recherchen des HWWI (2025).

**Tabelle 2:** Ausgewählte Hamburger Spitzensportvereine

Hamburg ist ein wichtiger Standort für Leistungs- und Profisport. Dies wird deutlich, wenn man die Auswahl der in Tabelle 2 zusammengestellten Vereine betrachtet, die in den

höchsten Ligen ihrer Sportarten spielen. Wie bereits erwähnt, spielen gleich zwei Hamburger Teams in der ersten Fußball-Bundesliga der Männer und auch die Damen-Mannschaft des Hamburger SV spielt in der höchsten deutschen Klasse. Mit dem Handball-Sport-Verein Hamburg spielt auch eine Hamburger Herrenmannschaft in der Handball-Bundesliga. Im Basketball ist Hamburg mit den Veolia Towers bei den Männern in der höchsten Liga vertreten und der Eimsbütteler Turnverband spielt bei den Damen in der zweiten Liga Staffel Nord. Eine Besonderheit ist weiterhin die außerordentliche Dichte an hochklassig spielenden Hockey-Vereinen (Feldhockey und Hallenhockey). Bei den Männern ist Hamburg mit gleich vier Teams im Feldhockey (Hamburger Polo Club, Harvestehuder THC, UHC Hamburg, Der Club an der Alster) und sogar 5 Teams im Hallenhockey (zusätzlich Großflottbeker THGC) in der höchsten Spielklasse vertreten. Und auch bei den Damen ist Hamburg mit gleich vier Mannschaften in der Feldhockey und der Hallenhockey Bundesliga vertreten (Der Club an der Alster, Harvestehuder THC, Großflottbeker THGC, UHC Hamburg). Weiterhin spielt der ETV Hamburger Volksbank Volleys in der Volleyball-Bundesliga der Damen. Aber auch in weniger bekannten Sportarten sind Hamburger Sporvereine in der höchsten deutschen Spielklasse, so z.B. im Football der Frauen (Hamburg Amazons), im Baseball der Männer (Hamburg Stealers) und im Softball der Frauen (Hamburg Knights).

Hamburg ist der Hauptsitz des Olympiastützpunktes Hamburg/Schleswig-Holstein (OSP), einer zentralen Einrichtung zur Förderung des Spitzensports in Norddeutschland. Er betreut rund 400 Kaderathletinnen und -athleten aus etwa 30 olympischen und paralympischen Sportarten und bietet ihnen optimale Bedingungen, um sich auf nationale und internationale Wettkämpfe vorzubereiten. Schwerpunkte am Hauptsitz Hamburg sind Beachvolleyball, Hockey, Schwimmen und Badminton, während an den Standorten in Ratzeburg das Rudern und in Kiel das Segeln im Zentrum steht. Der OSP versteht sich dabei als Dienstleister und Kompetenzzentrum für Leistungssport. Zu seinen Kernaufgaben gehören die Trainingssteuerung, sportmedizinische und physiotherapeutische Betreuung, Leistungsdiagnostik, psychologische Beratung sowie die Förderung der dualen Karriere, also der Vereinbarkeit von Spitzensport mit Ausbildung, Studium oder Beruf. Damit unterstützt der Stützpunkt Athletinnen und Athleten ganzheitlich auf ihrem Weg zu sportlichen Höchstleistungen. Der OSP arbeitet eng mit dem Deutschen Olympischen Sportbund (DOSB), den Fachverbänden, dem Hamburger Sportbund (HSB), dem Landessportamt sowie wissenschaftlichen Einrichtungen wie der Universität Hamburg und der MediClin Reha-Zentrum zusammen. Durch diese Vernetzung bildet der Olympiastützpunkt das Zentrum des Spitzensports in Norddeutschland und leistet einen wichtigen Beitrag dazu, dass Athletinnen und Athleten aus Hamburg und Schleswig-Holstein auf höchstem internationalem Niveau erfolgreich sind – bis hin zu Weltmeisterschaften sowie Olympischen und Paralympischen Spielen.

Um den Spitzensport in Hamburg gezielt zu fördern, wurde 2002 von der Freien und Hansestadt Hamburg und der Handelskammer Hamburg die Stiftung Leistungssport Hamburg gegründet. Die Stiftung wird von einem Kuratorium aus Vertreterinnen und Vertretern aus Politik, Wirtschaft und Sport getragen und finanziert sich aus Stiftungskapital, Spenden und Partnerschaften mit Hamburger Unternehmen. Die Stiftung finanziert aus ihren Mitteln das Förderprogramm „Team Hamburg“, das leistungsstarke Athletinnen und Athleten auf ihrem Weg zu nationalen und internationalen Erfolgen unterstützt. Ziel ist es dabei,

optimale Rahmenbedingungen für Training, Wettkampf und Karriere zu schaffen. Gefördert werden vor allem Sportlerinnen und Sportler aus olympischen und paralympischen Disziplinen, die für Hamburg antreten oder in Hamburg leben. Die Förderung umfasst finanzielle Unterstützung, individuelle Betreuung sowie Hilfe bei der Vereinbarkeit von Sport, Ausbildung und Beruf. Im Jahr 2024 förderte die Stiftung Leistungssport Hamburg insgesamt 91 Athletinnen und Athleten im Rahmen des Teams Hamburg (vgl. Tabelle 3).

Jahr	Geförderte Athletinnen und Athleten	In Hamburg studierende Kaderathletinnen und -athleten
2024	91	80
2023	72	79
2022	75	70
2021	99	71
2020	78	87
2019	70	79
2018	77	86
2017	55	75

Quelle: Zusammenstellung des HWWI basierend auf verschiedenen Hamburger Sportberichten.

**Tabelle 3:** Zahl der geförderten und in Hamburg studierende Athletinnen und Athleten (2017–2024)

Die Bedingungen für den Spitzensport sind in Hamburg somit sehr gut. Immerhin 39 der Athletinnen und Athleten, die an den Olympischen und Paralympischen Spielen 2024 in Paris teilnahmen, haben ihren Standort in Hamburg (Behörde für Inneres und Sport 2025). Dies entspricht einem Anteil von 6,8% - wobei die Hamburger nur einen Bevölkerungsanteil von ca. 2,2% an der deutschen Gesamtbevölkerung ausmachen. Hamburger Sportler sind also unter den deutschen Olympioniken überrepräsentiert. Sie konnten zudem in gleich vier Sportarten Medaillen gewinnen. Clemens Wickler und Nils Ehlers (beide Eimsbütteler TV e. V.) gewannen olympisches Silber am Fuße des Pariser Eiffelturms. Die Hockeynationalmannschaft der Herren, der auch Hannes Müller (Hamburger Polo Club e. V.) und Mathias Müller (Uhlenhorster Hockeyclub e. V.) angehörten, beendete das olympische Turnier ebenfalls auf dem zweiten Platz. Und auch die Golferin Esther Henseleit (Hamburger Golf-Club e. V.) freute sich über Silber. Bei den Paralympics gewann zudem die Kanutin Edina Müller (Hamburger Kanu Club e. V.) die Bronzemedaille.

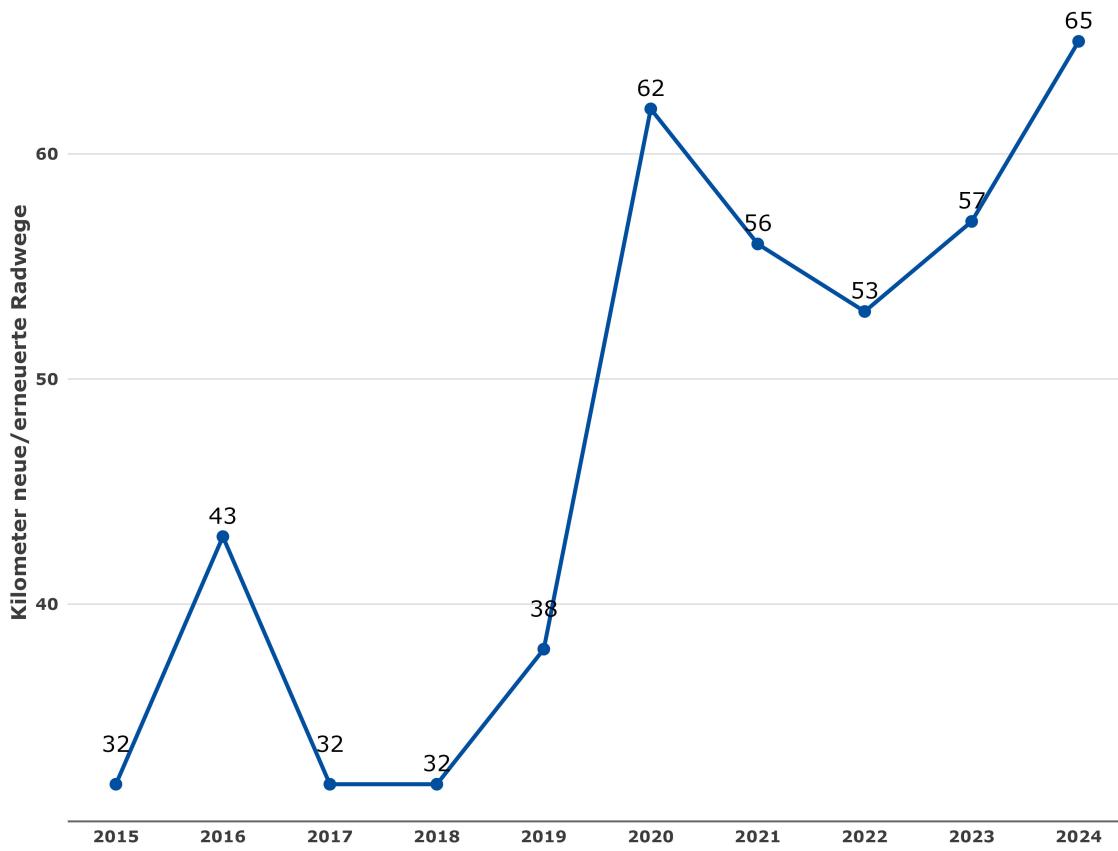
## 3.4 Sportinfrastruktur

Damit all diese Effekte erzielt werden können, benötigt eine Region eine gute Sportinfrastruktur. Zur Sportinfrastruktur gehören alle baulichen, technischen und organisatorischen Voraussetzungen, die die Ausübung, Förderung und Organisation von Sport ermöglichen. Sie umfasst sowohl Einrichtungen für den Freizeit- und Breitensport als auch für den Schul- und Leistungssport. Dazu zählen in erster Linie Sportanlagen und Sportstätten

wie Turn- und Mehrzweckhallen, Sportplätze, Stadien, Schwimmbäder, Tennisplätze oder Eissporthallen. Auch Freiluftanlagen wie Laufbahnen, Skateparks oder Golfplätze sowie natürliche Räume wie Wälder, Seen und Berge, die für sportliche Aktivitäten genutzt werden können, sind Teil der Sportinfrastruktur.

Darüber hinaus gehören zur Sportinfrastruktur alle ergänzenden Einrichtungen, die den Betrieb und die Nutzung dieser Anlagen unterstützen, etwa Umkleide- und Sanitärbereiche, Zuschauertribünen, Parkplätze, Vereinsheime, Fitness- und Rehabilitationsräume, Gastronomieangebote oder Verwaltungsgebäude. Ebenso wichtig sind technische Ausstattungen wie Beleuchtung, Bewässerung, Sicherheitssysteme oder Zeitmessanlagen.

Neben der physischen Infrastruktur gewinnt auch die digitale und organisatorische Komponente zunehmend an Bedeutung. Dazu zählen moderne Buchungs- und Verwaltungssysteme, digitale Zugangskontrollen, Anzeigetafeln und Kommunikationsnetzwerke, die den Betrieb effizienter gestalten. Insgesamt bildet die Sportinfrastruktur somit die materielle und immaterielle Grundlage für eine sichere, zugängliche und nachhaltige Sportausübung in allen Bereichen der Gesellschaft.



Quelle: Bündnis für den Rad- und Fussverkehr, Kurzbericht 2021 (2022) und 2024 (2025).

**Abbildung 12:** Neugebaute oder sanierte Radwege in Hamburg (2015–2024)

Es wurde bereits weiter oben gezeigt, dass Fahrradfahren zu den beliebtesten Sportarten gehört. In Einklang hiermit gewinnt das Hobbyfahrradfahren in Hamburg seit Jahren an

Bedeutung, was in engem Zusammenhang mit dem kontinuierlichen Ausbau der Radverkehrsinfrastruktur steht. Die Hansestadt verfolgt das Ziel, den Radverkehrsanteil am Gesamtverkehr zu erhöhen und gleichzeitig attraktive Bedingungen für freizeitorientiertes Radfahren zu schaffen. Dies zeigt sich sowohl in der Planung neuer Velorouten als auch in der Modernisierung bestehender Radwege. Die Radverkehrswege in Hamburg haben in den vergangenen Jahren eine deutliche qualitative und quantitative Weiterentwicklung erfahren (vgl. Abbildung 12). Neben markierten Radfahrstreifen wurden zahlreiche baulich getrennte Radwege geschaffen, die eine verbesserte Trennung von motorisiertem und nicht-motorisiertem Verkehr ermöglichen. Diese Maßnahmen dienen nicht nur der Erhöhung der Verkehrssicherheit, sondern auch der Attraktivitätssteigerung für Freizeit- und Gelegenheitsradfahrende. Insbesondere die schrittweise Fertigstellung der Velorouten schafft durchgängige, gut orientierbare Achsen, die innerstädtische Räume effizient miteinander verbinden. Aus Perspektive des Hobbyradfahrens profitieren Nutzerinnen und Nutzer besonders von den räumlichen und landschaftlichen Gegebenheiten der Stadt. Strecken rund um die Innen- und Außenalster, entlang der Elbe oder in den großen urbanen Grünräumen – darunter der Stadtpark, das Niendorfer Gehege oder die Harburger Berge – bieten sowohl landschaftsbezogene Erholungsqualitäten als auch infrastrukturelle Kontinuität. Diese Gebiete fungieren als informelle Freizeiträume, in denen Radfahren als niedrigschwellige Bewegungsform praktiziert werden kann.



**Abbildung 13:** Leichtathletikanlagen in Hamburg 2025

Laufen und Joggen als am zweit häufigsten ausgeübte Sportart hat in Hamburg auf-

grund der topographischen Bedingungen und der hohen Verfügbarkeit geeigneter Wege eine besondere Bedeutung. Die Stadt verfügt über ein weit verzweigtes Netz aus formellen und informellen Laufstrecken, das durch Wasserlagen, Grünräume und überwiegend flache Geländeformen geprägt ist und dadurch eine hohe Zugänglichkeit für unterschiedliche Nutzergruppen bietet. Zu den zentralen Laufräumen zählen die Wege um Innen- und Außenalster, die durch ihre Breite, Oberflächenqualität und regelmäßige Pflege zu den intensivst genutzten Laufstrecken Deutschlands gehören. Ähnlich hohe Attraktivität besitzen die Uferbereiche der Elbe, die Laufenden abwechslungsreiche Streckenabschnitte auf Promenaden und naturbelassenen Wegen bieten. Ergänzend ermöglichen Grünräume wie der Stadtpark, das Niendorfer Gehege und die Harburger Berge eine Nutzung auf unbefestigten Wegen und erweitern das Spektrum um trainingsmethodisch relevante Alternativen wie Sportplätze.

Die Laufinfrastruktur umfasst dabei nicht nur Wege, sondern auch Beleuchtung, Wege-markierungen, Anbindung an den ÖPNV sowie ergänzende Einrichtungen wie Trinkbrunnen und Toiletten. Hamburg investiert verstärkt in die Verbesserung dieser Infrastruktur, wenngleich erhebliche Qualitätsunterschiede zwischen zentralen und peripheren Bereichen bestehen. Herausforderungen ergeben sich insbesondere durch Nutzungskonflikte mit Radfahrenden und Fußgängerinnen und Fußgängern, die in stark frequentierten Bereichen die Aufenthalts- und Nutzungssicherheit mindern können. Zur Laufinfrastruktur gehören zudem auch Leichtathletikanlagen. Mit der Jahnkampfbahn im Stadtpark verfügt Hamburg über eine reine Leichtathletikanlage. Daneben gibt es aber eine Vielzahl von Sportplätzen, die mit leichtathletischen Nebenanlagen und zumeist auch mit einer Laufbahn ausgestattet sind (vgl. hierzu Abbildung 13). Diese können sowohl von Sportvereinen, von Schulen als auch von Hobbysportlern genutzt werden.

Auch das Schwimmen gehört in Hamburg zu den weit verbreiteten Sportarten. Hamburg verfügt über ein dichtes Netz an Hallen- und Freibädern, das in dieser Form in Deutschland nur selten anzutreffen ist. Diese Einrichtungen sind nicht nur quantitativ zahlreich, sondern decken auch qualitativ ein breites Spektrum an Nutzungsformen ab. Dazu gehören wettkampftaugliche 50-Meter-Becken, multifunktionale Lehrschwimmbecken, Bewegungsbecken für Reha- und Präventionssport sowie speziell ausgestattete Anlagen für Vereine und Leistungsgruppen. Die räumliche Verteilung dieser Bäder über das gesamte Stadtgebiet (vgl. Abbildung 14) gewährleistet eine hohe Erreichbarkeit und trägt damit wesentlich zur sportlichen Teilhabe der Bevölkerung bei.

Der Alsterschwimmhalle in Hohenfelde kommt dabei besondere Bedeutung zu. Als größtes und modernstes Hallenbad der Stadt bietet sie optimale Bedingungen für Freizeit- und Leistungsschwimmer. Ihr 50-Meter-Becken dient zahlreichen Vereinen als Trainings- und Wettkampfstätte und macht sie zu einem zentralen Ort für den Schwimmsport im Norden, auch für den Wettkampfsport (vgl. Abbildung 15). Darüber hinaus ist die charakteristische Architektur mit dem geschwungenen Dach zu einem stadtbekannten Wahrzeichen geworden.

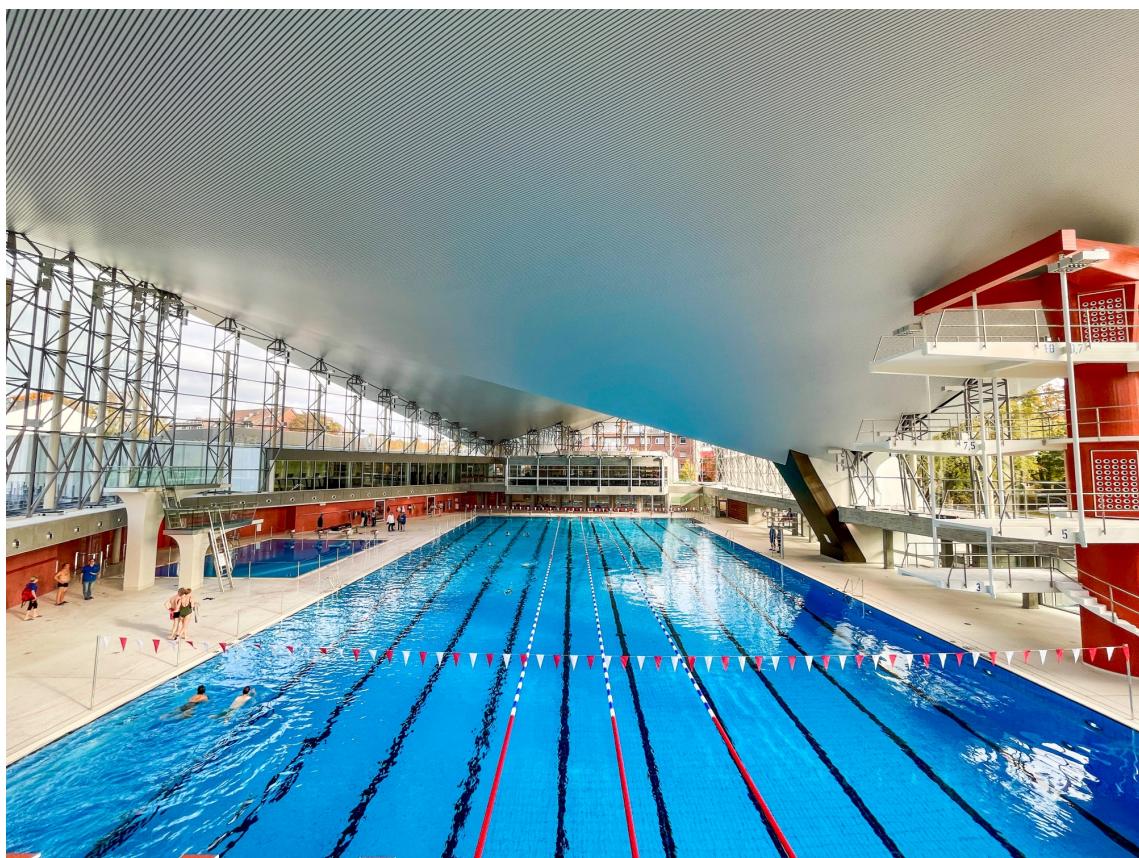
Die Hamburger Infrastruktur beschränkt sich jedoch nicht auf künstliche Schwimmanlagen. Auch die natürlichen Gewässer – insbesondere Alster und Elbe – sind infrastrukturell erschlossen, etwa durch ausgewiesene Badestellen, Zugänge für Freiwasserschwimme-



• Schwimmbad

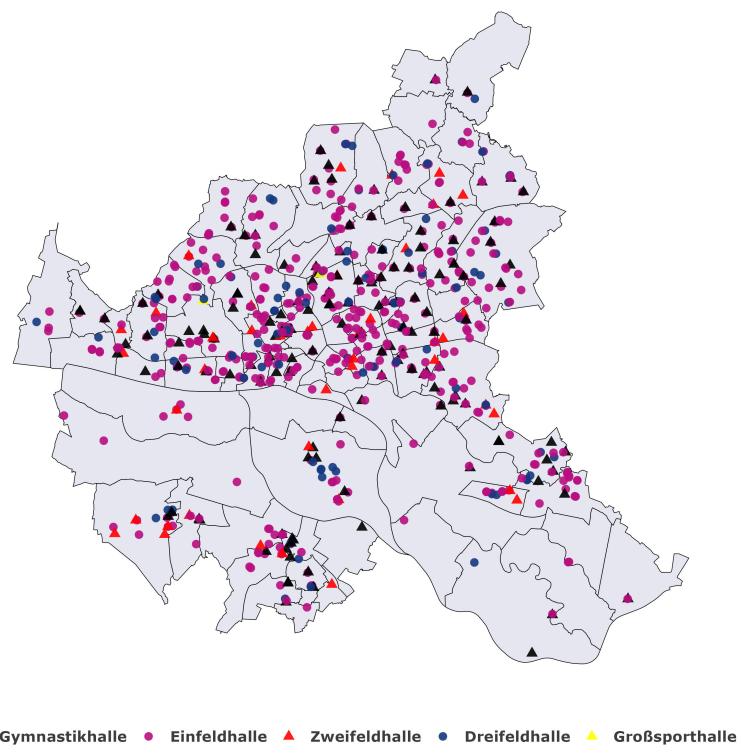
Quelle: Stammdaten Hamburger Sportstätten (2025).

**Abbildung 14:** Öffentliche Schwimmbäder in Hamburg 2025



**Abbildung 15:** Alsterschwimmhalle

rinnen und -schwimmer oder technische Vorrichtungen zur Qualitätssicherung. Diese technisch-ökologischen Maßnahmen ermöglichen es, natürliche Gewässer kontrolliert und verantwortungsvoll in die städtische Sportlandschaft zu integrieren. Damit entsteht eine hybride Infrastruktur, die künstliche und natürliche Schwimmräume miteinander verbindet und ein breites Nutzungsspektrum eröffnet.



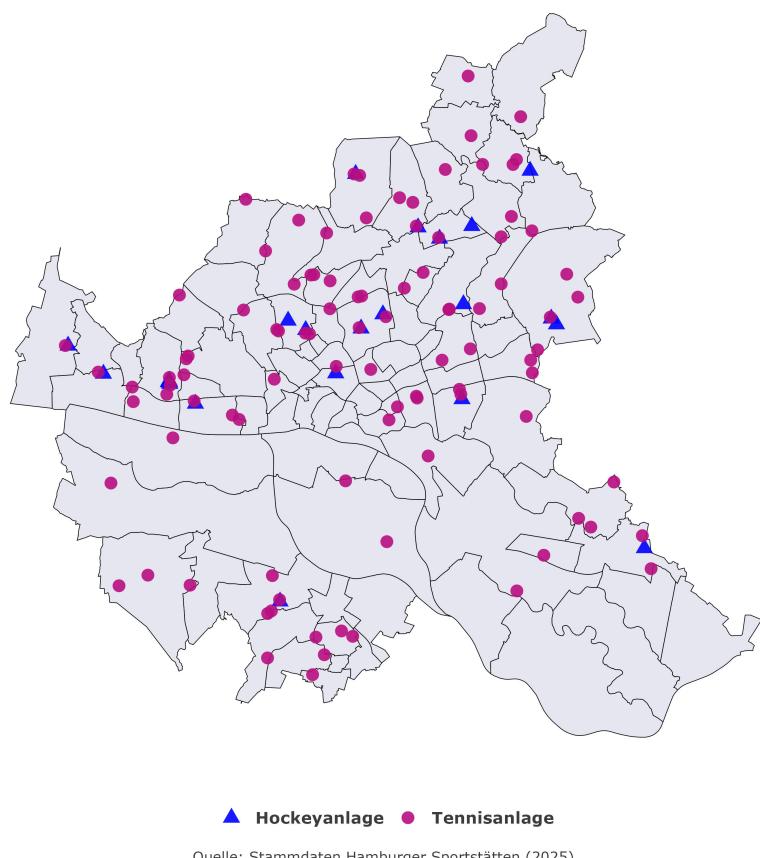
**Abbildung 16:** Sporthallen (Gymnastik-, Einfeld-, Zweifeld-, Dreifeld- und Großsporthallen) in Hamburg 2025

Zu den in Deutschland und auch in Hamburg stark verbreiteten Sportarten zählen zudem auch Fitnesstraining, Gymnastik, Entspannungssportarten und Krafttraining (vgl. Abbildung 5). Zwar werden auch für diese Sportarten insbesondere im Bereich des Vereinssports öffentliche Sportstätten wie Gymnastikhallen und andere Sporthallen genutzt (vgl. Abbildung 16). Da diese Sportarten aber insbesondere sehr viel von Hobbysportlern ausgeübt werden, wird hier vorrangig private Sportinfrastruktur wie z.B. Fitnessstudios genutzt.

Zahlen zur Infrastruktur des deutschen Fitnessmarktes veröffentlicht der Arbeitsgeberverband deutscher Fitness- und Gesundheitsanlagen in mehrjährigen Abständen. Gemäß einer Studie aus dem Jahr 2025 verfügte Hamburg in 2024 über insgesamt 245 Fitnessstudios (DSSV e. V. – Arbeitgeberverband deutscher Fitness- und Gesundheits-Anlagen 2025). Damit kam Hamburg auf eine Zahl von 7.796 Personen pro Fitnessanlage und lag damit weitaus besser als der bundesdeutsche Schnitt (9.277 Personen pro Fitnessanlage) an der Spitze der deutschen Bundesländer (vgl. Abbildung 17).

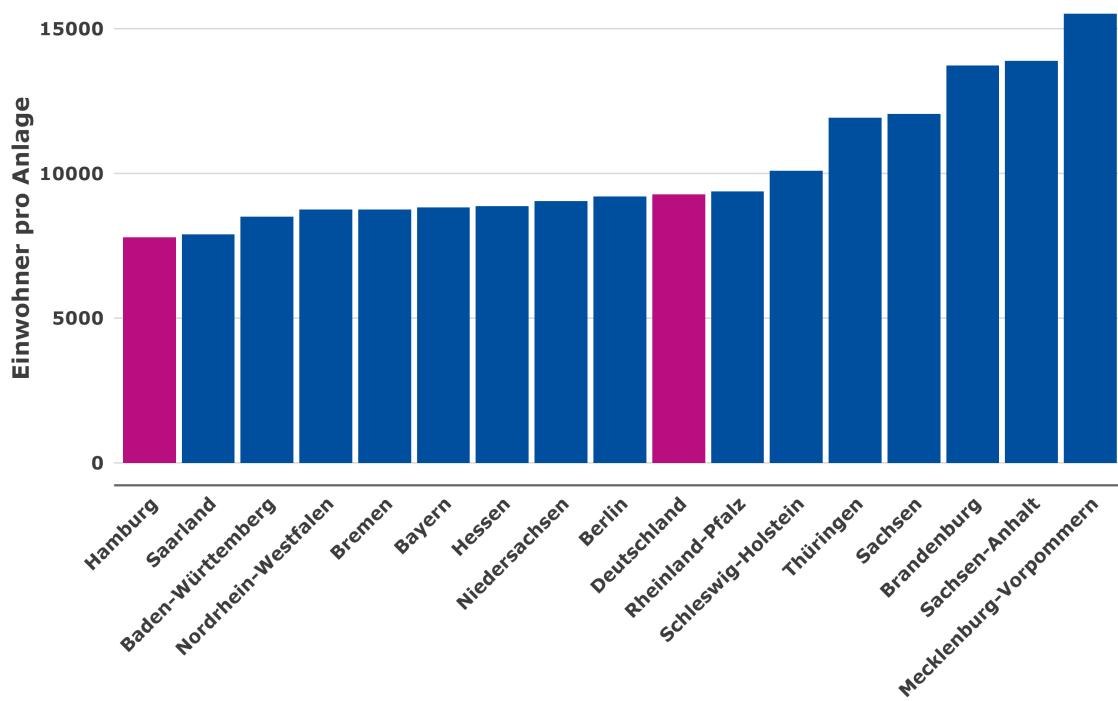
Die hohe Nachfrage und die gute Versorgung mit Fitnessanlagen führt auch zu der höchsten Mitgliederquote in Fitnessstudios deutscher Bundesländer. So waren im Jahr 2019 ca. 318.000 Hamburger Mitglieder in Fitnessstudios, was einem Anteil von 16,6% der Bevölkerung entspricht. Damit liegt Hamburg nicht nur weit über dem bundesdeutschen Schnitt von 13,8%, sondern auch vor den anderen am ehesten vergleichbaren Stadtstaaten Bremen (16,5%) und Berlin (13,2%).

Überproportional starke Sportverbände finden sich in Hamburg im Bereich des Tennisports, des Hockeys und des Segelns (vgl. Abbildung 10). So gehört Hamburg zu den bedeutendsten Tennisstandorten Deutschlands und verfügt über eine vielseitige und gut ausgebauten Infrastruktur für den Breiten- und Leistungssport (vgl. Abbildung 19). Zahlreiche Vereine wie der Club an der Alster, der UHC Hamburg oder der Harvestehuder THC bieten ein breites Trainings- und Wettkampfangebot für Kinder, Jugendliche, Erwachsene und Leistungsspieler. Besonders bekannt ist die Hansestadt durch die Profi-Tennisturniere der Herren und Damen, die jährlich am traditionsreichen Rothenbaum ausgetragen werden. Die Tennisinfrastruktur in Hamburg umfasst moderne Vereinsanlagen mit Sand-, Hart- und Hallenplätzen, sodass ganzjährig gespielt werden kann. Viele Clubs verfügen über eigene Tennishallen oder nutzen städtische Anlagen, wodurch ein breites Angebot auch für Hobbysportler entsteht.



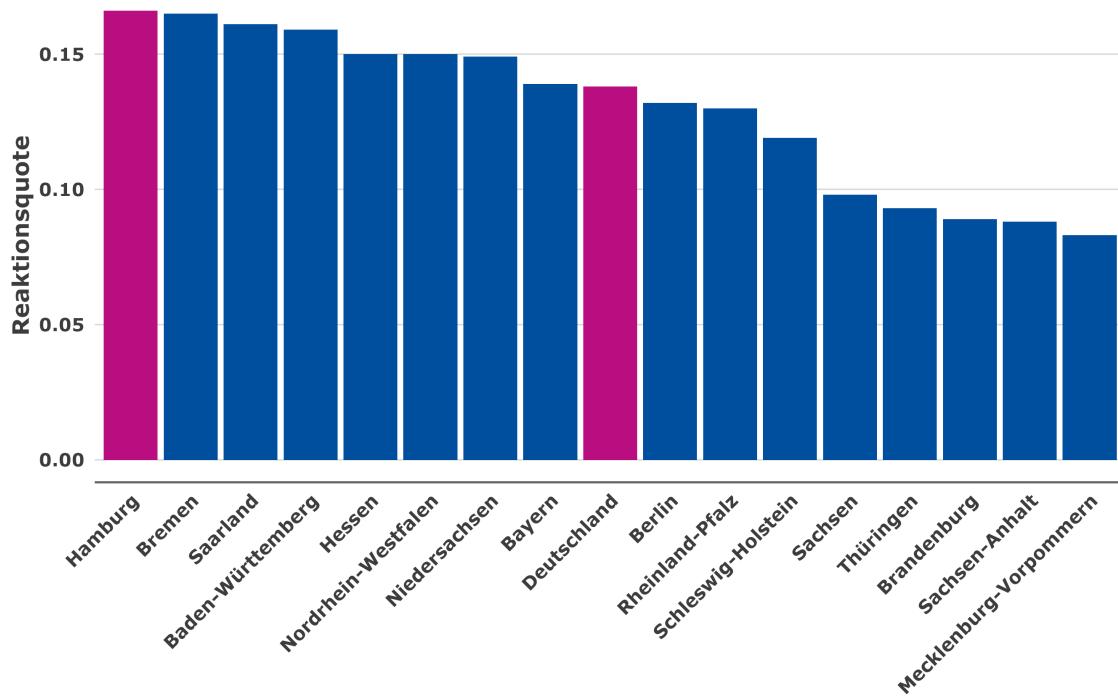
**Abbildung 19:** Hockey- und Tennisanlagen in Hamburg 2025

Hamburg gehört darüber hinaus zu den führenden Hockeyzentren Deutschlands und



Quelle: Eckdaten der deutschen Fitnesswirtschaft (2025).

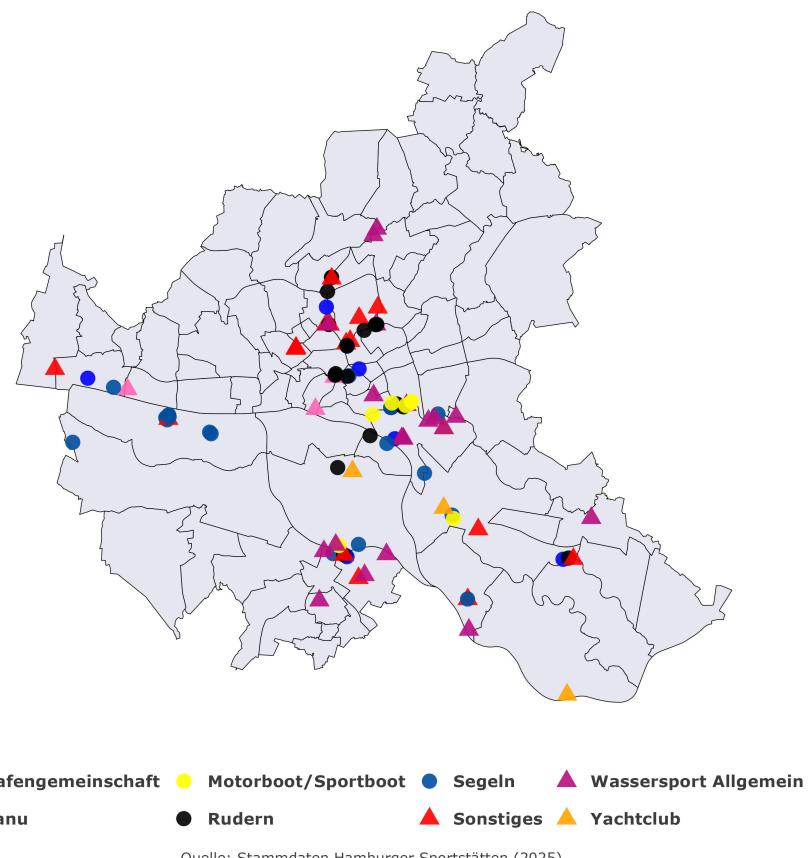
**Abbildung 17:** Einwohner pro Fitnessanlage, 2024 im Vergleich



Quelle: Eckdaten der deutschen Fitnesswirtschaft (2025).

**Abbildung 18:** Anzahl der Fitnessanlagen-Mitglieder pro Einwohner (Reaktionsquote), 2024 im Vergleich

verfügt hier über eine außergewöhnlich gut entwickelte Infrastruktur für den Vereins-, Breiten- und Leistungssport. Die Stadt ist Heimat mehrerer renommierter Hockeyvereine, darunter der Harvestehuder THC, der UHC Hamburg, der Club an der Alster und der Klipper THC. Moderne Kunstrasenplätze bieten professionelle Bedingungen für den Feldhockeybetrieb, während gut ausgestattete Sporthallen den Hallenhockeysport im Winter ermöglichen. Viele Anlagen verfügen über Tribünen, Fitnessbereiche und spezialisierte Trainingsmöglichkeiten, die auch für Leistungssportler attraktiv sind. Ergänzt wird das Angebot durch städtische Plätze, vereinsübergreifende Kooperationen sowie regelmäßig stattfindende Camps und Turniere. Dadurch entsteht ein dichtes Netz an Spiel- und Trainingsstätten (vgl. Abbildung 19), das Hockey in Hamburg das ganze Jahr über auf hohem Niveau ermöglicht.



**Abbildung 20:** Wassersportanlagen nach Kategorien in Hamburg 2025

Schließlich zählt Hamburg zu den wichtigsten Wassersportregionen Deutschlands. Wie in Abbildung 10 gezeigt, zählt der Hamburger Segel-Verband zu den größten Fachverbänden Hamburgs. Dies ist auch darauf zurückzuführen, dass die Stadt mit Elbe, Alster und zahlreichen Kanälen ideale Bedingungen für das Segeln bietet. Das gleiche gilt für Rudern, Kanusport, SUP und Motorbootfahren. Besonders die Alster ist ein zentrales Revier für Segelvereine und Wassersportler, während die Elbe weiträumige Fahrgebiete bis zur

Nordsee eröffnet. Dank guter Infrastruktur, maritimer Tradition und vielfältiger Reviere ist Hamburg somit ein lebendiges Zentrum für Freizeit- und Leistungssport auf dem Wasser. Abbildung 20 gibt einen Überblick über die räumliche Verteilung von Wassersportanlagen in Hamburg.

### 3.5 Investitionen in die Infrastruktur

Wie die vorangegangenen Ausführungen gezeigt haben hat Hamburg eine durchaus umfangreiche und vielfältige Sportinfrastruktur. Ein erheblicher Teil der bestehenden Anlagen stammt allerdings aus früheren Bauperioden und genügt vielfach nicht mehr den aktuellen baulichen, sicherheitstechnischen und sportfachlichen Anforderungen. Steigende Standards im Hinblick auf Barrierefreiheit, Energieeffizienz, Nachhaltigkeit, Nutzerkomfort und professionelle Trainingsbedingungen machen stetige Investitionen in die Erhaltung, Modernisierung und den Ausbau der Infrastruktur unverzichtbar. Zusätzlich wächst der gesellschaftliche Bedarf an wohnortnahen, vielfältig nutzbaren Bewegungs- und Sportflächen, die sowohl dem Breitensport als auch der Gesundheitsförderung und der sozialen Integration dienen. Ohne kontinuierliche Investitionstätigkeit besteht die Gefahr eines sich vertiefenden Sanierungsstaus, verbunden mit Nutzungseinschränkungen, erhöhten Betriebskosten und einer langfristigen Schwächung der städtischen Sport- und Freizeitangebote.

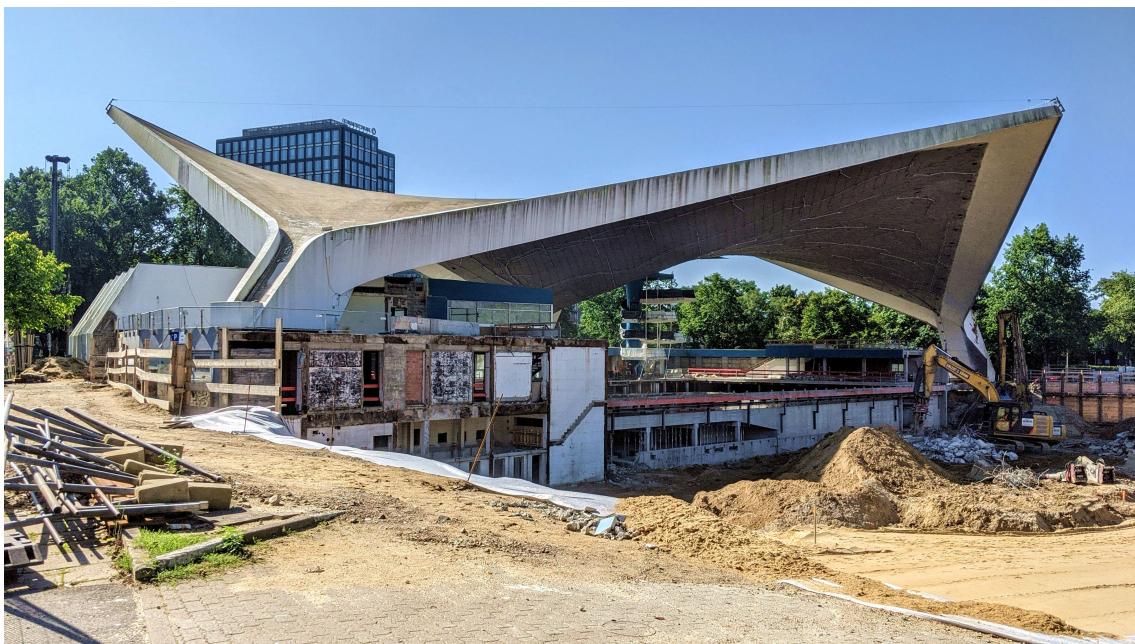
Die Datenlage zur Investitionstätigkeit in die Sportinfrastruktur ist recht unvollständig, so dass wenig Systematisches über die durchgeführten Investitionsmaßnahmen bekannt ist. Dies ist zumindest teilweise darauf zurückzuführen, dass die Baumaßnahmen im Einzelfall von sehr unterschiedlichen Akteuren veranlasst und finanziert werden und andererseits auch zum Teil auf sehr unterschiedliche Finanzierungsquellen zurückgegriffen wird. So ist ein Teil der Sportanlagen wie z.B. die meisten Fitnessstudios in privater Hand. Hier ist wenig über das Investitionsvolumen bekannt. Andere Investitionen werden durch Vereine getätigt. Wenn hierfür keine öffentliche Förderung in Anspruch genommen wurde, sind diese Investitionen nur den Vereinsmitgliedern im Detail bekannt. Anders ist die Lage bei rein öffentlichen Investitionen oder gemischten Finanzierungen. Hier wird die Nachverfolgung allerdings oft dadurch erschwert, dass die Investitionen aus unterschiedlichen öffentlichen Förderprogrammen stammen können, was eine Nachverfolgung ebenfalls wesentlich erschwert. Im Koalitionsvertrag zur Zusammenarbeit in der 23. Legislaturperiode der Hamburgischen Bürgerschaft zwischen der SPD und Bündnis 90/Die Grünen vom April 2025 werden geplante Investitionen von über einer Milliarde Euro in die Hamburger Sportinfrastruktur für den Zeitraum 2020 bis 2030 genannt, davon rund 480 Millionen Euro für den Neubau und die Sanierung von Sporthallen zwischen 2024 und 2030 (SPD, Landesorganisation Hamburg und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN, Landesverband Hamburg 2025). Schließlich gibt es auch Sportinfrastruktur, die teilweise zum Sport, teilweise aber auch für ganz andere Zwecke genutzt wird. Beispiele sind hier Parks oder Fahrradwege. Die sachgemäße Zurechnung dieser Investitionen ist naturgemäß sehr schwierig. Im Endeffekt ist somit weitaus weniger über die Investitionsvolumen und deren Entwicklung über die Zeit bekannt als über die Ergebnisse dieser Investitionen.

Investitionen in die Sportinfrastruktur sind nicht für die Durchführung verschiedener Sportarten wichtig, sie haben auch wirtschaftliche Effekte. In Ermangelung einer vollständigen Datenbasis wird dies im Folgenden anhand der Sanierung der Alsterschwimmhalle verdeutlicht. Die Alsterschwimmhalle in Hamburg-Hohenfelde, ursprünglich 1973 eröffnet und wegen ihrer markanten Betonschalen häufig „Schwimmoper“ genannt, gilt als bedeutendes Beispiel der deutschen Nachkriegsmoderne. Besonders prägend ist das weit gespannte Dach aus zwei hyperbolischen Paraboloidschalen, das einen großzügigen, stützenfreien Innenraum ermöglicht und den Bau zu einem architektonischen Wahrzeichen macht. Von Beginn an war die Halle als multifunktionale Schwimmsportstätte angelegt: Das 50-Meter-Becken mit zehn Bahnen sowie ergänzende Wasserflächen boten sowohl dem Leistungs- als auch dem Freizeitsport gute Voraussetzungen. Ihre Lage nahe der Außenalster verankert die Anlage zudem in der städtischen Wasser- und Freizeitlandschaft Hamburgs.

Zwischen 2020 und 2023 wurde die Alsterschwimmhalle umfassend saniert und erweitert (vgl. Abbildung 21). Dabei blieben die denkmalgeschützte Dachstruktur und die Glasfassaden erhalten, während das Innere neu organisiert und technisch modernisiert wurde. Vergrößerte Wasserflächen, ein neues Sprung- und Kursbecken sowie barrierefreie Zugänge bilden heute den Kern der sportlichen Ausstattung. Ergänzend wurden ein großzügiger Sauna- und Fitnessbereich geschaffen und die gesamte Haustechnik energetisch auf den neuesten Stand gebracht. Mit der abgeschlossenen Sanierung (vgl. Abbildung 22) verbindet die Alsterschwimmhalle ihre historische Architektur nun mit zeitgemäßer Funktionalität und bleibt damit ein zentraler Baustein der öffentlichen Sport- und Freizeitinfrastruktur Hamburgs.

Die Sanierung der Alsterschwimmhalle in Hamburg stellt eines der bedeutendsten Sportinfrastrukturprojekte der Stadt Hamburg in den vergangenen Jahrzehnten dar und war mit erheblichen finanziellen Aufwendungen verbunden. Die Gesamtinvestition betrug etwa 80,75 Millionen Euro. Die Finanzierung des Projekts erfolgte überwiegend aus öffentlichen Mitteln. Die Freie und Hansestadt Hamburg übernahm mit etwa 60 Millionen Euro den größten Anteil der Investitionskosten. Ergänzend standen Bundesmittel in Höhe von rund 10 Millionen Euro zur Verfügung, die insbesondere für den denkmalschutzbezogenen Teil der Sanierungsmaßnahmen sowie für strukturpolitische Förderprogramme eingesetzt wurden. Der verbleibende Finanzierungsanteil wurde durch die städtische Betreibergesellschaft Bäderland Hamburg GmbH sowie weitere haushaltsnahe Finanzierungslinien getragen (Bürgerschaft der Freien und Hansestadt Hamburg 2020). Diese Konstruktion entspricht dem in Deutschland häufig angewandten Modell einer gemischten Finanzierung kommunaler Großprojekte, bei dem Landes- und Bundesmittel mit Mitteln kommunaler Träger kombiniert werden, um sowohl stadtentwicklungspolitische als auch kultur- und sportpolitische Zielsetzungen zu erfüllen.

Die umfassende Sanierung und Erweiterung der Alsterschwimmhalle ist ein gutes Beispiel dafür, wie infrastrukturelle Erneuerungen unterschiedliche ökonomische Wirkungen entfalten können. Zu den direkten wirtschaftlichen Effekten der Renovierung zählen vor allem die umfangreichen Auftragsvergaben an regionale Bau-, Architektur- und Ingenieurunternehmen. Der Umbau der Alsterschwimmhalle wurde von dem Architekturbüro gmp Architekten geleitet, einem international tätigen deutschem Architekturbüro



**Abbildung 21:** Sanierung der Alsterschwimmhalle



**Abbildung 22:** Renovierte Alsterschwimmhalle

mit Hauptsitz in Hamburg. Der komplexe Umbau, insbesondere die denkmalgerechte Er tüchtigung der markanten Dachkonstruktion sowie die Erweiterung der Wasserflächen und haustechnischen Anlagen, führte zu einer signifikanten Nachfrage nach hochqualifizierten Fachkräften und spezialisierten Dienstleistern, die oft aus der Region stammen. Somit floß ein erheblicher Anteil der Investitionsausgaben unmittelbar in die regionale Wirtschaft und führte hier zu Wertschöpfungs- und Beschäftigungsimpulsen.

Weitere wirtschaftliche Effekte ergeben sich aus der erhöhten Nutzungsqualität und Angebotsvielfalt nach der Wiedereröffnung. Die modernisierte Alsterschwimmhalle verfügt über erweiterte Wasserflächen, optimierte Trainingsmöglichkeiten sowie zusätzliche Kurs- und Wellnessangebote, was eine steigende Besucherfrequenz erwarten lässt.<sup>5</sup> Eine höhere Auslastung führt wiederum zu verstärkter Nachfrage nach ergänzenden Dienstleistungen – etwa in den Bereichen Kursbetrieb, Physiotherapie, Gastronomie oder im angrenzenden Einzelhandel. Zudem wirkt sich eine leistungsfähige Schwimmsportinfrastruktur positiv auf den Vereins- und Schulschwimmbetrieb aus, was mittelbar weitere Beschäftigungs- und Qualifizierungsprozesse im Sport- und Gesundheitssektor anstößt.

Die im Zuge der Renovierung und ihrer Kapazitätseffekte zusätzlich entstehenden Einkommen bewirken darüber hinaus noch weitere wirtschaftliche Effekte, die oft übersehen werden. So wird ein erheblicher Teil dieser zusätzlichen Einkommen selbst wieder konsumiert und schafft hierdurch zusätzliche Nachfrage für die lokale Wirtschaft, aber natürlich auch weit darüber hinaus.

Da öffentliche Mittel für den Bau oder die Sanierung von Sportstätten knapp sind und in enger Konkurrenz zu anderen Verwendungen stehen, ist auch die Priorisierung von Investitionen in (öffentliche) Sportstätten eine hoch relevante Frage. Dabei stellt sich sowohl die Frage, in welche Art von Sportstätten investiert wird als auch wo diese Sportstätten entstehen oder erhalten werden sollen. Im Folgenden soll vor allem die zweite Frage diskutiert werden.

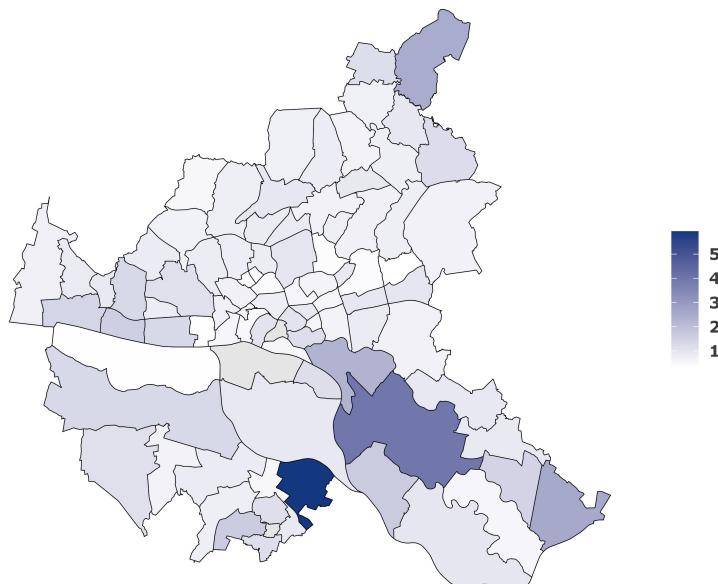
Die räumliche Verteilung von Sportstätten innerhalb einer Stadt ist ein wesentlicher Faktor für die Erreichbarkeit sportlicher Angebote und damit für die tatsächliche Nutzung durch die Bevölkerung. Erreichbarkeit umfasst dabei nicht nur die physische Distanz zur Sportstätte, sondern auch die Qualität der Wege, die Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr sowie die zeitliche Passung der Angebote. Eine ausgewogene Verteilung ist besonders für Bevölkerungsgruppen mit eingeschränkten Mobilitätsressourcen bedeutsam – etwa Kinder und Jugendliche, ältere Menschen oder Haushalte ohne eigenes Fahrzeug. Studien zeigen, dass die Wahrscheinlichkeit regelmäßiger sportlicher Aktivität deutlich steigt, wenn geeignete Bewegungsräume wohnortnah verfügbare sind.

Aus sport- und stadtplanerischer Perspektive wirkt eine gleichmäßige Verteilung von Sportstätten zudem sozialen Ungleichheiten entgegen. Unterversorgte Stadtteile weisen häufig geringere Teilhabechancen an Sport und Bewegung auf, was langfristig gesundheitliche und soziale Disparitäten verstärken kann. Dagegen ermöglichen wohnortnahe,

<sup>5</sup>Die Schwimmhalle zählt zu den meistbesuchten der Stadt. Vor der Sanierung zählte man rund 400.000 Besucherinnen und Besucher jährlich. Nach der Wiedereröffnung wurden rund 570.000 Menschen pro Jahr erwartet (Norddeutscher Rundfunk 2023).

kostenfreie oder kostengünstige Angebote eine niedrigschwellige Nutzung und unterstützen soziale Integration. Die Kombination aus frei zugänglichen Freiflächen, leistungsfähigen Vereinssportanlagen und gut erreichbaren spezialisierten Einrichtungen – beispielsweise Schwimmhöfen oder normierten Sporthallen – bildet hierfür die zentrale infrastrukturelle Grundlage.

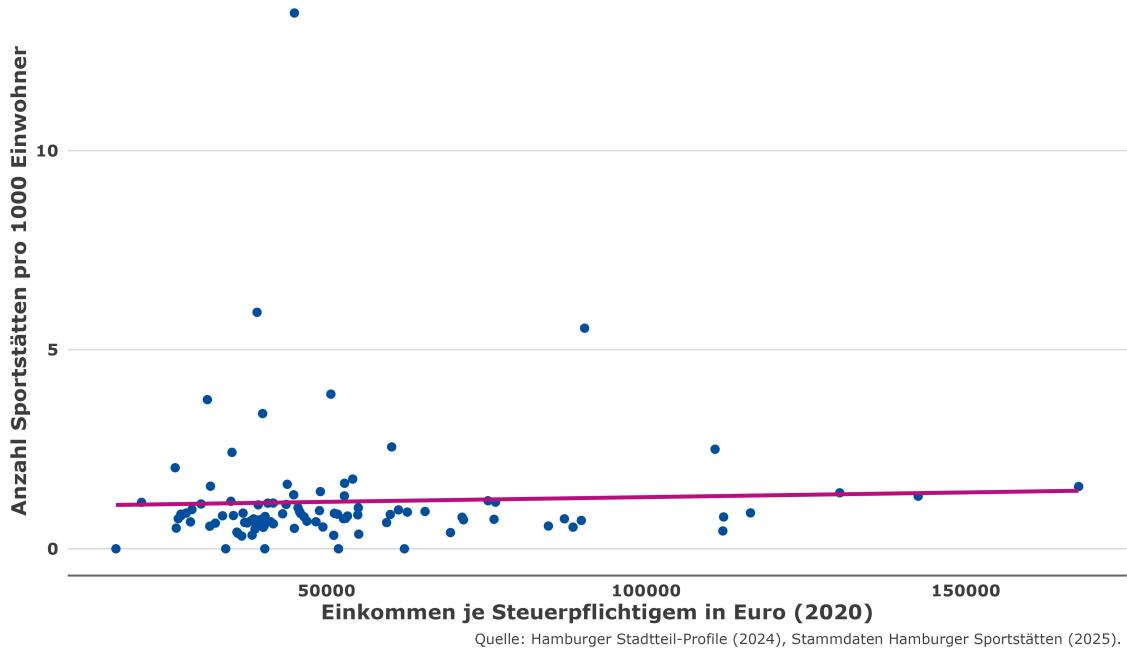
Darüber hinaus trägt eine strategische Verteilung von Sportstätten zu einer nachhaltigen Stadtentwicklung bei. Kurze Wege fördern aktive Mobilität wie Radfahren und Zufußgehen, reduzieren Verkehrsemissionen und stärken die Aufenthaltsqualität im Quartier. Gleichzeitig fungieren Sportstätten als soziale Begegnungsräume, die lokale Netzwerke zwischen Schulen, Vereinen und sozialen Einrichtungen unterstützen. Insgesamt zeigt sich, dass die Erreichbarkeit sportlicher Infrastrukturen maßgeblich bestimmt, wie inklusiv, gesundheitsfördernd und ökologisch verträglich das städtische Sport- und Bewegungsangebot gestaltet ist.



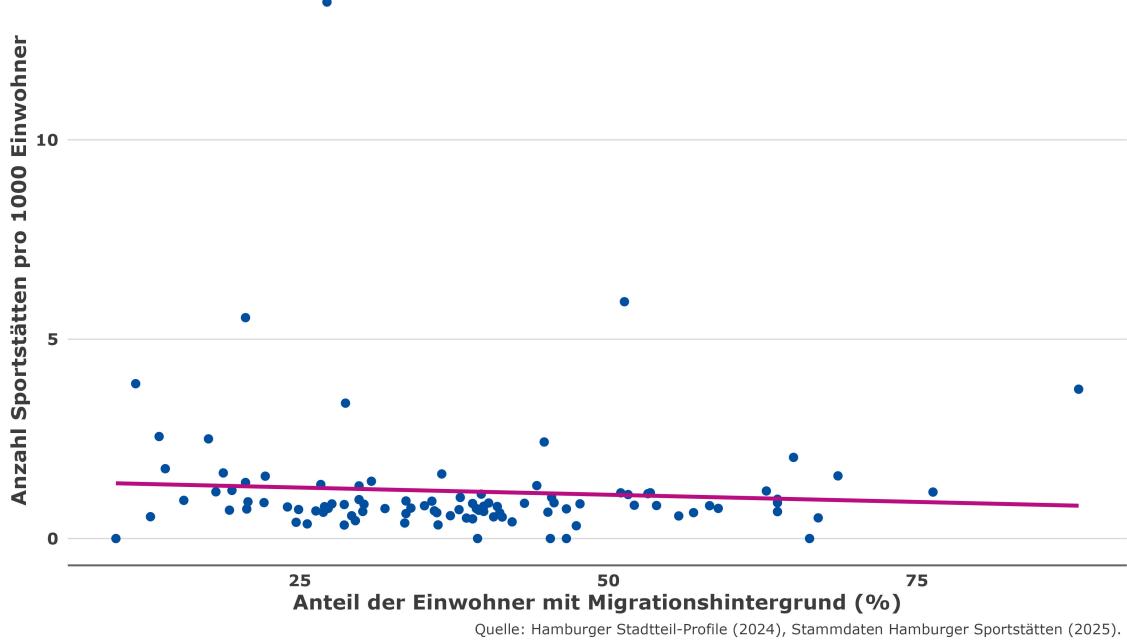
Quelle: Hamburger Stadtteil-Profile (2024), Stammdaten Hamburger Sportstätten (2025).

**Abbildung 23:** Öffentliche Sportstätten in Hamburger Stadtteilen pro 1000 Einwohner

Abbildung 23 zeigt die öffentliche Sportstättendichte (d.h. die Anzahl der öffentlichen Sportstätten pro 1.000 Einwohner) für die 97 Hamburger Stadtteile. Dabei schwankt die Dichte bei einem Mittelwert von 0,99 zwischen 0 und 6 öffentlichen Sportanlagen pro 1.000 Einwohner. Einige wenige Stadtteile verfügen über gar keine öffentlichen Sportanlagen, wie z.B. die räumlich kleine und eng bebaute Altstadt. Andere, eher dünn besiedelte Stadtteile wie Neuland und Gut Moor (5,9), oder Moorburg und Altenwerder (5,5) weisen die höchste Dichte auf. Diese starken Abweichungen sind aber oft Besonderheiten, die durch die lokalen Gegebenheiten determiniert sind. So hat Neuland und Gut Moor durch seine Lage am Wasser relativ zur Bevölkerung sehr viele Wassersportanlagen.



**Abbildung 24:** Zusammenhang zwischen Einkommen und Sportstätten



**Abbildung 25:** Zusammenhang zwischen Migrationsanteil und Sportstätten

Damit die integrationsfördernde Wirkung des Sports in sozialer Hinsicht optimal wirken kann ist es wünschenswert, dass die Versorgung mit Sportstätten in Stadtteilen mit geringerem Durchschnittseinkommen zumindest nicht niedriger ausfällt als in wohlhabenden Stadtteilen. Wie Abbildung 24 zeigt, ist dies in Hamburg tatsächlich gewährleistet. An der horizontalen Achse ist das durchschnittliche Einkommen je Steuerpflichtigem und Stadtteil abgetragen während die vertikale Achse die Anzahl der öffentlichen Sportstätten pro 1.000 Einwohner zeigt. Regressiert man die Sportstättendichte auf das Durchschnittseinkommen, so zeigt sich kein statistisch signifikanter Zusammenhang zwischen beiden Größen, was durch die nahezu horizontale Regressionsgerade visualisiert wird.

Ein vergleichbares Ergebnis ergibt sich für den Zusammenhang zwischen öffentlichen Sportstättendichte und Anteil der Bevölkerung mit Migrationshintergrund (vgl. Abbildung 25). Auch hier ergibt sich eine nahezu horizontale Regressionsgerade und keine statistisch signifikanter Zusammenhang zwischen beiden Größen.

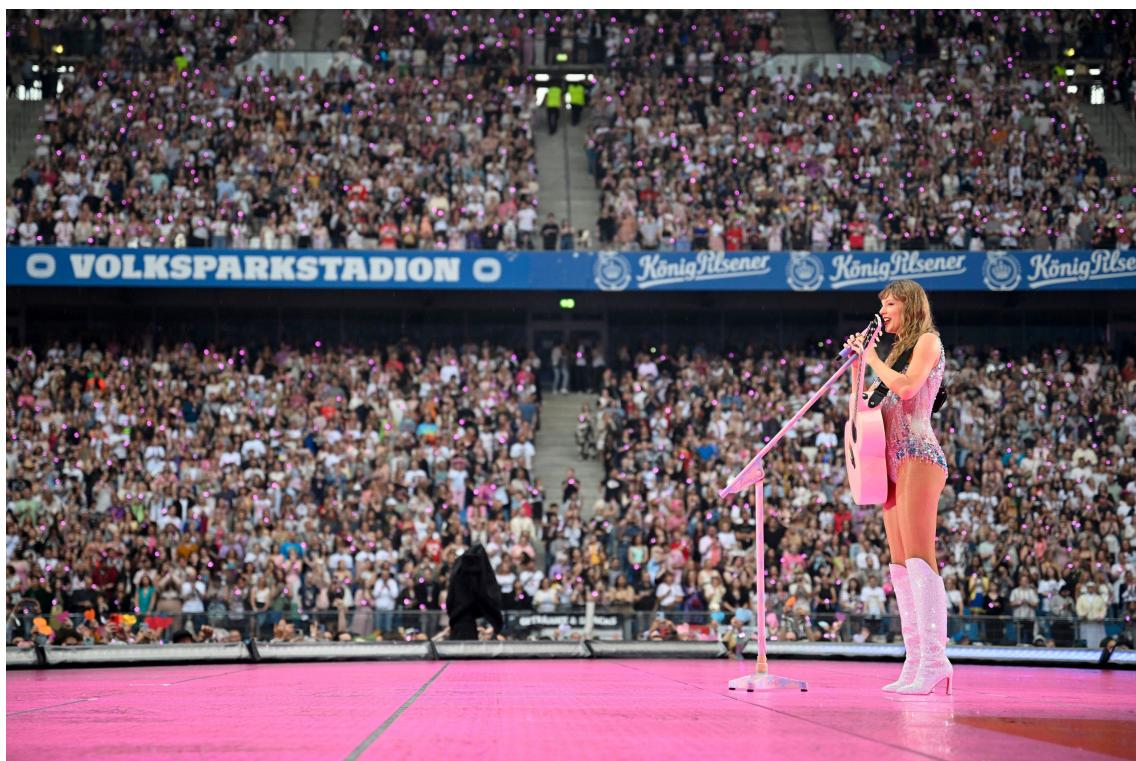
### 3.6 Zweitnutzung von Sportstätten am Beispiel der Taylor Swift Konzerte

Sportstätten sind nicht nur Orte für sportliche Wettkämpfe oder Trainingseinheiten, sondern bieten - je nach ihrer Größe, Ausstattung und Infrastruktur - auch vielfältige Nutzungsmöglichkeiten für andere Veranstaltungen. Moderne Stadien, Hallen und Arenen werden zunehmend als multifunktionale Veranstaltungsorte konzipiert, um ihre Auslastung zu erhöhen und wirtschaftlich rentabler zu sein.

Sportstätten werden oft für soziale oder gemeinnützige Zwecke eingesetzt, etwa als Wahl- oder Impfzentren, Orte für Schulfeste, Benefizveranstaltungen oder Gemeindeversammlungen. Auch im Bereich der Freizeitnutzung gewinnen sie an Bedeutung: Fitnesskurse, Flohmärkte oder Filmvorführungen finden dort immer häufiger statt. In großen Sportstätten finden oft Konzerte, Messen, Kongresse oder kulturelle Events statt. Weitläufige Flächen, Tribünen und technischen Anlagen ermöglichen es, große Besucherzahlen aufzunehmen und Veranstaltungen in beeindruckender Atmosphäre durchzuführen. Während Sporthallen und Arenen ideale Orte für Ausstellungen, Firmenveranstaltungen oder Shows sind werden Stadien häufig für Musikfestivals oder Open-Air-Konzerte genutzt.

Ein prominentes Beispiel für die kulturelle Zweitnutzung ist das Volksparkstadion, welches vorrangig als Spielort des Fußball-Bundesligisten Hamburger Sport-Verein dient. Es wurde 1953 im Stadtteil Bahrenfeld eröffnet und zwischen 1998 und 2000 zu einem reinen Fußballstadion umgebaut. Es verfügt über über 57.000 Zuschauerplätze, von denen 10.000 Stehplätze, 3.620 Business-Seats, 711 Logenplätze und 120 rollstuhlgerechte Plätze sind. Seit der Fertigstellung des Umbaus im Jahr 2000 fanden im Volksparkstadion Hamburg zahlreiche große Konzerte internationaler Stars statt. Dazu gehören die Auftritte von Tina Turner (2000), Depeche Mode (2009 und 2013), Metallica (2014 und 2023), AC/DC, Coldplay und Rihanna (alle 2016), P!nk (2019), Harry Styles (2022), Beyoncé und The Weeknd (2023) und Ed Sheeran (2025).

Am 23. und 24. Juli 2024 erlebte Hamburg zwei Konzerte des Weltstars Taylor Swift im Rahmen der „The Eras Tour“, anhand derer die wirtschaftliche Bedeutung von Großveranstaltungen in Sportstätten gut illustriert werden kann. Die Konzerte wurden von einer Hamburger Konzertagentur vermarktet, die Ticketing-Einnahmen der beiden Hamburger Konzerte können allein auf ca. 20 Millionen Euro geschätzt werden. Auch wenn der größte Teil der diesbezüglichen Einnahmen an die Künstlerin fällt, bleibt ein Teil davon in der Region. Neben dem Gewinnanteil des lokalen Vermarkters wurde aus den Erlösen die Stadionmiete an den Hamburger Sport-Verein,<sup>6</sup> sowie die Gehälter der für die Events angestellten Tageskräfte (Sicherheit, Organisation) gezahlt. Über die angestellten Kräfte bleibt auch ein Teil der Cateringeinnahmen rund um das Konzert in Hamburg. Weiterhin kann davon ausgegangen werden, dass ein erheblicher Teil der Konzertbesucher von auswärts angereist war und zum Zwecke des Konzertbesuchs mindestens eine Nacht in Hamburg oder Umgebung übernachtet hat, was an den Veranstaltungstagen nach einer Auswertung des Mastercard Economic Institute (Schmitz-Engels 2024) zu einem Anstieg der Einkünfte im Beherbergungsgewerbe von immerhin 9% führte, was unter anderem auch aus einem starken Anstieg der Hotelpreise an den Konzerttagen herrührte (Überschär 2024); die Einnahmen in der Gastronomie stiegen sogar um 15% (Schmitz-Engels 2024).



**Abbildung 26:** Taylor Swift Konzerte im Volksparkstadion, Juli 2024

Die Räumlichkeiten des Volksparkstadions werden aber nicht nur für Konzerte, sondern auch für eine Vielzahl anderer Veranstaltungen genutzt.<sup>7</sup> So fanden im Jahr 2024 allein 88

<sup>6</sup>Laut Schätzungen des Hamburger Abendblatts hat der Hamburger Sport-Verein ca. 1 Million Euro an den Konzerten verdient (Walther 2024).

<sup>7</sup>Die im Folgenden genannten Zahlen wurden vom Hamburger Sport Verein zur Verfügung gestellt.

Firmenveranstaltungen mit insgesamt ca. 7.000 Besuchern sowie 9 Messen mit ca. 5.000 Besuchern auf dem Gelände des HSV statt. Auch das HSV-Museum und Stadionführungen locken Besucher an, im Jahr 2024 allein 38.000. Zudem wurden in den Räumlichkeiten insgesamt 467 Kindergeburtstage gefeiert sowie 29 Kids-Veranstaltungen mit insgesamt 12.000 Teilnehmern durchgeführt.



## 4. Die Hamburgische Sportwirtschaft

Die vorangegangenen Kapitel haben bereits an einigen Stellen aufgezeigt, dass der Sport in seinen vielfältigen Ausprägungen viele wirtschaftliche Effekte erzeugt. Im Rahmen dieses Kapitels wird nun die wirtschaftliche Dimension des Sports systematisch und ausführlich dargestellt und quantifiziert.

Die verschiedenen Effekte, die Sport als Wirtschaftsfaktor begründen, wurden bereits in Kapitel 2.4 in direkte, indirekte und induzierte Auswirkungen eingeteilt. Dieses Kapitel beginnt damit, zuerst die direkten Effekte im Kernbereich des Sports darzustellen. Indem Menschen im Sportbereich beschäftigt sind und Unternehmen dort Umsatz generieren, erzeugen nicht kommerzielle sportliche Aktivitäten ebenso wie Leistungs- und Berufssport Bruttowertschöpfung und tragen somit zum Hamburgischen Bruttoinlandsprodukt bei.

### 4.1 Kernbereich der Hamburgischen Sportwirtschaft

Der Kernbereich der Hamburgischen Sportwirtschaft setzt sich, abgeleitet aus der in Kapitel 2.4 beschriebenen Vilnius-Sportdefinition, aus folgenden sechs Wirtschaftsbereichen zusammen:

- Sport- und Freizeitunterricht
- Betrieb von Sportanlagen
- Sportvereine
- Fitnesszentren
- Sonstige Dienstleistungen des Sports
- Sonstige Dienstleistungen der Unterhaltung und Erholung

Diesen Bereichen sind, durch die der amtlichen Statistik zu Grunde liegenden Klassifikation der Wirtschaftszweige aus dem Jahr 2008 (WZ 2008), eindeutig abgrenzbar

wirtschaftliche Tätigkeiten zugeordnet. In Tabelle 4 werden alle Wirtschaftsbereiche, die direkte Effekte des Sports auf die Wirtschaft Hamburgs abbilden, im Einzelnen aufgeführt und beschrieben (vgl. Statistisches Bundesamt 2008).<sup>1</sup>

Bereich	Beschreibung
<b>Sport- und Freizeitunterricht</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erteilung von Sportunterricht für Gruppen, unabhängig davon, ob dieser in Schulen oder z.B. Sportferienlagern stattfindet</li> <li>• Sportunterricht für Einzelpersonen</li> <li>• Berücksichtigt werden alle Sportarten, auch bspw. Reit- und Schwimmunterricht</li> </ul>
<b>Betrieb von Sportanlagen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Management und Bereitstellung von Betriebspersonal für Anlagen, in denen Sportveranstaltungen stattfinden (z. B. Sportstadien, Schwimmbäder, Bowlingbahnen, Golfplätze)</li> <li>• Erfasst wird auch die Durchführung von Sportveranstaltungen in eigenen Anlagen</li> <li>• Amateur- und Profisport</li> </ul>
<b>Sportvereine</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tätigkeiten aller Hamburger Sportvereine, die ihren Mitgliedern sportliche Aktivitäten anbieten, z. B. Fußball-, Box- oder Schießvereine</li> <li>• Professionelle, halbprofessionelle und Amateurvereine</li> </ul>
<b>Fitnesszentren</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tätigkeiten von Fitness- und Bodybuildingclubs sowie entsprechenden Einrichtungen</li> </ul>
<b>Sonstige Dienstleistungen des Sports</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Durchführung von Sportveranstaltungen, ggf. inklusive Bereitstellung von Sportanlagen</li> <li>• Tätigkeiten zur Förderung von Sportveranstaltungen</li> <li>• Arbeit von Schiedsrichterinnen und Schiedsrichtern sowie Einzelsportlerinnen und Einzelsportlern.</li> <li>• Tätigkeiten von Sportligen und Regulierungsstellen</li> </ul>
<b>Sonstige Dienstleistungen der Unterhaltung und Erholung</b>	<p>u.a.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Betrieb von Yachthäfen</li> <li>• Tätigkeiten in Parks und an Stränden im Zusammenhang mit Sport</li> </ul>

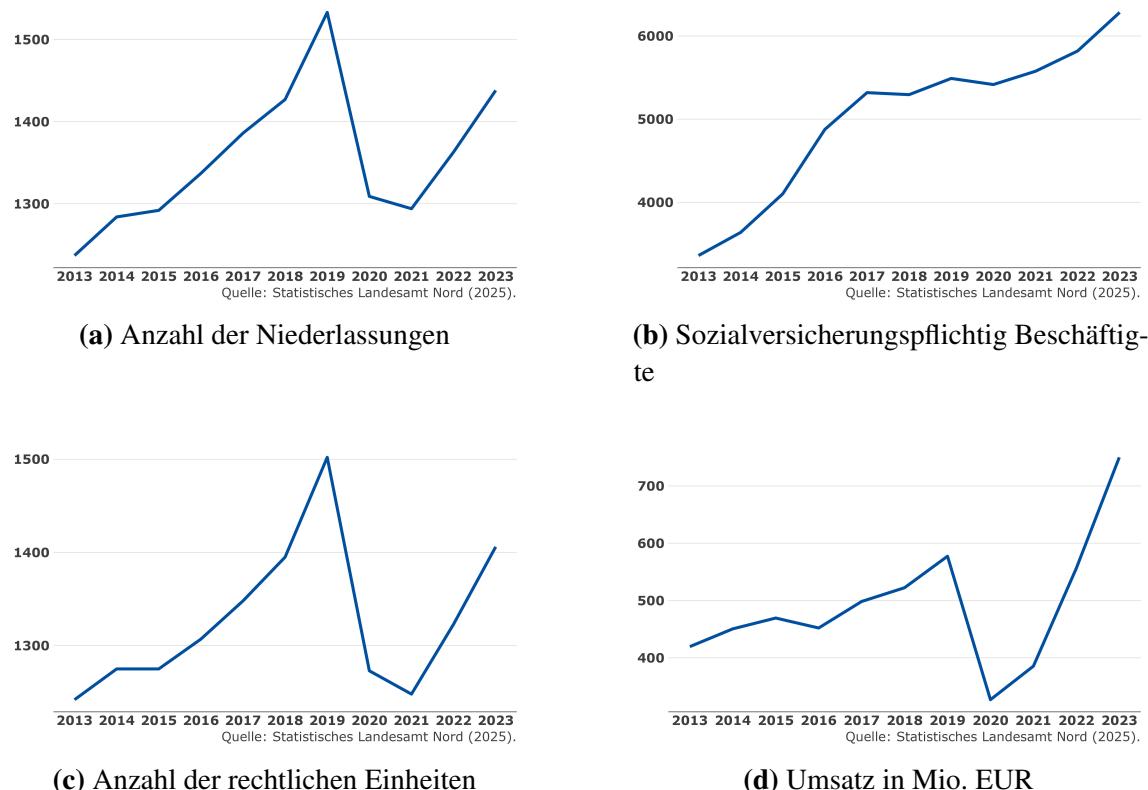
**Tabelle 4:** Übersicht über wirtschaftliche Kernbereiche des Sports

Das statistische Unternehmensregister des Statistischen Landesamts Nord stellt eine ausreichend differenzierte Datenbasis für Auswertungen zu Unternehmensanzahl, Beschäftigungssituation und Umsatzentwicklung dieser sechs Kernbereiche der Hamburgischen

<sup>1</sup>Gemäß der formalen Bezeichnung im Rahmen der WZ 2008 handelt es sich hierbei um Wirtschaftsklassen (4-Steller) mit den Codes 85.51. (Sport- und Freizeitunterricht), 93.11. (Betrieb von Sportanlagen), 93.12. (Sportvereine), 93.13. (Fitnesszentren) und 93.19. (Erbringung von sonstigen Dienstleistungen des Sports). Auch die Klasse 92.29. (Erbringung von sonstigen Dienstleistungen der Unterhaltung und Erholung a.n.g.) wird zum Kernbereich der Sportwirtschaft gezählt, obwohl diese teilweise nicht sportbezogene Tätigkeiten umfasst. Dies wird mit der Bedeutung begründet, die einzelne erfasste Aktivitäten, wie bspw. der Betrieb von Yachthäfen, für die Hamburgische Sportwirtschaft haben.

Sportwirtschaft zur Verfügung (Statistisches Landesamt Nord 2025).<sup>2</sup> Die aktuellsten, derzeit verfügbaren Daten aus dem statistischen Unternehmensregister stammen aus dem Jahr 2023. Aussagen zu der Bruttowertschöpfung des Kernbereichs der Hamburger Sportwirtschaft und ihrem konkreten Beitrag zum Bruttoinlandsprodukt Hamburgs können leider nicht aus Daten der amtlichen Statistik gewonnen werden, da die veröffentlichten Angaben nicht den dafür notwendigen Detailgrad aufweisen.

Abbildung 27 zeigt die Entwicklung der vorhandenen Indikatoren für die Hamburger Sportwirtschaft in den Jahren 2013 bis 2023. Dargestellt sind die Anzahl der regionalen Niederlassungen von Unternehmen<sup>3</sup> in Hamburg und der darin angestellten sozialversicherungspflichtig Beschäftigten. Des Weiteren wird die Anzahl der rechtlichen Einheiten, d.h. der Unternehmen, die ihren Unternehmenssitz in Hamburg haben,<sup>4</sup> und der von ihnen erwirtschaftete nominale Umsatz abgebildet.<sup>5</sup>



**Abbildung 27:** Indikatoren des Kernbereichs der Hamburgischen Sportwirtschaft

<sup>2</sup>Das statistische Unternehmensregister umfasst alle wirtschaftlich aktiven Unternehmen. Es weist jedoch systematische Lücken bei Solo-Selbstständigen, Kleingewerbetreibenden, freien Berufen, nichtmarktproduzierenden Organisationen sowie bei Unternehmen, die keine Umsatzsteuer abführen oder keine Beschäftigten haben, auf (vgl. Eschwege 2021).

<sup>3</sup>Eine Niederlassung beschreibt eine örtlich abgegrenzte Einheit, die einer rechtlichen Einheit zugeordnet ist. Sie zeichnet sich durch rechtliche Unselbstständigkeit aus (vgl. Statistisches Bundesamt 2024).

<sup>4</sup>Eine rechtliche Einheit im Unternehmensregister beschreibt eine natürliche Person, die wirtschaftlich tätig ist, eine juristische Person oder eine Personenvereinigung. Auch die Ausübung einer freiberuflichen Tätigkeit und das Halten von Beteiligungen an anderen rechtlichen Einheiten zählt zu den erfassten wirtschaftlichen Tätigkeiten (vgl. Statistisches Bundesamt 2024).

<sup>5</sup>Zu beachten ist hierbei, dass der Gesamtumsatz auch Umsätze von Niederlassungen eines Unternehmens mit Sitz in Hamburg enthalten kann, die sich außerhalb Hamburgs befinden.

Die Entwicklung der Anzahl der Niederlassungen (**a**) und rechtlichen Einheiten (**c**) im Kernbereich der Hamburgischen Sportwirtschaft verlief in den Jahren 2013 bis 2023 überwiegend parallel. Gegenüber dem Startjahr 2013 sind beide Kennzahlen angestiegen. Es sind 201 Niederlassungen (+ 16%) und 164 rechtliche Einheiten (+ 13%) hinzugekommen, so dass es 2023 in Hamburg geringfügig mehr Niederlassungen (1438) als rechtliche Einheiten (1408) gab.<sup>6</sup> Die Corona-Pandemie in den Jahren 2020 bis Beginn 2022 hat sich durch die Einschränkung des öffentlichen Lebens und der Möglichkeiten Sport auszuüben stark negativ auf die Unternehmensanzahl ausgewirkt. Die Anzahl der Niederlassungen brach um 18%, und die Anzahl der rechtlichen Einheiten um 20% ein. In 2023 hatten beide Kennzahlen trotz starker Zunahme ihren Vor-Corona Stand noch nicht wieder erreicht.

Der Umsatz des Kernbereichs der Hamburgischen Sportwirtschaft ist in den Jahren 2013 bis 2023 um 79% auf 750 Mio. EUR angestiegen.<sup>7</sup> Auch hier ist in Abbildung 27 in Teil (**d**) eine coronabedingte Zäsur zu erkennen. Der Tiefpunkt des Umsatzvolumens wurde bereits ein Jahr früher als bei den Unternehmenszahlen im Jahr 2020 erreicht, in dem der Umsatz des Kernbereichs der Hamburger Sportwirtschaft um 43% (- 250 Mio. EUR) eingebrochen ist. Im Anschluss daran kann eine deutliche Erholung der Umsatzsituation in der Hamburgischen Sportwirtschaft beobachtet werden. In 2023 stellte sich diese sogar positiver als vor der Corona-Pandemie dar. Bei der Interpretation dieser Daten ist zu beachten, dass das statistische Unternehmensregister den nominalen Umsatz erfasst. Gerade in der Phase nach der Corona-Pandemie ist wegen der starken Preisdynamiken davon auszugehen, dass das Umsatzwachstum nicht nur substanzelle Änderungen abbildet. Eine Deflationierung der Umsatzzeitreihe mit dem Deutschen Verbraucherpreisindex zeigt, dass auch nach Preisbereinigung ein Umsatzplus sowohl zum Vor-Corona Stand (+ 11%) als auch zum Jahr 2013 (+ 43%) erwirtschaftet wurde.

Bei der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung ist kein Corona-Einbruch zu erkennen. Während der Jahre 2020 bis 2022 ist in Abbildung 27 in Teil (**b**) eher eine Seitwärtsbewegung auf gleichbleibendem Niveau zu beobachten. Kurzarbeitsregelungen und weitere unterstützende Maßnahmen haben in der Krise den Arbeitsmarkt stabilisiert. Vor diesem Hintergrund kann darauf geschlossen werden, dass der bereits beschriebene Einbruch der Unternehmenszahlen vor allem auf die Geschäftsaufgabe von Solo-Selbstständigen und kleineren Unternehmen ohne sozialversicherungspflichtige Beschäftigte zurückzuführen ist. Insgesamt ist die Anzahl sozialversicherungspflichtiger Beschäftigter im Kernbereich der Hamburgischen Sportwirtschaft in den Jahren 2013 bis 2023 um 87% auf 6.284 Personen angewachsen.

Tabelle 5 stellt die Indikatoren für den Kern der Sportwirtschaft Hamburgs im Jahr 2023, aufgegliedert nach seinen einzelnen Bereichen dar. Diese differenzierte Betrachtung wird durch Abbildung 28 ergänzt, die die strukturelle Zusammensetzung des Kernbereichs der Hamburgischen Sportwirtschaft in diesem Jahr abbildet.

<sup>6</sup>Für alle folgenden zeitlichen Vergleiche ist zu beachten, dass die Zeitreihen aus dem Statistischen Unternehmensregister im betrachteten Zeitraum kleineren Strukturbrüchen unterliegen. Hervorzuheben ist dabei z.B. die Veränderung der Referenzschwellen für aktive Unternehmen (vgl. Eschwege 2021).

<sup>7</sup>Im Gegensatz zur Bruttowertschöpfung enthält der Umsatz von Unternehmen neben der Wertschöpfung des eigenen Unternehmens auch die Kosten vorgelagerter Wertschöpfung. Des Weiteren werden Umsätze dem Unternehmenssitz und nicht ihrem Entstehungsort zugerechnet.

Bereich	Anzahl der Niederlassungen	Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	Anzahl der rechtlichen Einheiten	Umsatz in Mio. EUR
Sport- und Freizeitunterricht	477	311	472	55
Betrieb von Sportanlagen	59	776	58	65
Sportvereine	241	2.311	240	196
Fitnesszentren	183	1.351	163	122
Sonstige Dienstleistungen des Sports	152	490	146	115
Dienstleistungen der Unterhaltung und der Erholung a. n. g.	326	1.046	327	197
<b>Kernbereich insgesamt</b>	<b>1.438</b>	<b>6.284</b>	<b>1.408</b>	<b>750</b>

Quelle: Statistisches Landesamt Nord (2025).

**Tabelle 5:** Kennzahlen des Kernbereichs der Hamburgischen Sportwirtschaft in 2023

Der Bereich Sport- und Freizeitunterricht wies im Jahr 2023 mit 477 Niederlassungen und 472 rechtlichen Einheiten die höchste Anzahl wirtschaftlich aktiver Unternehmen auf. Dies entsprach 33,2% der Niederlassungen bzw. 33,6% der rechtlichen Einheiten der Hamburgischen Sportwirtschaft. Trotz der hohen Unternehmenszahlen erwirtschaftete dieser Bereich mit 55 Mio. EUR den geringsten Anteil am Gesamtumsatz (7,3%). Der Anteil der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten im Bereich Sport- und Freizeitunterricht fiel mit 4,9% noch kleiner aus. Es fällt auf, dass die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Höhe von 311 Personen geringer war als die Anzahl der Niederlassungen in diesem Bereich. Dies alles weist darauf hin, dass der Bereich Sport- und Freizeitunterricht durch Solo-Selbstständigkeit, sehr kleine Unternehmen und geringfügige Beschäftigungsverhältnisse charakterisiert ist.

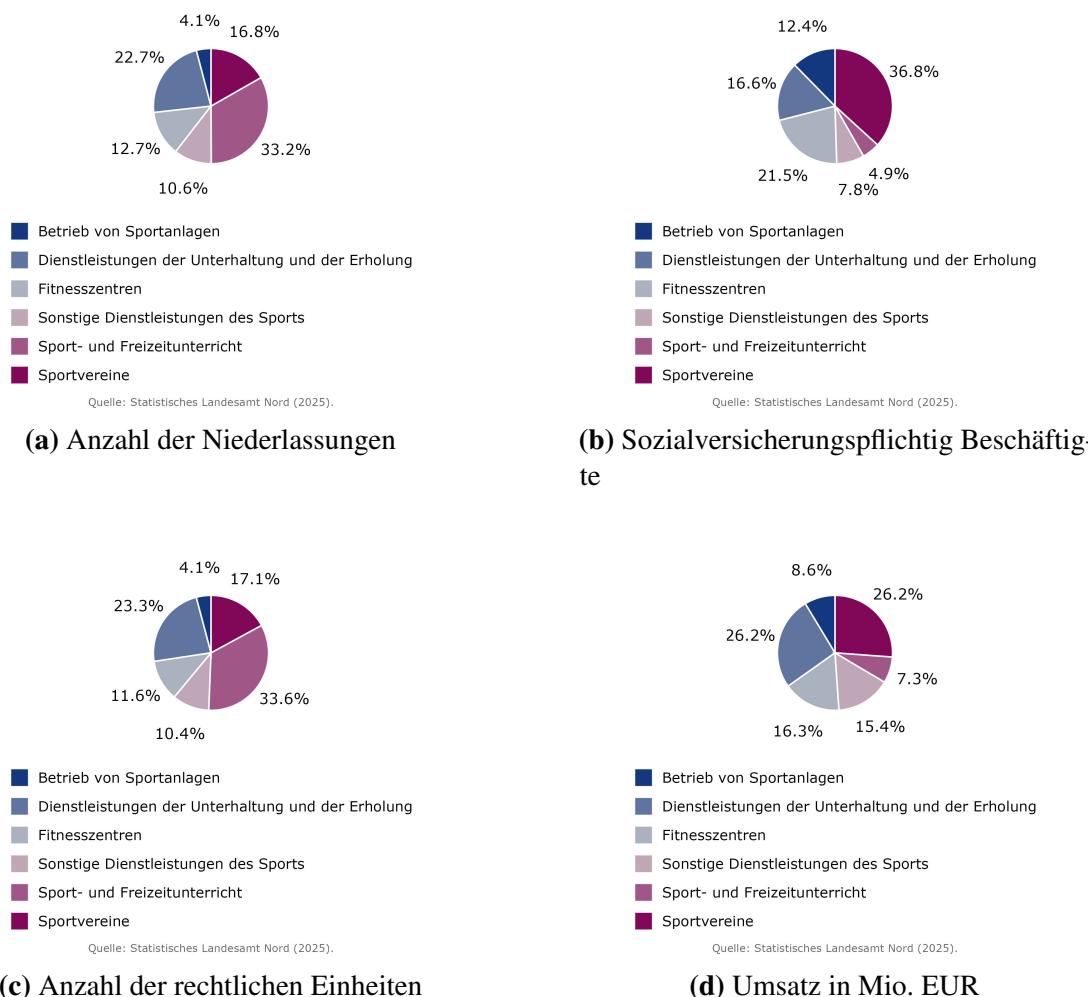
Im Bereich Betrieb von Sportanlagen wurden im Jahr 2023 59 Niederlassungen mit 776 sozialversicherungspflichtig Angestellten erfasst. 58 rechtliche Einheiten dieses Bereichs erwirtschafteten 65 Mio. EUR Umsatz. Der Betrieb von Sportstätten wies den geringsten Anteil an der Gesamtzahl der Niederlassungen bzw. rechtlichen Einheiten auf (jeweils 4,1%).

In den 241 Niederlassungen von Sportvereinen war 2023 die größte Anzahl an sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten, 2.311 Personen, angestellt. Dies waren mehr als ein Drittel (36,1%) aller im Kernbereich der Hamburgischen Sportwirtschaft sozialversicherungspflichtig Beschäftigten. Die 240 rechtlichen Einheiten dieses Bereichs erwirtschafteten mit 196 Mio. EUR im Jahr 2023 einer der höchsten Anteile am Gesamtumsatz (26,2%).

Der zweitgrößte Arbeitgeber für sozialversicherungspflichtige Beschäftigte innerhalb des Kernbereichs der Hamburgischen Sportwirtschaft waren die 183 Niederlassungen von Fitnesszentren. Sie beschäftigten 1351 Arbeitnehmer (21,5%). Auf die 163 rechtlichen Einheiten der Fitnesszentren entfielen 16,3% des Gesamtumsatzes des Kernbereichs der Hamburgischen Sportwirtschaft (122 Mio. EUR).

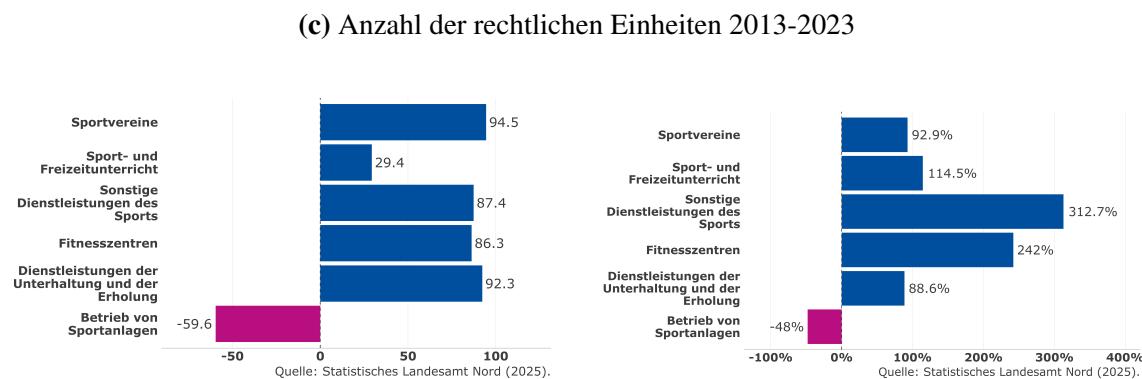
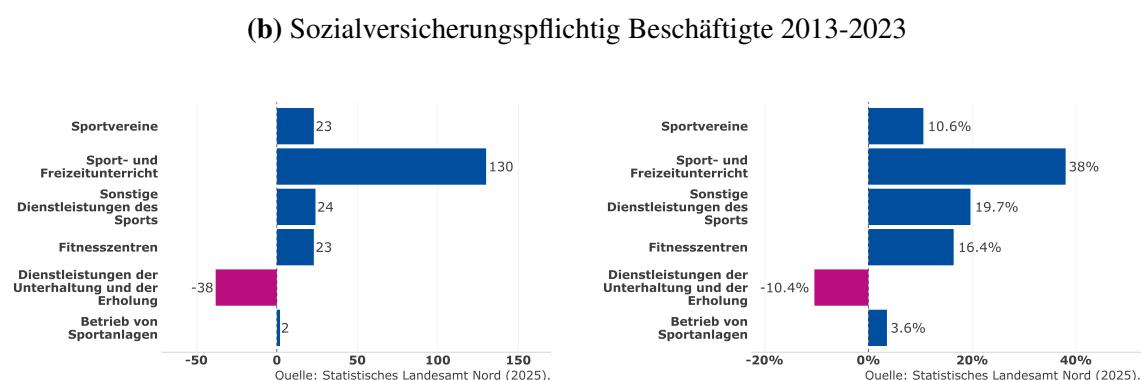
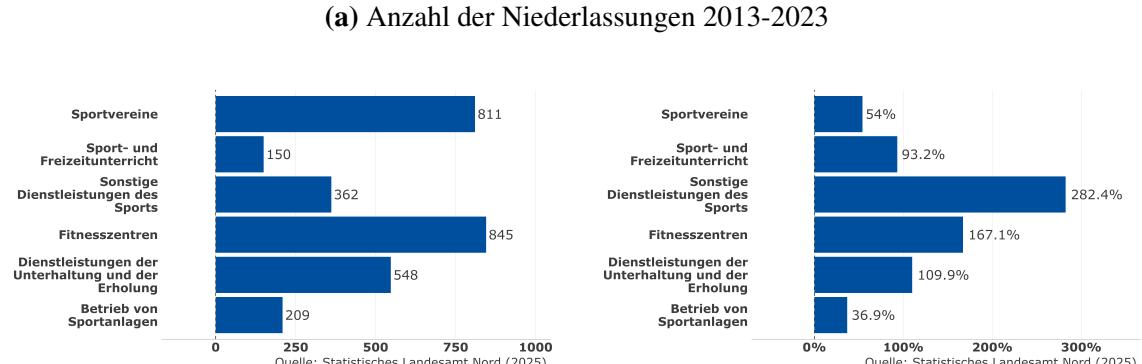
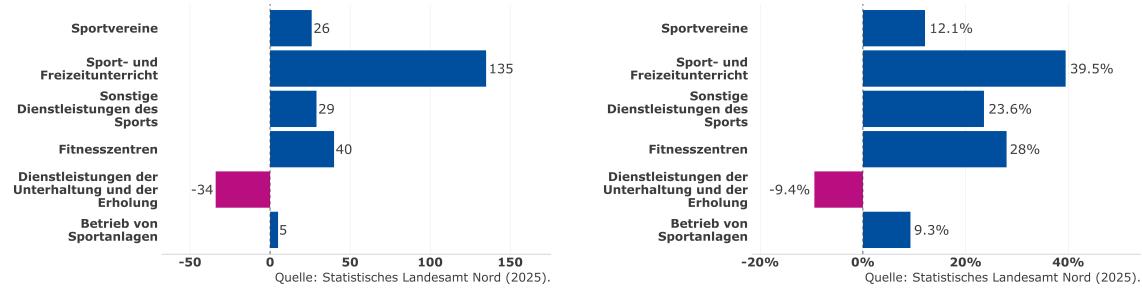
In Hamburg gab es im Jahr 2023 insgesamt 152 Niederlassungen und 146 rechtliche Einheiten, die sonstige Dienstleistungen des Sports anboten. Ihre 490 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten machten 7,8% der gesamten Beschäftigung im Kernbereich der Hamburgischen Sportwirtschaft aus. Dieser Bereich erwirtschaftete 146 Mio. EUR, d.h. 15,4% des Gesamtumsatzes.

Im Bereich der Dienstleistungen der Unterhaltung und Erholung existierten 2023 326 Niederlassungen mit 1.046 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (16,6%). Die 327 rechtlichen Einheiten waren mit einem Umsatzvolumen von 197 Mio. EUR neben den Sportvereinen der umsatzstärkste Bereich. Sie hatten einen Anteil von 26,2% am Gesamtumsatz des Kernbereichs der Hamburgischen Sportwirtschaft.



**Abbildung 28:** Strukturelle Zusammensetzung des Kernbereichs der Hamburgischen Sportwirtschaft in 2023

Abschließend stellt Abbildung 29 die Dynamiken der einzelnen Bereiche im 10-Jahreszeitraum von 2013 bis 2023 dar. Dabei zeigt das linke Balkendiagramm die absolute und das rechte die prozentuale Veränderung der jeweiligen Kennzahlen.



**Abbildung 29:** Absolute und relative Veränderung der Bereiche der Hamburgischen Sportwirtschaft in den Jahren 2013 bis 2023

Die Anzahl der Sportvereine hat in den Jahren 2013 bis 2023 um 26 Niederlassungen bzw. 23 rechtliche Einheiten zugenommen. Das vergleichsweise moderate Wachstum

der Anzahl der Niederlassungen von 12,1% ging einher mit 811 zusätzlichen sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (+ 54%). Eine um 10,6% höhere Anzahl an rechtlichen Einheiten realisierte ein Umsatzwachstum in Höhe von 94,5 Mio. EUR. (+ 92,9%) Die absoluten Anstiege der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung und des Umsatzes gehören zu den größten positiven Veränderungen der einzelnen Bereiche. Prozentual sind die beiden Kennzahlen in den meisten anderen Bereichen jedoch wesentlich dynamischer gewachsen.

Im Bereich des Sport- und Freizeitunterrichts hat die Unternehmensanzahl sowohl absolut als auch relativ mit Abstand am stärksten zugenommen. In den Jahren 2013 bis 2023 ist die Anzahl der Niederlassungen um 135 (+ 39,5%) und die der rechtlichen Einheiten um 140 (+ 38%) gewachsen. Einen noch stärkeren Anstieg verzeichnete die sozialversicherungspflichtige Beschäftigung (+ 98,2%). Sozialversicherungspflichtige Beschäftigungsverhältnisse haben in diesem Bereich an Bedeutung gewonnen. In absoluten Zahlen ist das Plus an 150 Beschäftigten jedoch das geringste aller betrachteten Bereiche. Ebenso verhält es sich bezüglich des durch rechtliche Einheiten des Sport- und Freizeitunterrichts erwirtschafteten Umsatzes, der um 29 Mio. EUR (+ 114,5%) zugenommen hat.

Im Hinblick auf Beschäftigung und Umsatz weist der Bereich sonstiger Dienstleistungen des Sports die dynamischste Entwicklung auf. Ungeachtet des vergleichsweise moderaten Wachstums der Unternehmensanzahl (Niederlassungen + 23,6% bzw. rechtliche Einheiten + 19,7%) ist die sozialversicherungspflichtige Beschäftigung um herausragende 282,4% (+ 362 Personen) und der Umsatz um 312,7% (+ 87,4 Mio. EUR) gewachsen.

Auch die Anzahl der Fitnesszentren in Hamburg hat in den Jahren 2013 bis 2023 zugenommen. In den um 28% gewachsenen Niederlassungen kam es zum stärksten absoluten Anstieg der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung aller Bereiche des Kerns der Hamburgischen Sportwirtschaft. Die Anzahl sozialversicherungspflichtiger Beschäftigter in Fitnesszentren stieg im Betrachtungszeitraum um 845 Personen (+ 167,1%). Des gleichen realisierte die um 16,4% angestiegene Anzahl rechtlicher Einheiten dieses Bereichs ein starkes Umsatzplus in Höhe von 86,3 Mio. EUR (+ 242%).

Der höchste absolute Umsatzanstieg in Höhe von 92,3 Mio. EUR wurde jedoch im Bereich der Dienstleistungen der Unterhaltung und der Erholung erwirtschaftet. Dies ist umso erstaunlicher, als dass die Anzahl rechtlicher Einheiten (- 38), ebenso wie die Anzahl der Niederlassungen (- 34) in diesem Bereich in den Jahren 2013 bis 2023 geschrumpft ist. Die wenigeren Unternehmen konnten nicht nur ihren Umsatz steigern sondern auch sozialversicherungspflichtige Beschäftigung aufbauen (+ 548 Personen, + 109,9%).

Die Anzahl der Unternehmen im Bereich des Betriebs von Sportstätten hat sich im Zeitraum 2013 bis 2023 kaum verändert. Dennoch ist die sozialversicherungspflichtige Beschäftigung um 209 Personen angestiegen (+ 36,9%). Im Gegensatz zur positiven Umsatzentwicklung aller anderen Bereich des Hamburgischen Sportwirtschaft gab es beim Betrieb von Sportstätten einen starken Umsatzeinbruch in Höhe von 59,6 Mio. EUR (- 48%). Dies geht auf das Jahr 2016 zurück in dem sich der Umsatz des Betriebs von

Sportstätten gegenüber dem Vorjahr halbierte. Seitdem wächst er wieder moderat.<sup>8</sup>

## 4.2 Die Vernetzung der Hamburgischen Sportwirtschaft

Die Bedeutung des Sports für die Wirtschaft geht jedoch weit über die wirtschaftliche Aktivität des Kernbereichs der Hamburgischen Sportwirtschaft hinaus. Da diese weiterreichenden Effekte, wie in Kapitel 2.4 beschrieben, nicht mit Hilfe von Daten der amtlichen Statistik abgebildet werden können, wird im Folgenden die Input-Output-Methodik verwendet, um die wirtschaftliche Bedeutung des Sportsektors für Hamburg abzuschätzen.

### 4.2.1 Beschreibung der Input-Output-Methodik

Zur quantitativen Abschätzung der volkswirtschaftlichen Bedeutung des Sportsektors für eine Region wird oft auf Input-Output-Modelle zurückgegriffen (Ahler 2013; Fichtinger u. a. 2024; Helmenstein, Kleissner und Moser 2006). Im Folgenden soll daher zunächst die Modellklasse der Input-Output-Modelle (I/O-Modelle) in ihren Grundzügen erläutert werden.

Bei der Input-Output-Analyse handelt es sich um eine quantitative Analysemethode, die die wechselseitigen Abhängigkeiten zwischen verschiedenen Wirtschaftszweigen innerhalb einer Volkswirtschaft (oder einer Region) abbildet und ökonomische Verflechtungen adäquat darstellen kann (Leontief 1986). Wie Abbildung 30 am Beispiel der Sportwirtschaft visualisiert, betrachten I/O-Modelle drei Arten von ökonomischen Effekten, die von der Sportwirtschaft ausgehen: direkte Effekte, indirekte Effekte und induzierte Effekte (Miller und Blair 2009).

Die direkten Effekte erweitern die bereits in Kapitel 4.1 enthaltene Beschreibung des Kernbereichs der Sportwirtschaft um eine Abschätzung der unmittelbaren Wertschöpfungswirkungen der in Hamburg ansässigen Sportwirtschaft.

Die indirekten Effekte der Sportwirtschaft in Hamburg erfassen jene Wertschöpfungs- und Beschäftigungswirkungen, die über die direkten Effekte hinausgehen und aus vorgelagerten Liefer- und Leistungsbeziehungen resultieren. Dabei handelt es sich um die Vorleistungsgüter, die für den Vereinsbetrieb und Sportveranstaltungen aufgewendet werden. Konkret fallen darunter Wach- und Sicherheitsdienstleistungen, kreative und unterhaltende Tätigkeiten (u.a. Sportjournalisten und Pressefotografen), Werbedienstleistungen und Reiseveranstalter. Durch die genannten direkten Effekte entstehen also zusätzliche Wertschöpfung und Beschäftigung bei vorgelagerten Zulieferern.

Die induzierten Effekte entstehen daraus, dass in den am Produktionsprozess beteiligten Unternehmen bzw. Vereine und Verbände zusätzliche Einkommen entstehen. Diese werden

<sup>8</sup>Zur Klärung des Hintergrunds dieses Umsatzrückgangs konnte das Statistische Landesamt Nord keine Aussagen treffen, da die Detailinformationen für diesen Zeitpunkt bereits gemäß vorgegebener Regelungen gelöscht wurden.

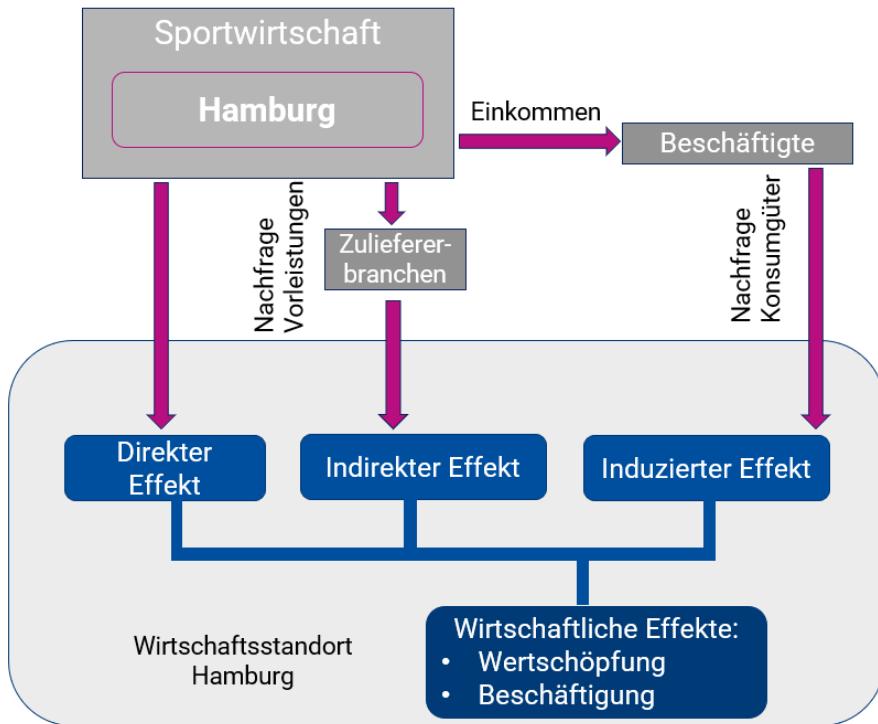


Abbildung 30: Wirkungskanäle Input-Output Analyse

zum Teil gespart, zum Teil aber auch wieder konsumiert. Dadurch entsteht wiederum neue Wertschöpfung und Beschäftigung. Die Summe der sich hieraus ergebenden Wirkungen stellen die induzierten Effekte dar. Ein Teil dieser Konsumgüternachfrage entsteht in Hamburg, d.h. dass die erzielten Einkommen die Nachfrage in Hamburg steigern (Kowalewski 2009).

#### 4.2.2 Datenquellen und Regionalisierung

Grundlage der Analyse bilden Input-Output-Tabellen, die vom Statistischen Bundesamt jährlich veröffentlicht werden (Statistisches Bundesamt 2025b). Diese erfassen für 72 Wirtschaftssektoren – entsprechend der 2-Steller-Ebene der Wirtschaftszweigklassifikation (WZ 2008) – die wertmäßigen Verflechtungen von Waren- und Dienstleistungsströmen zwischen den Sektoren.<sup>9</sup> Die Tabellen ermöglichen es, die wechselseitigen Abhängigkeiten der Wirtschaftsbereiche abzubilden und zu quantifizieren, welche Vorleistungen aus anderen Sektoren für die Produktion eines bestimmten Gutes oder einer Dienstleistung erforderlich sind (Kuhn 2010; Miller und Blair 2009).

Die zum Zeitpunkt der Berichtserstellung aktuellste verfügbare I/O-Tabelle stammt aus dem Jahr 2022. Da die Vorleistungsbeziehungen in diesem Jahr jedoch voraussichtlich noch stark durch die Covid-19-Pandemie verzerrt sind, wird für die Schätzung des I/O-Modells auf die Tabelle aus dem letzten vor-Covid-19-Jahr 2019 zurückgegriffen (Statistisches

<sup>9</sup>Aufgrund der Aggregation bestimmter Sektoren in den Originaldaten ist eine separate Betrachtung aller 88 Wirtschaftszweige nicht möglich.

Bundesamt 2025a). Die Kalibrierung des Modells erfolgt anschließend für das Jahr 2023.

Da Input-Output-Tabellen meist nicht auf regionaler Ebene vorliegen, ist eine Regionalisierung der nationalen Tabellen erforderlich. Diese Studie nutzt hierfür den „Fleggschen Lokationsquotient“ (FLQ), einen Non-Survey-Ansatz mit vergleichsweise hoher Genauigkeit (Flegg, Webber und Elliott 1995; Kowalewksi 2015). Das FLQ-Verfahren basiert auf Daten zur sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung (Statistik der Bundesagentur für Arbeit 2025) und berücksichtigt, dass Unternehmen Vorleistungen nur teilweise aus der eigenen Region beziehen. Diese Korrektur vermeidet eine Überschätzung der indirekten regionalen Effekte.<sup>10</sup> Um die Beschäftigungsdaten mit der I/O-Tabelle zu harmonisieren, war eine Aggregation der Wirtschaftszweige auf 67 Sektoren erforderlich.

### 4.2.3 Ergebnisse

Zur Abschätzung der Bedeutung des Sportsektors in Hamburg werden sowohl die Bruttowertschöpfung als auch die Beschäftigungseffekte herangezogen. Mithilfe der Input-Output-Analyse lassen sich für diese volkswirtschaftlichen Größen sogenannte „Multiplikatoren“ ermitteln, die den direkten Effekt ins Verhältnis zum Gesamteffekt setzen. So gibt der Beschäftigungsmultiplikator beispielsweise an, wie viele Arbeitsplätze in Hamburg insgesamt gesichert werden, wenn im Sportsektor ein zusätzlicher Arbeitsplatz geschaffen wird. Nach dem gleichen Prinzip lässt sich auch die Bruttowertschöpfung analysieren: Für jeden Euro Wertschöpfung, der im Sportsektor entsteht, gibt der Multiplikator an, wie viel Euro Bruttowertschöpfung in Hamburg insgesamt damit verbunden sind.

Für den Sportsektor ergibt sich ein Multiplikator von 2,4 in Bezug auf die Bruttowertschöpfung. Das bedeutet, dass jedem Euro, der im Sportsektor in Hamburg erwirtschaftet wird, insgesamt 2,4 Euro an Bruttowertschöpfung in Hamburg gegenüberstehen. Der Beschäftigungsmultiplikator fällt mit 2,3 ähnlich hoch aus. So sichert ein Arbeitsplatz im Sportsektor insgesamt 2,3 Arbeitsplätze in Hamburg. Diese Schätzungen verdeutlichen, dass der Sektor einen erheblichen zusätzlichen volkswirtschaftlichen Beitrag leistet, der weit über seinen unmittelbaren Bereich hinausgeht.

<sup>10</sup>Für eine ausführliche Darstellung der Methodik vgl. Berlemann und Eurich (2023) und Schröder und Zimmermann (2014).

## Infobox 1

**Multiplikatoreffekte des Sportsektors in Hamburg**

Bruttowertschöpfung



Beschäftigung



- Ein Euro Wertschöpfung im Sportsektor (statistische Definition) steht mit insgesamt 2,4 Euro gesamtwirtschaftlicher Wertschöpfung in Hamburg im Zusammenhang.
- Jeder Beschäftigte im Sportsektor sichert 2,3 Arbeitsplätze in Hamburg.

Quelle: HWWI (2025), eigene Berechnungen.

Die Multiplikatoren geben zunächst einen Einblick in die relative wirtschaftliche Bedeutung des Sektors in Hamburg, erlauben jedoch keine Aussage über die absolute Größenordnung des Sportsektors in Hamburg. Tabelle 6 fasst daher die geschätzten Effekte für das Jahr 2023 zusammen.

Effekt	Beschäftigung (Anzahl)	Bruttowertschöpfung (Mio. Euro)
Direkt	6.284	2.231,29
Indirekt	1.629	572,87
Induziert	6.831	2.507,77
<b>Gesamt</b>	<b>14.744</b>	<b>5.311,94</b>

Quelle: HWWI (2025), eigene Berechnungen.

**Tabelle 6:** Wirtschaftliche Effekte des Sportsektors für Hamburg im Jahr 2023

Die Effekte für den Sportsektor in Hamburg (siehe Tabelle 6) stellen sich wie folgt dar: So arbeiten, wie bereits in Kapitel 4.1 beschrieben, 6.284 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte direkt im Sportsektor und generieren dabei eine Bruttowertschöpfung von 2.231,29 Mio. Euro. Aufgrund der Vorleistungsverflechtungen (indirekte Effekte) entstehen

weitere 1.629 Arbeitsplätze sowie eine Bruttowertschöpfung von 572,87 Mio. Euro in Hamburg. Diese Arbeitsplätze wiederum induzieren konsumbedingt (induzierte Effekte) weitere 6.831 Arbeitsplätze und eine zusätzliche Bruttowertschöpfung von 2.507,77 Mio. Euro. Insgesamt steht somit der Sportsektor mit 14.744 Arbeitsplätzen sowie 5.311,94 Mio. Euro Bruttowertschöpfung innerhalb Hamburgs im Zusammenhang.

Die Schätzungen für den Sektor verdeutlichen, dass der Sportsektor maßgeblich zur Beschäftigungssicherheit und zur wirtschaftlichen Wertschöpfung in Hamburg beiträgt. Dies gilt umso mehr, als dass die durchgeführte Analyse methodenbedingt auf die Beschäftigungs- und die Wertschöpfungseffekte in Hamburg fokussiert. In Anbetracht der Tatsache, dass der Sportsektor in Hamburg auch Vorleistungen aus anderen deutschen Regionen (und natürlich auch aus dem Ausland) bezieht und ein erheblicher Teil der induzierten Konsumgüternachfrage ebenfalls auf Güter aus anderen Regionen Deutschlands und dem Rest der Welt entfällt, stellen die hier angestellten Berechnungen die Untergrenze der vollständigen Beschäftigungs- und Wertschöpfungswirkungen dar.





## 5. Sport-Großveranstaltungen in Hamburg

Im Rahmen des vorangegangenen Kapitels wurde anhand von Daten aus der amtlichen Statistik und unter Verwendung der Input-Output-Methodik aufgezeigt, wie der Sportsektor durch direkte, indirekte und induzierte Effekte Wertschöpfung im eigenen, aber auch in anderen Wirtschaftszweigen schafft. Ein Teil dieser Wertschöpfung entsteht durch sportliche Großveranstaltungen, die in Hamburg in großer Regelmäßigkeit stattfinden. Naturgemäß veröffentlicht die amtliche Statistik keine Daten zu einzelnen Sportevents, so dass deren Wirkung zunächst unsichtbar bleibt. Im Rahmen dieses abschließenden Kapitels sollen diese Effekte anhand einiger ausgewählter sportlicher Großveranstaltungen exemplarisch illustriert werden.<sup>1</sup> Hierzu werden im Folgenden einige dieser regelmäßig in Hamburg stattfindenden Sport-Großveranstaltungen kurz vorgestellt und an diesen beispielhaft aufgezeigt, über welche Wirkungskanäle die Veranstaltungen wirtschaftliche Effekte in Hamburg erzeugen. Dazu wird sowohl auf öffentlich zugängige Informationen also auch auf von den Veranstaltern<sup>2</sup> ergänzend zur Verfügung gestellte Daten zurückgegriffen.

Bevor im Folgenden einzelne Sport-Großveranstaltungen vorgestellt und genauer beleuchtet werden erscheint es sinnvoll, die prinzipiell möglichen Effekte vorab schematisch anhand eines imaginären Sportevents zu erläutern.<sup>3</sup> Hierzu soll exemplarisch eine eintägige Sport-Großveranstaltung betrachtet werden, die in Hamburg an einem Samstagabend in

<sup>1</sup> Um die Effekte exakt quantifizieren zu können, würde für jede Veranstaltung eine umfangreiche Informationsbasis benötigt. Neben Informationen aus dem Geschäftsbetrieb der jeweiligen Veranstalter würden hierzu auch Befragungen der Teilnehmer und Zuschauer der interessierenden Sportveranstaltungen durchgeführt werden müssen. Solch umfassende und eingehende Analysen waren im Rahmen der vorliegenden Studie nicht möglich. Dort, wo im Folgenden Quantifizierungsversuche unternommen werden, sind diese als grobe Schätzungen zu verstehen, deren Ziel es ist, ein Gefühl für die Dimension der Effekte zu vermitteln.

<sup>2</sup> Die Verfasser der Studie danken in diesem Zusammenhang Frau Franziska Altenrath (FC St. Pauli), Frau Hanna Bilz (Deutsche Triathlon Union e.V.), Herrn Hendrik Heinz (ADAC Cyclassics), Frau Maja Klemperer (HYROX World GmbH), Herrn Christian Lenz und Herrn Torben Rathlau (Hamburger Sport-Verein), Herrn Enric Molina Mur (Tennium) und Frau Sabina Watzenböck (MatchMaker Sports GmbH).

<sup>3</sup> Naturgemäß hängen die möglichen Einnahmen- und Kostenkategorien vom Einzelfall ab. Insofern ist der hier gewählte Fall nicht notwendigerweise auf alle anderen Sport-Großveranstaltungen übertragbar.

einem vom Veranstalter hierfür angemieteten Sportstadion mit einer großen Zahl von Teilnehmern und einem großen Publikum stattfindet. Sowohl die teilnehmenden Sportler und Sportlerinnen als auch das Publikum besteht zu erheblichen Teilen aus lokalen als auch aus auswärtigen Personen. Und schließlich wird unterstellt, über das Großevent wird in den Medien intensiv berichtet.

Zunächst einmal erwirtschaftet der Veranstalter des Sportevents aus der Veranstaltung typischerweise unterschiedliche Arten von Einnahmen. Hierzu zählen zunächst einmal die Eintrittsgelder. Wird das Sportereignis medial vermarktet, z.B. über Fernsehübertragungen, so fließen dem Veranstalter auch hieraus Einnahmen zu. Können zusätzlich Sponsoren und Werbepartner für die Veranstaltung gewonnen werden, so erhöht auch dies die Einnahmen des Veranstalters. Weitere Einnahmen können für den Veranstalter zudem aus Catering und dem Verkauf von Merchandising-Produkten fließen.<sup>4</sup> Schließlich können dem Veranstalter auch noch Einnahmen aus Begleitveranstaltungen, wie z.B. einer Fanparty oder einer Sportartikelmesse zufließen.

Die erzielten Einnahmen muss der Veranstalter zunächst zur Deckung seiner eigenen Kosten verwenden; ein etwaiger erwirtschafteter Überschuss verbleibt - nach Besteuerung - beim (häufig lokalen) Veranstalter. Zunächst muss der Veranstalter eine Miete für die Nutzung der Sportstätte entrichten.<sup>5</sup> Hiervon profitiert der (typischerweise lokale) Betreiber der Sportstätte. Ein erheblicher Kostenblock für den Veranstalter sind weiterhin die Personalkosten. Zum Personal sind sowohl dauerhaft eingestellte als auch vom Veranstalter extra für das Event verpflichtete Personen zu zählen. Häufig wohnt ein erheblicher Teil dieses Personals am oder in der Nähe des Veranstaltungsortes. Somit trägt die Veranstaltung schon auf diesem Wege zur lokalen Beschäftigung bei. Einen Teil der im Rahmen der Sportveranstaltung zu erbringenden Leistungen, z.B. die Gewährleistung der Sicherheit, des Einlasses, der Erbringung von Sanitätsleistungen oder der Reinigung, wird typischerweise vom Veranstalter von geeigneten Dienstleistern erworben. Stammen diese aus der Region, entsteht durch diese Dienstleistungsankäufe zusätzliche Wertschöpfung und weitere Arbeitsplätze in der Region. Auch die Catering-Leistungen werden typischerweise extern zugekauft, wobei die angebotenen Produkte wiederum zum Teil aus der Region stammen und dann ebenfalls zur regionalen Wertschöpfung beitragen. Ähnliches kann für im Rahmen der Veranstaltung verkaufte Merchandising-Produkte gelten. Je nach Veranstaltungstyp wird unter Umständen auch die Anmietung oder der Ankauf von Sportgeräten nötig; auch hier können lokale Wertschöpfungseffekte entstehen.

<sup>4</sup>Im Folgenden wird unterstellt, das Catering und Merchandising durch externe Dienstleister übernommen wird und insofern nur eine Gewinnbeteiligung anfällt.

<sup>5</sup>Auch dann, wenn der Veranstalter Eigentümer der Sportstätte ist, entstehen für ihn Kosten in Form von Abschreibungen auf die Investitionen in die Sportanlage und deren Infrastruktur.

## Infobox 2

### Annahmen zur Abschätzung touristischer Ausgaben im Rahmen sportlicher Großveranstaltungen in Hamburg

Für diejenigen sportlichen Großveranstaltungen in Hamburg, die im Rahmen der vorliegenden Studie betrachtet werden und für die Zuschauer- bzw. Teilnehmerzahlen sowie ergänzende Informationen zur Verfügung stehen, werden im Folgenden Abschätzungen der touristischen Ausgaben vorgenommen. Die hierbei verwendeten Annahmen werden in Infobox 2 näher erläutert. Die durchgeführten Ausgabenschätzungen für einzelne Sport-Großereignisse hängen zudem stark von der Güte und dem Umfang der von den jeweiligen Veranstaltern zur Verfügung gestellten Daten ab.

Als touristische Ausgaben im Zusammenhang mit einer Sport-Großveranstaltung werden im Folgenden Aufwendungen für Verpflegung, Übernachtung und Unterhaltung berücksichtigt. Dabei werden aber nur solche Verpflegungs- und Unterhaltungsausgaben berücksichtigt, die außerhalb der Sportstätten anfallen. Die Kostenansätze beinhalten also keine Teilnahmegebühren oder Eintrittskarten für die Sportevents selbst. Die hierdurch erzielten Einnahmen der Veranstalter werden ggfs. gesondert ausgewiesen. Das gleiche gilt für Speisen und Getränke, die innerhalb der Sportstätte erworben und konsumiert werden.

Zur Abschätzung des Aufwendungen wird im Folgenden auf Angaben des Reisebudgetierungsportals [BudgetYourTrip.com](#) zurückgegriffen (vgl. [BudgetYourTrip 2025c](#)). Es ermittelt die aktuelle Höhe einer Vielzahl touristischer Ausgaben für Hamburg und weitere Reiseziele auf Basis der Angaben seiner registrierten Nutzer. Zusätzlich gehen Preisdaten bedeutender Reiseanbieter in die Ausgabenkalkulationen ein (vgl. [BudgetYourTrip 2025a](#) und [BudgetYourTrip 2025b](#)). Die in dieser Studie verwendeten Ausgabensätze wurden letztmalig am 05.10.2025 von [BudgetYourTrip.com](#) aktualisiert.

#### Abschätzung der Verpflegungsausgaben

- Der Tages-Ausgabensatz für Verpflegung während eines Reisetags in Hamburg wird als Durchschnitt der Verpflegungskosten der unteren und mittleren Preiskategorie kalkuliert. Er liegt bei 42 EUR und entspricht einer eher konservativen Schätzung.
- Die Verpflegungsausgaben von Tagesteilnehmerinnen und -teilnehmern sowie auswärtigen Gästen ohne Übernachtung werden grundsätzlich mit dem halben Ausgabensatz erfasst.
- Für Übernachtungsgäste wird der An- und Abreisetag jeweils mit der Hälfte des Ausgabensatzes in die Berechnungen einbezogen.
- Zur Erfassung der gastronomischen Ausgaben von Zuschauerinnen und Zuschauern eines Sportevents in Hamburg wird der Durchschnittspreis für angebotenes Street-Food und ein Getränk<sup>a</sup> verwendet. Es resultiert ein Ausgabensatz

in Höhe von 13 EUR. Es wird angenommen, dass ein Drittel der Zuschauerinnen und Zuschauer das gastronomische Angebot nutzt.

### Abschätzung der Übernachtungsausgaben

- Für Übernachtungsgäste wird der durchschnittliche Preis eines Zweibettzimmers der mittleren Preiskategorie verwendet.
- Bei Gästen und Amateursportlerinnen und -sportlern wird von einer Doppelbelegung eines Zweibettzimmers ausgegangen.<sup>b</sup> Der Übernachtungspreis pro Person beträgt somit 54 EUR pro Nacht.
- Es ist davon auszugehen, dass einige Reisende unentgeltliche Unterkünfte bspw. von Familie oder Freunden nutzen. Dieser Anteil wird gemäß der Befragungsergebnisse für Hamburg im Rahmen des deutschen Städtereisenmonitors 2024 mit 14% angenommen (vgl. Hamburg Tourismus 2024).
- Für Profisportlerinnen und -sportler sowie deren Crew und weitere professionelle Teilnehmende der Sport-Großveranstaltungen wird von einer Einzelbelegung der Zimmer ausgegangen. Doppelbelegungen werden hier ausgeschlossen. Hier wird mit einem Übernachtungspreis von 108 EUR pro Person kalkuliert.

### Abschätzung der Unterhaltungsausgaben

- Es wird davon ausgegangen, dass Teilnehmende oder Gäste einer mehrtägigen Sport-Großveranstaltung zwei Unterhaltungsangebote nutzen, wenn sie drei oder mehr Nächte in Hamburg verbringen. Bei eintägigen Veranstaltungen wird dies bereits ab einem Aufenthalt von zwei Nächten angenommen.
- Die Ausgaben für die Nutzung eines Unterhaltungsangebots, wie z.B. dem Besuch eines Museums, einer Sehenswürdigkeit oder einer anderen Attraktion wird als Durchschnitt der Kosten der unteren und mittleren Preiskategorie kalkuliert. Sie entsprechen 27 EUR pro genutztem Unterhaltungsangebot.

Insgesamt ergeben die getroffenen Annahmen eine konservative Schätzung, die die tatsächlichen Ausgaben eher unterschätzen dürfte.

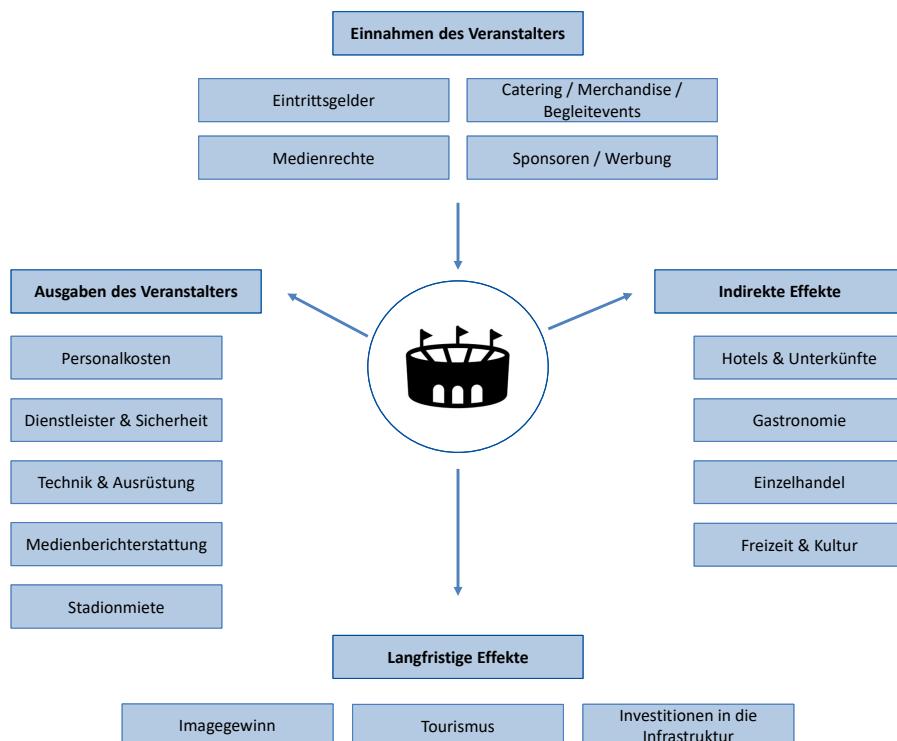
<sup>a</sup>Die Angaben von BudgetYourTrip.com erfassen den durchschnittlichen Preis für einen Kaffee. Dieser wird als Schätzung für einen allgemeinen Getränkepreis verwendet.

<sup>b</sup>Nach Angaben des Veranstalters der ADAC Cyclassics reisen Teilnehmende der Sportveranstaltung im Durchschnitt mit mindestens einer Begleitperson an, was diese Annahme stützt.

Sportveranstaltungen schöpfen aber nicht nur beim Veranstalter und dessen direkten Zulieferern Werte, sondern auch bei mit dem Veranstalter formell unverbundenen aber in Hamburg ansässigen Unternehmen. So wird zumindest ein Teil der Sportler und der Zuschauer vor und/oder nach der Veranstaltung in Hamburg übernachten und hierdurch zu einer höheren Auslastung der lokalen Übernachtungskapazitäten beitragen.<sup>6</sup> Selbst

<sup>6</sup>So kommt z.B. die Studie von Fourie und Santana-Gallego 2011 für 200 Länder über den Zeitraum von 1995 bis 2006 zu dem Ergebnis, dass bei einem internationalen Mega-Ereignis im Durchschnitt die Ankünfte von Touristen im Jahr des Events um ca. 8% steigen. Allerdings variieren die Effekte zwischen den einzelnen Events sehr stark. Es gibt allerdings auch Beispiele für Sport-Großveranstaltungen, die zu gar

dann, wenn diese auch ohne die Sportveranstaltung schon ausgelastet wären, schafft eine zusätzliche Sportveranstaltung Raum für höhere Preise und damit auch höhere Gewinne. Aber nicht nur das Beherbergungsgewerbe kann von Sport-Großveranstaltungen profitieren - auch Gastronomiebetriebe ziehen hieraus typischerweise zusätzlichen Nutzen, nutzen doch viele Übernachtungsgäste auch die Möglichkeit Restaurants, Cafés oder andere gastronomische Anbieter vor Ort zu besuchen. Nicht selten wird ein Besuch in Hamburg auch mit einer Shopping-Tour oder dem Besuch von touristischen Sehenswürdigkeiten<sup>7</sup> verbunden, so dass auch hier mit wirtschaftlichen Effekten zu rechnen ist.



**Abbildung 31:** Übersicht der wirtschaftlichen Wirkungskanäle von Sport - Großveranstaltungen

Die Durchführung von erfolgreichen Sport-Großveranstaltungen kann unter Umständen auch zu positiven Langzeiteffekten für den Veranstaltungsort führen. Nehmen die auswärtigen Teilnehmer oder Besucher des Events Hamburg auch über die eigentliche Sportveranstaltung hinaus als interessantes touristisches Ziel wahr, so kann dies dazu führen, dass sie später zu weiteren Besuchen nach Hamburg zurückkehren. Hier kann auch

keiner Erhöhung der Touristenankünfte geführt haben. So kamen während der Fußball-Weltmeisterschaft in Frankreich im Jahr 1998 nicht mehr, sondern andere Touristen (Allmers und Maennig 2009).

<sup>7</sup> So finden Feddersen und Maennig 2013 für die Olympischen Spiele 1996 in Atlanta, dass sich in den Wirtschaftszweigen Einzelhandel, Hotel & Gastgewerbe und Kunst, Unterhaltung & Erholung positive Beschäftigungseffekte ergaben. Baumann, Engelhardt und Matheson 2012 zeigen anhand der Olympischen Winterspiele in Salt Lake City im Jahr 2002, dass insbesondere die lokale Freizeitindustrie von diesem Sportevent profitierte.

Mundpropaganda im Freundes- und Bekanntenkreis beitragen. Dieser Effekt kann sich noch wesentlich verstärken, wenn über die Sportveranstaltung intensiv in den Medien berichtet wird. Auch Live-Übertragungen des Events können hierzu wesentlich beitragen, insbesondere dann wenn hier nicht nur der Veranstaltungsort im engeren Sinne zu sehen ist, sondern auch Bilder aus Hamburg zu sehen sind. Besonders stark können diese Effekte bei Außenveranstaltungen ausfallen, die mitten in der Stadt stattfinden und quasi nebenbei den touristischen Wert Hamburgs herausstellen. Werden zudem für die Durchführung einer Sport-Großveranstaltung umfassende Investitionen in die Infrastruktur getätigt (Verkehr, Wohnen, Sportstätten etc.) so können daraus unter Umständen ebenfalls langfristige Wachstumseffekte resultieren, erhöhen doch solche Investitionen den zur Verfügung stehenden Kapitalstock.<sup>8</sup>

Abbildung 31 zeigt eine Übersicht der zuvor beschriebenen zentralen wirtschaftlichen Wirkungskanäle von Sport-Großveranstaltungen. Die direkte Ebene wird primär durch die Bilanz des Veranstalters bestimmt, wobei Einnahmen aus Eintrittsgeldern, Medienrechten, Sponsoring sowie Catering und Merchandising den notwendigen Ausgaben für Personal, Sicherheit, Technik und Stadionmiete gegenüberstehen. Über diese unmittelbaren Transaktionen hinaus generiert das Event signifikante indirekte Effekte in der Austragungsregion, von denen insbesondere das Hotelgewerbe, die Gastronomie, der Einzelhandel sowie lokale Freizeit- und Kulturangebote profitieren. Langfristig betrachtet wirkt die Veranstaltung als Katalysator für die regionale Entwicklung: Neben dem nachhaltigen Imagegewinn und der Förderung des Tourismus führen vor allem Investitionen in die Infrastruktur zu einem dauerhaften ökonomischen Mehrwert, der über den eigentlichen Zeitraum des Sportevents hinausreicht.

## 5.1 SUZUKI World Triathlon Hamburg

Triathlon ist eine Ausdauersportart, bei der die drei Disziplinen Schwimmen, Radfahren und Laufen direkt hintereinander absolviert werden. Typische Distanzen reichen von der kurzen Sprintdistanz über die Olympische Distanz bis hin zu den sehr anspruchsvollen Mittel- und Langdistanzen wie dem Ironman. Triathlon gilt als besonders abwechslungsreich, weil er unterschiedliche körperliche Fähigkeiten fordert: Kraft und Orientierung im Wasser, Ausdauer und Tempo auf dem Rad sowie mentale Stärke beim abschließenden Lauf. Viele Menschen schätzen den Sport, weil er vielseitig ist, ein ganzheitliches Training ermöglicht und bei Wettkämpfen eine motivierende, gemeinschaftliche Atmosphäre entsteht.

Die Geschichte des Triathlons in Hamburg beginnt in den 1990er-Jahren, als erste kleinere Wettkämpfe in und um Hamburg stattfanden und die Sportart zunehmend an Beliebtheit gewann. Im Jahr 2002 richtete Hamburg erstmals einen großen internationalen Triathlon im Herzen der Stadt aus. Die Kombination aus zentraler Lage, der Schwimmstrecke

<sup>8</sup>Die bisherige empirische Evidenz für die Existenz solcher langfristigen Wachstums- und Beschäftigungseffekte sportlicher Großereignisse ist bisher allerdings allenfalls gemischt, vgl. Dorn u. a. 2024. Dies könnte allerdings auch daran liegen, dass viele Studien in Ermangelung detaillierterer Daten nach gesamtwirtschaftlichen Effekten solcher Investitionen suchen.

cke in der Alster (vgl. Abbildung 32) und der malerischen Rad- und Laufroute durch die Innenstadt machte das Event schnell einzigartig und zieht heute sowohl Hobbyathleten als auch Profis an.

Seit dem Jahr 2002 wuchs der Wettkampf kontinuierlich. Die Teilnehmerzahlen stiegen rasant, ebenso wie das Zuschauerinteresse. Schon am ersten Hamburg Triathlon nahmen etwas mehr als 2.000 Athletinnen und Athleten teil. Schon bald galt Hamburg als der „größte Triathlon der Welt“, weil kein anderes Event weltweit so viele Starter auf mehreren Distanzen an einem Wochenende vereinte. 2007 erlangte Hamburg weitere internationale Aufmerksamkeit, als die ITU-Weltmeisterschaften ausgetragen wurden – ein Meilenstein, der die Stadt endgültig auf die Landkarte des globalen Triathlonsports setzte.



**Abbildung 32:** Start des Hamburg Triathlons an der Binnenalster

Mit Einführung der World Triathlon Series (WTS) im Jahr 2009, die das vorherige Weltmeisterschaftsformat<sup>9</sup> ersetzte, gehörte Hamburg regelmäßig zu den festen Stationen des Elite-Rennkalenders. Die Sprint- und Mixed-Relay-Wettbewerbe der Weltspitze fanden hier ideale Bedingungen und begeisterten Jahr für Jahr ein riesiges Publikum. Gleichzeitig blieb das Event für Breitensportler attraktiv, da die Mischung aus internationalem Spitzensport und einem riesigen Jedermann-Rennen eine besondere Atmosphäre schuf.

Der Hamburg Triathlon 2025 fand am Wochenende des 12. und 13. Juli 2025 unter dem Titel „SUZUKI World Triathlon Hamburg powered by HAMBURG WASSER“ statt und

<sup>9</sup>Bis zum Jahr 2009 wurde die Weltmeisterschaft im Triathlon in einem einzigen Rennen entschieden.

war wie gewohnt in mehrere Rennformate aufgeteilt. Am Samstag, den 12. Juli, standen vor allem die Sprintwettbewerbe im Mittelpunkt. Sowohl die Elite- und U23-Athletinnen und -Athleten absolvierten ihre Sprintdistanz als Teil der World Triathlon Championship Series, als auch die Jedermann- und Altersklassenstarter, die ebenfalls über 0,5 km Schwimmen, 20 km Radfahren und 5 km Laufen antraten. Zusätzlich wurden am Samstag auch die beliebten Staffelrennen über die Sprintdistanz durchgeführt.



**Abbildung 33:** Radfahren im Rahmen des Hamburg Triathlon 2025

Am Sonntag, den 13. Juli, folgten traditionell die Wettkämpfe über die längeren Strecken. Die Jedermann- und Altersklassenstarter gingen auf die Kurzdistanz, bestehend aus 1,5 km Schwimmen, 40 km Radfahren und 10 km Laufen. Ebenfalls am Sonntag wurden die Staffelwettbewerbe über die Kurzdistanz ausgetragen. Den sportlichen Höhepunkt des Wochenendes bildete schließlich das Mixed-Relay-Rennen der Elite und U23, bei dem Teams aus jeweils zwei Frauen und zwei Männern in kurzen, schnellen Triathlon-Abschnitten gegeneinander antraten.

Das Elitefeld des Hamburg Triathlons 2025 war sowohl bei den Frauen als auch bei den Männern hochklassig und international stark besetzt. An den Einzelrennen der Elite Klasse nahmen im Jahr 2025 insgesamt 110 Profiathletinnen und -athleten aus der ganzen Welt teil. Die Staffelrennen der Eliteklasse absolvierten insgesamt 80 Sportlerinnen und Sportler.

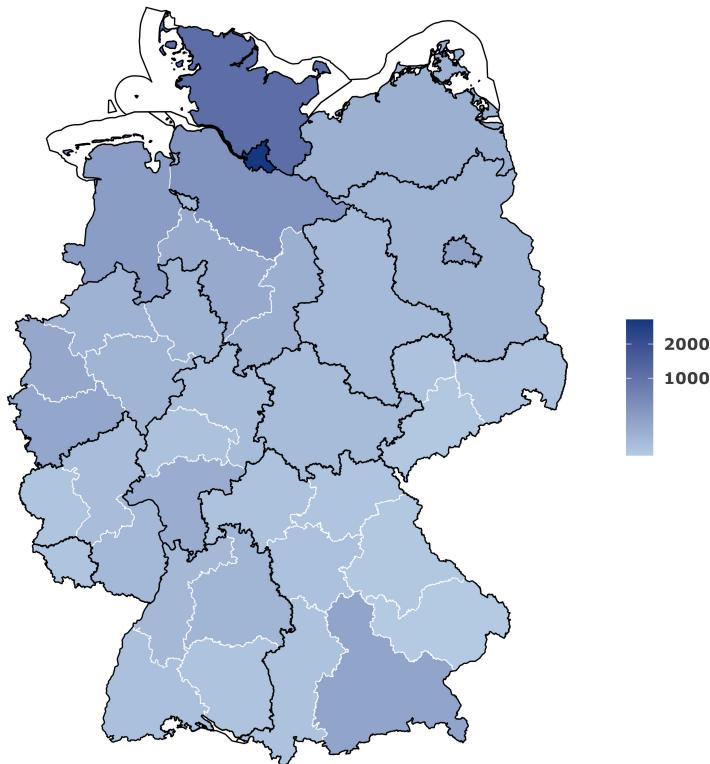
Neben der sportlichen Spitze prägt vor allem der Breitensport das Bild der Veranstaltung. Dies steht in Einklang mit den Zielen der Active City Strategie der Stadt Hamburg,

die eng mit den Veranstaltern kooperiert. Insgesamt 6.554 Teilnehmende starteten 2025 in den Open Races, davon 3.004 auf der Sprintdistanz und 3.550 auf der Kurzdistanz. Gegenüber dem Vorjahr haben die Teilnehmerzahlen noch einmal deutlich zugelegt als noch 2.741 Sportler und Sportlerinnen am Sprintrennen und 2.792 am Kurzdistanzrennen teilnahmen. Rund 30% der Teilnehmer waren weiblich. Mehr als die Hälfte der Teilnehmenden stammte aus der Metropolregion Hamburg, weitere 2.462 Personen reisten aus anderen Teilen Deutschlands an. Viele Teilnehmer stammten dabei aus Berlin, Köln, München und Hannover.

Ein detaillierterer Blick auf die räumliche Herkunft der Breitensportlerinnen und -sportler mit Wohnort in Deutschland bietet Abbildung 34. Hier wurden die Teilnehmer nach NUTS-2-Regionen aufgeschlüsselt. Die Abbildung illustriert deutlich, dass sich die inländischen Teilnehmer am Hamburg Triathlon aus ganz Deutschland rekrutieren, aber generell eine räumliche Nähe zu Hamburg auch zu mehr Teilnehmenden führt. Bemerkenswert ist allerdings der hohe Anteil an Teilnehmern aus Oberbayern, einer geographisch weit entfernten Region, die mit Städten wie München, Ingolstadt und Rosenheim zu den Spitzenreitern zählt - ein deutlicher Hinweis auf die weit überregionale Strahlkraft der Veranstaltung. Dies wird noch dadurch unterstrichen, dass immerhin 268 der Teilnehmenden an der Jedermann-Veranstaltung aus dem Ausland anreisten.

Aus Befragungen der Sportlerinnen und Sportler ist bekannt, dass ein erheblicher Teil der auswärtigen Teilnehmer und Teilnehmerinnen des Hamburg Triathlon in Hamburg übernachtet. Den Befragungsergebnissen zur Folge verlängerte sich im Jahr 2025 die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Teilnehmenden zudem spürbar. Während im Jahr 2024 rund 33 Prozent drei Nächte oder länger in Hamburg verweilten, waren es 2025 bereits 37 Prozent. Gleichzeitig sank der Anteil derjenigen, die nur eine Nacht blieben, von 41 auf 29,6 Prozent. Auch der Elitewettbewerb sorgt für Einnahmen des Hotel- und Gastgewerbes. Rund ein Drittel der Übernachtungen der Athletinnen und Athleten aus 26 Nationen wurde über das vom Veranstalter vorgehaltene Kontingent gebucht, um eine unmittelbare Nähe zu Start- und Zielbereich zu gewährleisten. Hinzu kamen etwa 400 zusätzliche Übernachtungen von Crewmitgliedern, Offiziellen und Vertreterinnen und Vertretern des Weltverbands. Gerade auch wegen der Bedeutung des Elitewettbewerbs kann damit gerechnet werden, dass unter den ca. 250.000 Zuschauern des Events (World Triathlon Championship Series Hamburg 2025), die sich vermutlich größtenteils aus Hamburg und der Region rekrutieren, auch eine erhebliche Zahl auswärtiger und ausländischer Touristen war. Genaue Zahlen hierzu existieren allerdings nicht.

Darüber hinaus zeigt sich eine enge Verzahnung der Veranstaltung mit der lokalen und regionalen Wirtschaft, die weit über die reine Sportorganisation hinausreicht. Neben Hamburg Wasser als Hauptsponsor tragen zahlreiche Unternehmen und Institutionen aus der Metropolregion zur Finanzierung und Umsetzung bei, darunter die KAIFU Lodge, der Norddeutsche Rundfunk (NDR), Concept Cycles Hamburg und die Handelskammer Hamburg. Die regionale wirtschaftliche Bedeutung manifestiert sich insbesondere in der Einbindung zahlreicher lokaler Dienstleister, die von der Durchführung unmittelbar profitieren. Regelmäßig beauftragt werden Dienstleister aus den Bereichen Sicherheits- und Sanitätsdienst, Absperrtechnik, Stromversorgung, Sound- und Videotechnik, Werbetechnik, Zeltbau, Konfektionierung und Entsorgung. Diese Aufträge sichern kurzfristig



Quelle: Deutsche Triathlon Union e.V. (2025).

**Abbildung 34:** Herkunft der Triathlon-Teilnehmer nach NUTS2 Regionen 2025, nur Teilnehmer mit Wohnort in Deutschland

Beschäftigung und tragen zu einer temporären Auslastungssteigerung lokaler Betriebe bei.

Ein weiterer wichtiger Wirtschaftsfaktor des Hamburg Triathlon liegt in seiner hohen medialen Präsenz.<sup>10</sup> Als Outdoor-Event, das zudem mitten in der Innenstadt rund um die Alster stattfindet, erzeugen Veranstaltungsbilder quasi automatisch einen hohen touristischen Werbewert für die Stadt Hamburg. Die Fernsehübertragungen und das Streaming, u.a. in der ARD, erreichten 5,5 Millionen Zuschauer. Insgesamt wurden etwas mehr als 220 Stunden im Fernsehen und als Stream gesendet. Die Medienreichweite in Print-Medien (ca. 75 Millionen Leser), Online (ca. 63 Millionen Nutzer) und in sozialen Medien (ca. 52 Millionen Teilnehmer) war ebenfalls sehr groß.

#### Infobox 3

#### Abschätzung der touristischen Ausgaben im Kontext des SUZUKI World Triathlon Hamburg (2025)

<sup>10</sup>Die im Folgenden zitierten Mediendaten stammen von der IRIS Sport GmbH und wurden vom Veranstalter zur Verfügung gestellt.

### **Jedermann-Rennen (Open Race)**

Von den 6.554 Teilnehmenden des Jedermann-Rennens kamen 2.856 aus Hamburg. Die übrigen 3.698 reisten aus der Hamburger Metropolregion (968), dem restlichen Deutschland (2.462) oder dem Ausland (268) an. Personen aus der Metropolregion Hamburg werden für die Berechnungen als Tagesgäste und Teilnehmende aus Rest-Deutschland und dem Ausland als Übernachtungsgäste klassifiziert. Laut der vom Veranstalter zur Verfügung gestellten Angaben zur Herkunft und Anzahl der Übernachtungen der angereisten Teilnehmenden ergibt sich die folgende Zusammensetzung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer nach Übernachtungstatus:

Zahl der Übernachtungen	Anzahl Personen	Anteil
Tagesgäste	3.824	58,5%
eine Übernachtung	809	12,3%
zwei Übernachtungen	910	13,9%
drei oder mehr Übernachtungen	1.011	15,4%

Auf Basis der in Infobox 2 dargestellten Ausgabensätze entfallen auf die Teilnehmenden des Jedermann-Rennens die folgenden touristischen Ausgaben:

Kategorie	Ausgaben in EUR
Verpflegung	318.108
Übernachtung	262.943
Unterhaltung	54.594

### **Eliterennen**

Laut Veranstalter buchten die am Eliterennen teilnehmenden professionellen Sportler und ihre Teams insgesamt ca. 1300 Übernachtungen. Des Weiteren wurden 400 Übernachtungen für allgemeine Crewmitglieder, Offizielle und Vertreterinnen und Vertreter des Weltverbandes registriert. Profis, Crewmitglieder und Delegierte verbrachten 4 bis 5 Nächte in Hamburg.<sup>a</sup> Unterhaltungsausgaben werden hier nicht kalkuliert, so dass sich die folgenden Ausgabenschätzungen ergeben:

Kategorie	Ausgaben in EUR
Verpflegung	71.400
Übernachtung	183.600

### **Zuschauende**

Für die Zuschauenden der Veranstaltung, die vom Veranstalter auf ca. 250.000 geschätzt werden, wird lediglich von Tagesgästen ausgegangen. Für diese werden folgende Gastroausgaben kalkuliert:

Kategorie	Ausgaben in EUR
Gastronomie	1.083.333

## **Geschätzte touristische Gesamtausgaben: 1.973.979 EUR**

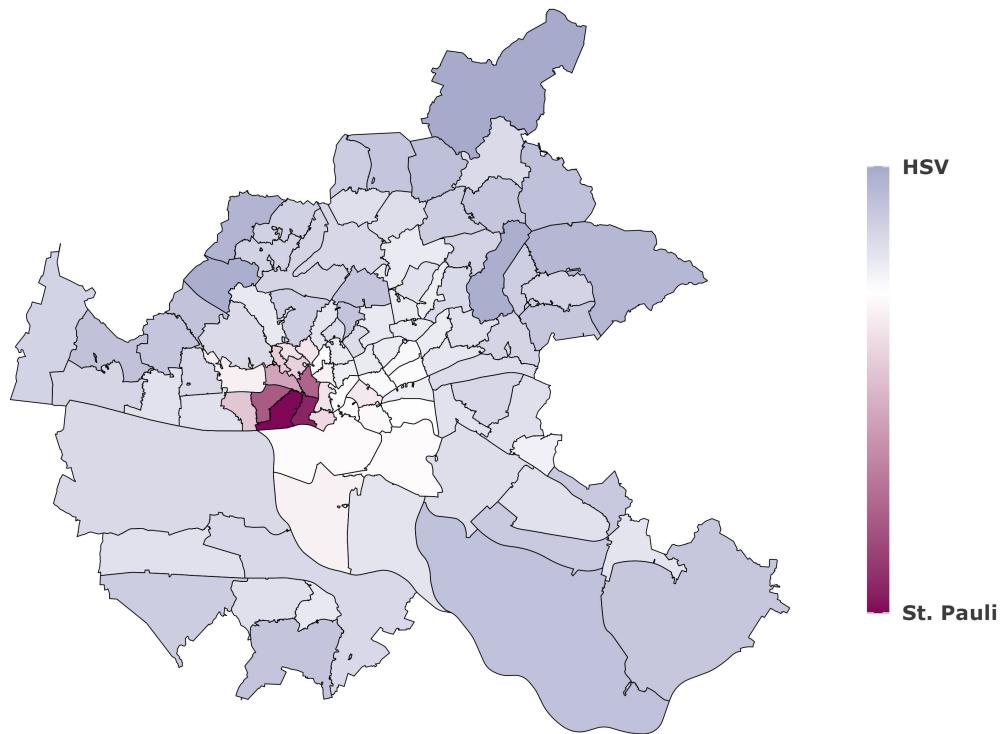
Quellen: Deutsche Triathlon Union, Berechnungen des HWWI (2025), siehe auch Infobox 2.

<sup>a</sup>Zur Abschätzung der Verpflegungsausgaben wird von 4 Nächten ausgegangen.

## 5.2 Bundesliga-Fußball in Hamburg

Der Fußballbundesliga-Standort Hamburg zählt zu den traditionsreichsten im deutschen Profifußball. Mit dem Hamburger Sport-Verein und dem FC St. Pauli beheimatet die Stadt seit der Saison 2025/2026 gleich zwei Vereine mit großer Strahlkraft in der ersten Fußball-Bundesliga, die durch ihre unterschiedlichen Kulturen, Fantraditionen und sportlichen Zielen die lokale Fußballszene prägen. Während der Hamburger Sport-Verein für langjährige Bundesligaerfahrung und große, auch internationale Erfolge steht, verkörpert der FC St. Pauli eine besondere, weit über den Sport hinaus wirkende Fankultur.

Auch wenn beide Vereine Fans in ganz Deutschland haben, rekrutieren sich doch die meisten Anhänger und Mitglieder aus der Metropolregion. Obwohl der Hamburger Sport-Verein mehr als doppelt so viele Mitglieder hat wie der FC St. Pauli (vgl. 11), verzeichnet der FC St. Pauli im Stadtzentrum über mehr Mitglieder als der Hamburger Sport Verein (vgl. Abbildung 35). Der Rest Hamburgs und der Metropolregion ist hingegen fest in der Hand des Hamburger Sport-Vereins. Gemeinsam sorgen beide Klubs dafür, dass Hamburg regelmäßig im Mittelpunkt des deutschen Fußballs steht – sei es durch packende Derbys, volle Stadien oder leidenschaftliche Anhängerschaften. Und beide Klubs stellen einen bedeutenden Wirtschaftsfaktor für die Stadt Hamburg dar.



Quelle: NDR (2025).

**Abbildung 35:** Dominanz von HSV- bzw. St. Pauli-Mitgliedern nach Hamburger Postleitzahlbezirken (2023)

## 5.2.1 Hamburger Sport-Verein

Der Hamburger Sport-Verein gehört zu den traditionsreichsten Fußballvereinen Deutschlands. Als Gründungsmitglied der Bundesliga prägte der Club über Jahrzehnte hinweg den deutschen Profifußball und feierte große Erfolge, darunter mehrere Deutsche Meisterschaften, DFB-Pokalsiege sowie den Gewinn des Europapokals der Landesmeister 1983. Durch seine langjährige Erfolgsgeschichte im In- und Ausland verfügt der Hamburger Sport-Verein über eine sehr starke Fanbasis.

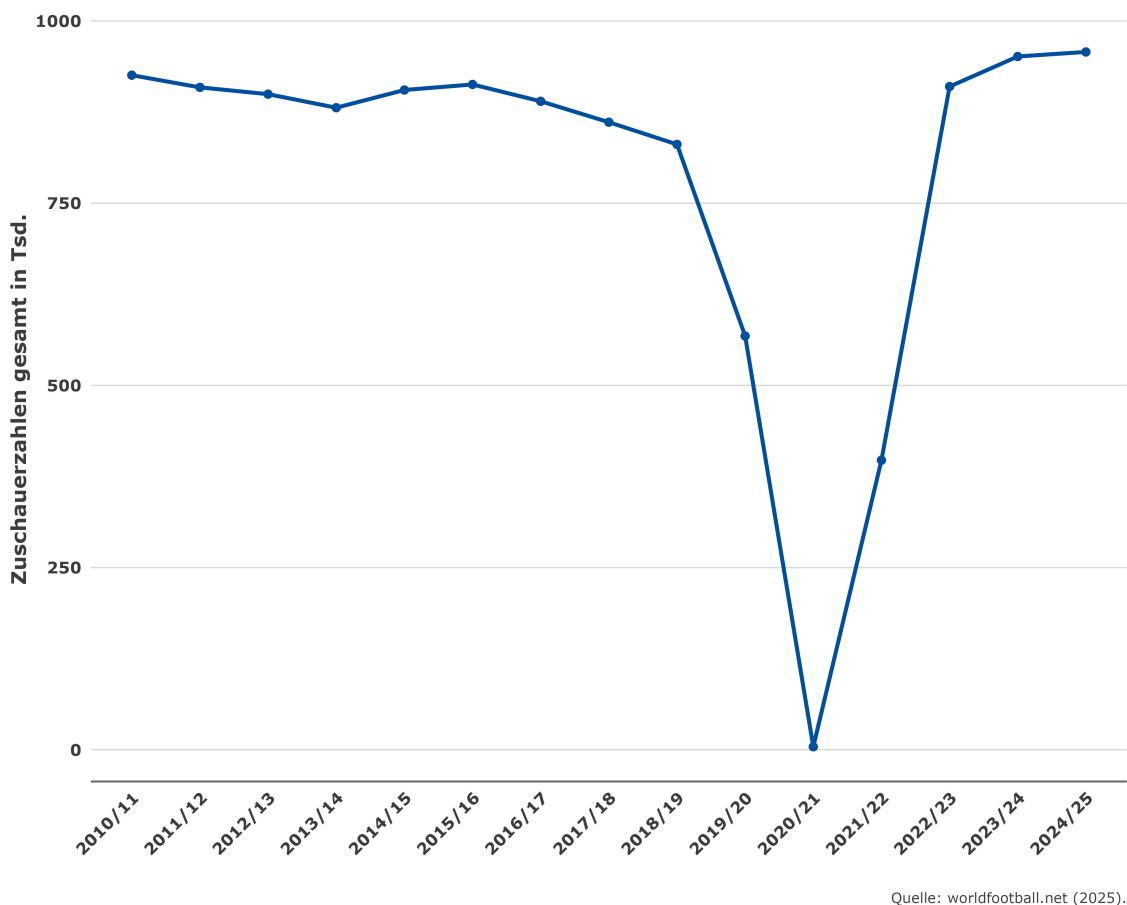
Der Verein hat derzeit ca. 2.500 Fanclubs, wovon 2.399 aus Deutschland kommen. Die weiteren über 100 Fanclubs kommen aus dem Ausland und sind auf 39 unterschiedliche Länder verteilt. Von der Gründung der Bundesliga bis in das Jahr 2018 spielte der Hamburger Sport-Verein ununterbrochen in der ersten Liga, ein Umstand den der Verein durch den berühmten „Uhr“-Mythos symbolisierte - einer Uhr, die die Tage der ununterbrochenen Bundesligazugehörigkeit anzeigte. Nach dem erstmaligen Abstieg im Jahr 2018 folgten mehrere Jahre in der 2. Bundesliga, in denen der Verein sportlich und strukturell einen Neuaufbau durchlief. Nach sieben Jahren Zweitklassigkeit gelang dem Hamburger Sport-Verein mit einem deutlichen 6:1-Sieg gegen den SSV Ulm 1846 am 10. Mai 2025 die Rückkehr die 1. Fußball Bundesliga.



**Abbildung 36:** Volksparkstadion

Zur Saison 2025/2026 spielt der Hamburger Sport-Verein damit nun wieder in der obersten Fußballklasse, in deren Rahmen er über die Saison verteilt insgesamt 17 Heim-

spiele im Volksparkstadion austrägt (vgl. Abbildung 36). Hinzu kommen, je nach Erfolg und Auslosung, weitere Spiele im DFB-Pokal. Das Volksparkstadion verfügt über 57.000 Zuschauerplätze, von denen 10.000 Stehplätze, 3.620 Business-Seats, 711 Logenplätze und 120 rollstuhlgerechte Plätze sind. Seit der Saison 2005/2006 lag der Zuschauerschnitt des HSV bei Spielen in der 1. Bundesliga stets jenseits der 50.000; dies galt selbst in der Abstiegssaison 2017/2018. Nach dem Abstieg in die 2. Bundesliga sank der Zuschauerschnitt auf knapp unter 50.000, nahm nach Überwindung der Covid-19-Pandemie in der Saison 2022/2023 dann auch in der zweiten Bundesliga wieder auf mehr als 50.000 zu. In der Aufstiegssaison besuchten insgesamt 957.509 Zuschauer die Heimspiele des HSV in der 2. Fußball Bundesliga. In der laufenden Saison 2025/2026 waren bisher alle Heimspiele ausverkauft.



**Abbildung 37:** Entwicklung der Gesamtzuschauerzahlen des Hamburger Sport-Vereins (Saison 2010/11 bis 2024/25)

In seinem Jahresabschluss vom November 2025 weist der Hamburger Sport-Verein für die Aufstiegssaison 2024/2025 Umsätze in der Höhe von 126,5 Millionen Euro aus (vgl. HSV Fußball AG & CO. KGAA 2025). Davon stammen 44,4 Millionen Euro aus dem Spielbetrieb, also im Wesentlichen aus Kartenverkäufen der Spiele in der 2. Bundesliga

und dem DFB-Pokal. Weitere 23,8 Millionen Euro erlöst der HSV aus Merchandising und Catering. 18,5 Millionen Euro der Umsätze stammen aus medialen Verwertungsrechten, 17,5 Millionen aus der Werbung. Mit 46,8 Millionen Euro entfällt ein erheblicher Teil der Ausgaben des Hamburger Sport-Vereins auf den Personalaufwand, der größte Teil hiervon vermutlich auf die Gehälter des Profikaders. Der Hamburger Sport-Verein hat im Geschäftsjahr aber auch im Gegenwert von beinahe 9 Millionen Euro Waren bezogen. Sowohl durch den Bezug von Waren als auch insbesondere durch die Beauftragung von Dienstleistern profitiert auch die regionale Wirtschaft vom Bundesligafußball des Hamburger Sport-Vereins. Unter den beauftragten Dienstleistern sind z.B. Caterer, Parkplatzbewirtschafter, Sicherheitsdienste, Sanitätsdienste und Reinigungsfirmen.



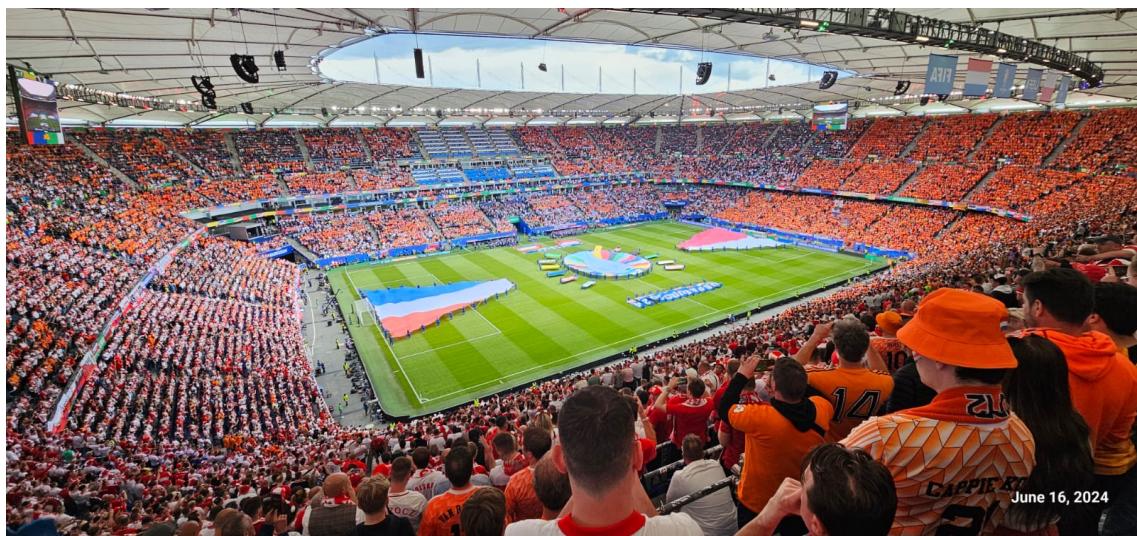
**Abbildung 38:** Nordtribüne des Volksparkstadions bei einem Heimspiel des Hamburger Sport-Vereins

Die Besucher der Bundesliga-Spiele des Hamburger Sport-Vereins erwerben Eintrittskarten, kaufen häufig Merchandisingprodukte und nehmen im Stadionbereich Lebensmittel und Getränke zu sich. Die hierbei anfallenden Konsumausgaben sind in den zuvor zitierten Bilanzdaten des Hamburger Sportvereins bereits enthalten. Die Zuschauenden konsumieren aber auch außerhalb des Stadions und tragen auch auf diese Weise zur lokalen Wertschöpfung bei. So zählen Kneipen- und Restaurantbesuche und Spontankäufe in auf dem Wege zum Stadion liegenden Geschäften und Verkaufsstellen zum typischen Programm des Besuchs eines Bundesliga-Spiels. Zudem reist ein Teil der Zuschauer aus dem Umland oder

sogar aus großer Entfernung an (insbesondere die Gästefans). Ein Teil der auswärtigen Besucher übernachtet dabei auch in Hamburg und verbindet den Spielbesuch mit einem Kurzurlaub in Hamburg, bei dem zusätzliche Ausgaben für Konsum und Unterhaltung getätigt werden.

In Infobox 4 wurden exemplarisch die im Rahmen eines ausverkauften Bundesligaspiele des Hamburger Sport-Vereins außerhalb des Volksparkstadions anfallenden touristischen Konsumausgaben abgeschätzt. Insgesamt ergibt die Schätzung Verpflegungsausgaben von ca. 322.000 Euro, Übernachtungsausgaben von ca. 89.000 Euro und Unterhaltungsausgaben von ca. 35.000 Euro. Damit entstehen bei einem ausverkauften Heimspiel des Hamburger Sport-Vereins außerhalb des Stadions insgesamt beinahe 450.000 Euro an touristischen Ausgaben. Hochgerechnet auf eine gesamte Bundesligasaison summieren sich diese Konsumausgaben zu ca. 7,65 Millionen Euro.

Obwohl der Hamburger Sport-Verein in der letzten Saison noch in der zweiten Fußball-Bundesliga spielte, erzielte er über verschiedene Medienkanäle eine hohe Reichweite. Über die Ausstrahlung im Fernsehen erreicht der Hamburger Sport-Verein im Durchschnitt ca. 580.000 Zuschauer und liegt damit im Ranking der deutschen Fußballvereine auf Platz 6 (Sport 1 2025). So ist der Verein z.B. in allen modernen Sozialen Medien mit eigenen Angeboten vertreten und bewirbt hier neben dem Fußball indirekt auch die Stadt Hamburg; die Palette reicht hier von X über Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, LinkedIn bis hin zu Whatsapp. Zum 1.7.2025 wies der Hamburger Sport-Verein hier ca. 3,9 Millionen Follower auf. An einem durchschnittlichen Spieltag erreicht der Verein ca. 7,52 Millionen Impressions in diesen Medien, die mit Abstand meisten davon über Instagram.



**Abbildung 39:** Länderspiel im Volksparkstadion

Im Volksparkstadion finden neben dem Bundesligafußball des HSV auch regelmäßig andere Sportveranstaltungen statt. So haben im Jahr 2024 die Hamburg Sea Devils ein Heimspiel der European Football League im Volksparkstadion ausgetragen (ca. 25.000

Zuschauer). Zudem trug Phönix Lübeck ein Heimspiel im DFB Pokal im Volksparkstadion vor 51.000 Zuschauern aus. Und auch die HSV-Damenmannschaft spielte zwei Mal im DFB-Pokal in der Arena und konnte hier 74.000 Zuschauer begrüßen. Schließlich war sogar die Fußball Champions League im Volkspark zu Gast und veranstaltete hier ein Heimspiel von Shaktar Donezk und drei Heimspiele von Dynamo Kyiv. Last but not Least wurden vier Spiele der Fußball Europameisterschaft der Herren 2024 in Hamburg ausgetragen (vgl. Abbildung 39). All diese Sportveranstaltungen bringen weitere Zuschauer nicht nur ins Volksparkstadion, sondern in die ganze Stadt. Auch hier entstehen Effekte in der regionalen Wirtschaft, im Beherbergungsgewerbe und im Gastgewerbe.

#### Infobox 4

### **Abschätzung der (außerhalb des Stadions anfallenden) touristischen Ausgaben im Kontext eines ausverkauften Heimspiels des Hamburger Sport-Vereins**

Die folgende Abschätzung bezieht sich ausschließlich auf die durch die Zuschauer verursachten touristischen Ausgaben außerhalb des Volksparkstadions.

#### **Zuschauende**

Im ausverkauften Stadion des HSV finden 57.000 Zuschauende Platz. Davon sind typischerweise 10% der Zuschauer Gästefans (5.700) und 5% auswärtige Heimfans (2.850). Es wird angenommen, dass 15% der auswärtigen Zuschauer den Besuch des Fußballspiels mit einem längeren Aufenthalt in Hamburg verbinden. Unterstellt wird, dass die Hälfte der Übernachtenden eine, die andere Hälfte zwei Nächte in Hamburg verbringt. Somit ergibt sich folgende Zusammensetzung der Zuschauerinnen und Zuschauer nach ihrem Übernachtungsstatus:

Kategorie	Anzahl	Anteil
Tagesgäste	55.178	98%
eine Übernachtung	641	1%
zwei Übernachtungen	641	1%

#### **Touristische Ausgaben der Zuschauenden**

Gemäß der in Infobox 2 hergeleiteten Ausgabensätze entfallen auf die Zuschauerinnen und Zuschauer folgende touristische Ausgaben:

Kategorie	Ausgaben in EUR
Verpflegung	322.211
Übernachtung	89.304
Unterhaltung	34.614

### **Geschätzte touristische Gesamtausgaben: 446.129 EUR (Ausgaben außerhalb des Stadions)**

Quellen: Berechnungen des HWWI (2025), siehe auch Infobox 2.

## 5.2.2 FC St. Pauli

Der FC St. Pauli ist ein Fußballverein mit einer ausgeprägten sportlichen Tradition und einer außergewöhnlich starken kulturellen Identität. Der 1910 gegründete Club erlangte über die Jahrzehnte vor allem auch durch seine besondere Fankultur und sein gesellschaftliches Engagement bundesweite und internationale Bekanntheit. Seit den 1980er-Jahren profilierte sich St. Pauli als Verein, der sich klar gegen Rassismus, Sexismus, Homophobie und jede Form von Diskriminierung positioniert. Diese Werte sind fest im Leitbild verankert und prägen sowohl das Selbstverständnis des Clubs als auch die Atmosphäre im Millerntor-Stadion. Das Stadion am Millerntor entstand in vielen Bauabschnitten und wurde im Laufe der Zeit mehrfach umgebaut. So musste das maximale Fassungsvermögen von einst 32.000 Zuschauern aus Sicherheitsgründen in mehreren Einzelschritten über die Jahre verteilt zunächst auf 20.629 verringert werden. Seit dem Abschluss der Umbauarbeiten im Jahr 2015 verfügt es nun über eine Kapazität von 29.546 Plätzen, von denen 16.940 Stehplätze und 12.606 Sitzplätze sind. Zu den Sitzplätzen gehören 39 Séparées mit 468 Plätzen, 2.491 Business-Seats und 96 rollstuhlgerechte Plätze.

Das Millerntor-Stadion (vgl. Abbildungen 40, 41) bildet auch das Zentrum der Vereinidentität. Mit seiner innerstädtischen Lage im Stadtteil St. Pauli, der offenen Fan- und Stadtteilkultur und einer der lautesten und engagiertesten Fanbases Deutschlands gilt es als ein Ort, an dem Fußball und gesellschaftliches Engagement auf besondere Weise zusammenkommen. Der Verein nutzt seine öffentliche Rolle regelmäßig, um soziale Projekte zu unterstützen, politische Bildungsarbeit zu fördern und sich aktiv in Stadtteilentwicklung und Gemeinwesen einzubringen.

Der sportliche Entwicklungsverlauf des FC St. Pauli ist durch einige Ups und Downs geprägt, jedoch von einer langfristigen Etablierung im Profifußball geprägt. Vor 1963 spielte der Verein in der Oberliga Nord, nahm aber mehrfach an den Endrunden um die deutsche Meisterschaft teil. Bei der Einführung der Bundesliga blieb St. Pauli zunächst außen vor. Der Club etablierte sich in den folgenden Jahrzehnten primär als leistungsstarker Zweitligist. Dabei erreichte er wiederholt Aufstiege in die Bundesliga – so in den Jahren 1977, 1988, 1995, 2001 und 2010. Diese Erstligaaufenthalte waren sportlich ambitioniert, aber jeweils nur von begrenzter Dauer, was auf strukturelle Wettbewerbsnachteile gegenüber finanzstärkeren Vereinen zurückgeführt werden kann. Trotz zwischenzeitlicher Krisen, einschließlich des Absturzes bis in die damalige Regionalliga Anfang der 2000er-Jahre, gelang dem Verein eine schrittweise sportliche Konsolidierung. Seit Mitte der 2010er-Jahre weist der Club eine zunehmende Stabilität in der 2. Bundesliga auf, die sich in verbesserten Tabellenplatzierungen, einer klaren spielstrategischen Ausrichtung sowie einer nachhaltigeren Kader- und Nachwuchsentwicklung manifestiert. In den 2020er-Jahren verstärkte der FC St. Pauli seine sportliche Leistungsfähigkeit weiter und positionierte sich als dauerhaft konkurrenzfähiger Aufstiegskandidat, was letztlich in den erneuten Sprung in die Bundesliga mündete. Seit der Saison 2024/2025 spielt der FC St. Pauli in der ersten Bundesliga, so dass Hamburg seit der laufenden Saison über zwei Fußball-Erstligisten verfügt.

Seit der Saison 2015/2016 lag der Zuschauerschnitt des FC St. Pauli bei Spielen in der 1. und 2. Bundesliga stets nahe bei der Vollauslastung von knapp 30.000 (vgl. Abbildung 42). Lediglich in der Zeit der Beschränkungen in Folge der Covid-19-Pandemie war die



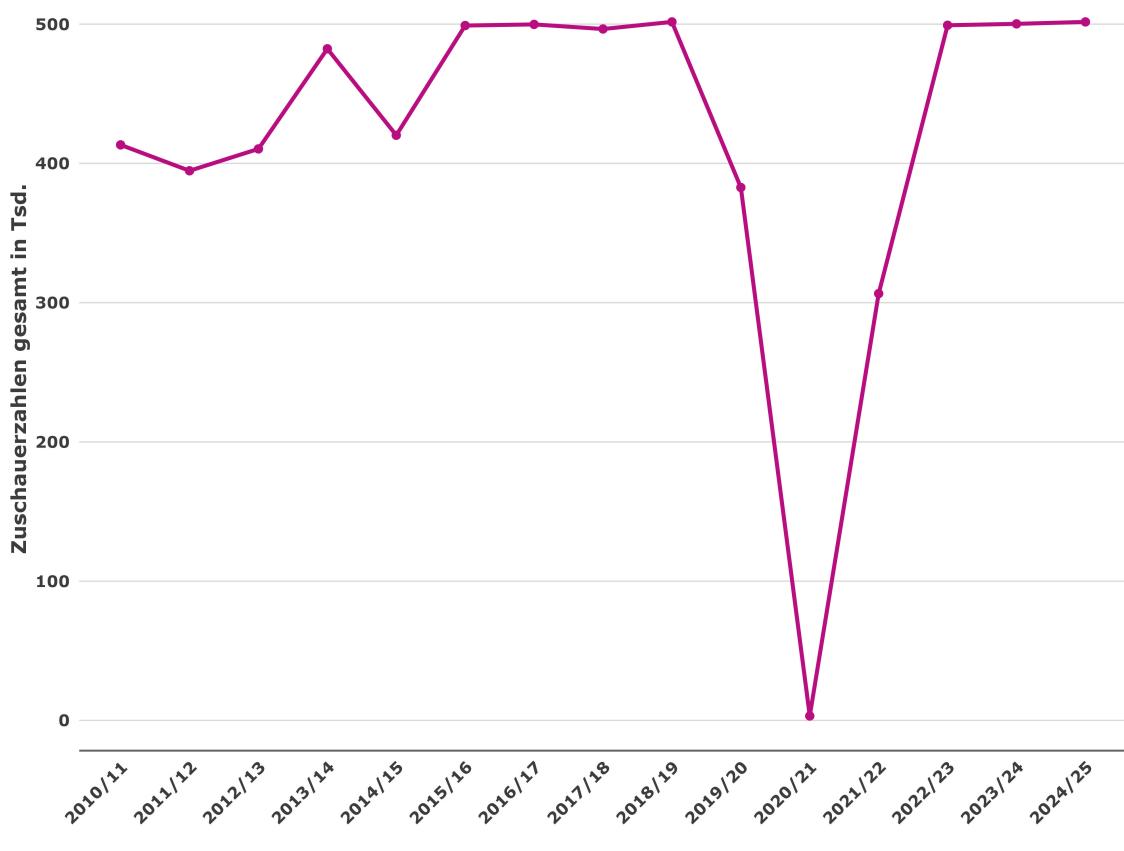
**Abbildung 40:** Millerntorstadion



**Abbildung 41:** Millerntorstadion

Auslastung niedriger.

Im Geschäftsjahr 2024/2025 erzielte der FC St. Pauli Umsatzerlöse und sonstige betriebliche Erträge in der Höhe von 102.4 Millionen Euro. Haupttreiber für die Steigerung gegenüber dem Vorjahr waren dabei insbesondere erhöhte Fernsehgelder nach dem Aufstieg in die 1. Fußball-Bundesliga sowie eine signifikante Steigerung der Vermarktungsumsätze (FC St. Pauli 2025). Daneben spielen aber auch hier die Ticketing-Einnahmen, Merchandising und Catering im Stadion eine bedeutende Rolle auf der Einnahmen-Seite.



**Abbildung 42:** Entwicklung der Gesamtzuschauerzahlen des FC St. Pauli (Saison 2010/11 bis 2024/25)

Auch der FC St. Pauli gab einen erheblichen Teil seiner Einnahmen zur Deckung seiner Personalkosten aus und sichert damit knapp 500 Arbeitsplätze im Verein (Stand: Juni 2024, vgl. FC St. Pauli 2024). Das Beschaffungsvolumen an Gütern und Dienstleistungen im Geschäftsjahr 2023/2024 betrug knapp 30 Millionen Euro. Ein Teil der Waren, insbesondere aber viele der Dienstleistungen stammen von lokalen Anbietern, so dass auch hier die lokale Wirtschaft vom Bundesliga-Fußball des FC St. Pauli profitiert.

Auch für den FC St. Pauli lässt sich abschätzen, mit welchen touristischen Konsumausgaben rund um ein ausverkauftes Bundesligaspiel zu rechnen ist. Auch hier umfassen

die in Infobox 5 zusammengefassten Berechnungen lediglich die Ausgaben außerhalb des Millerntorstadions. Die im Stadion getätigten Ausgaben sind in den zitierten Bilanzdaten des Vereins bereits enthalten. Insgesamt ergibt die Schätzung Verpflegungsausgaben von ca. 167.000 Euro, Übernachtungsausgaben von ca. 46.000 Euro und Unterhaltungsausgaben von ca. 18.000 Euro. Damit entstehen bei einem ausverkauften Heimspiel des Hamburger Sport Vereins außerhalb des Stadions insgesamt mehr als 230.000 Euro an touristischen Ausgaben. Hochgerechnet auf eine gesamte Bundesligasaison summieren sich diese Konsumausgaben zu ca. 3,91 Millionen Euro.

#### Infobox 5

### **Abschätzung der touristischen Ausgaben (außerhalb des Stadions) im Kontext eines ausverkauften Heimspiels des FC St. Pauli**

Die folgende Abschätzung bezieht sich ausschließlich auf die durch die Zuschauer verursachten touristischen Ausgaben außerhalb des Millerntorstadions.

#### **Zuschauende**

Im ausverkauften Stadion des FC St. Pauli finden 29.546 Zuschauende Platz. Davon sind typischerweise 10% der Zuschauer Gästefans (2.955) und 5% auswärtige Heimfans (1.477). Es wird angenommen, dass 15% der auswärtigen Zuschauer den Besuch des Fußballspiels mit einem längeren Aufenthalt in Hamburg verbinden. Unterstellt wird, dass die Hälfte der Übernachtenden eine, die andere Hälfte zwei Nächte in Hamburg verbringt. Somit ergibt sich folgende Zusammensetzung der Zuschauerinnen und Zuschauer nach ihrem Übernachtungsstatus:

Kategorie	Anzahl	Anteil
Tagesgäste	28.882	98%
eine Übernachtung	332	1%
zwei Übernachtungen	332	1%

#### **Touristische Ausgaben der Zuschauenden**

Gemäß der in Infobox 2 hergeleiteten Ausgabensätze entfallen auf die Zuschauerinnen und Zuschauer folgende touristische Ausgaben:

Kategorie	Ausgaben in EUR
Verpflegung	166.987
Übernachtung	46.254
Unterhaltung	17.928

### **Geschätzte touristische Gesamtausgaben: 231.169 EUR (Ausgaben außerhalb des Stadions)**

Quellen: Berechnungen des HWWI (2025), siehe auch Infobox 2.

Auch der FC St. Pauli ist für die Stadt Hamburg ein wichtiger Werbeträger mit hoher Sichtbarkeit. So haben die Social Media Angebote des Vereins bei Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, LinkedIn, Whatsapp und der vereinseigenen App zum Beginn der

laufenden Saison insgesamt ca. 1,2 Millionen Follower. Davon stammen ca. 80% aus Europa, die verbleibenden 20% rekrutieren sich aus Nord- und Südamerika (12%), Asien (5%), Afrika (3%) und Australien und Ozeanien (1%). Über dieses international sehr weit aufgespannte Publikum erreichen Nachrichten aus Hamburg fast die ganze Welt.

## 5.3 ADAC Cyclassics

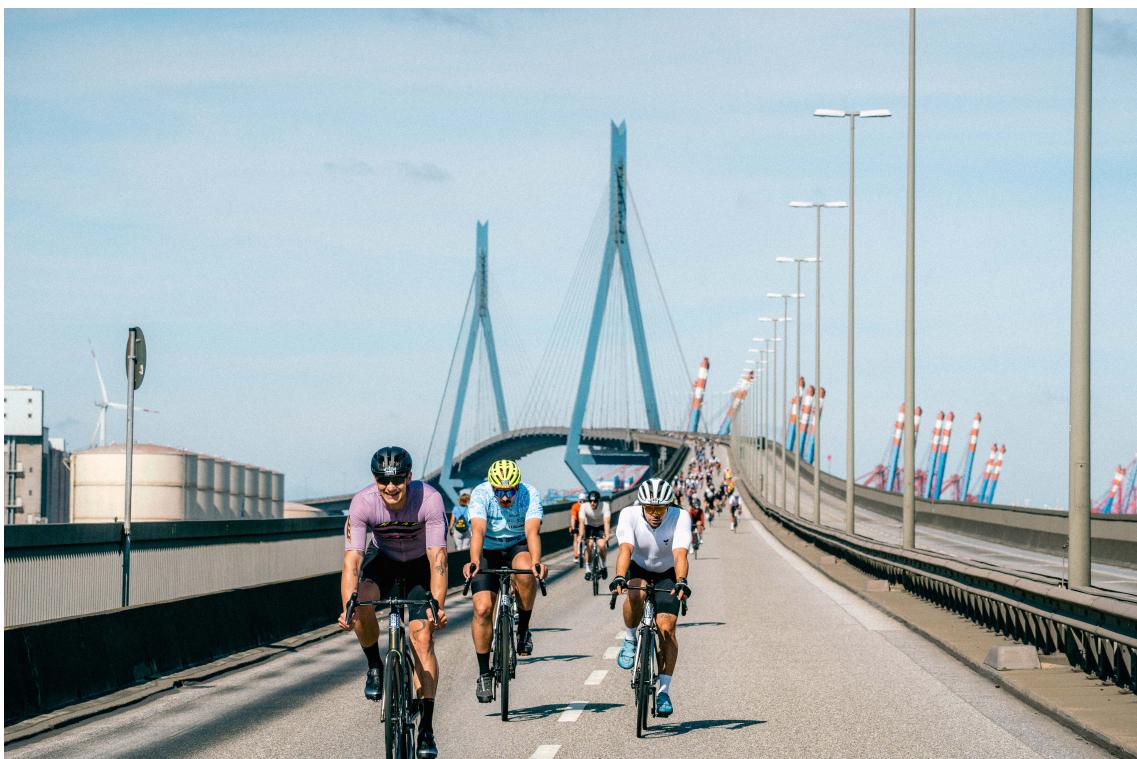
Seit 1996 findet in Hamburg jährlich ein großes Radsportevent statt, die Hamburger Cyclassics. Inzwischen haben sich die Cyclassics zu einem der bedeutendsten Radsportereignisse in Deutschland entwickelt. Die Cyclassics sind ein besonderes Radevent, weil sie Profis und Hobbyfahrer am selben Tag auf teilweise identischen Strecken zusammenbringen. Dadurch entsteht eine einmalige Mischung aus Spitzensport und Breitensport.

Veranstalter des Profirennens ist A.S.O. Germany, der deutsche Ableger des Tour-de-France-Veranstalters A.S.O. Die Cyclassics zählen zur UCI WorldTour. Zum neuen Titelsponsor wurde im Jahr 2025 erstmals der ADAC. Das Profirennen, an dem insgesamt 160 Radrennfahrer teilnahmen (vgl. Abbildung 43), führte 2025 erstmals von Buxtehude nach Hamburg und umfasste rund 207 Kilometer, wobei der weitaus längste Teil der Strecke durch das Hamburger Stadtgebiet führte. Die Strecke war insgesamt anspruchsvoller als in vielen Jahren zuvor: Mehrfach wurde die Köhlbrandbrücke überquert, und vor allem der legendäre Waseberg in Blankenese wurde gleich fünfmal passiert. Die Zieleinfahrt lag zentral auf der Mönckebergstraße, also direkt im Stadtzentrum.



**Abbildung 43:** Profi Radrennen der ADAC Cyclassics

Das Herzstück der ADAC Cyclassics ist das Jedermann-Rennen, an dem im Jahr 2025 mehr als 10.000 Radfahrerinnen und Radfahrer unterschiedlichster Leistungs- und Altersklassen<sup>11</sup> teilgenommen haben. Dabei stammen ca. 65 Prozent der Teilnehmer nicht aus Hamburg und reisen extra für die Veranstaltung an. Das Jedermann-Rennen hat sich als zentraler Bestandteil des norddeutschen Breitensports etabliert und ist ein Kernelement der Active City Hamburg Strategie indem es eine Brücke zwischen Spitzensport und Breitensport baut. Das Jedermann-Rennen umfasst zwei Distanzen von 60 und 110 Kilometern, die vollständig auf abgesperrten Straßen durch Hamburg und das Umland führen. Die hohe infrastrukturelle Qualität schafft für die teilnehmenden Amateurathletinnen und -athleten Bedingungen, die ansonsten vor allem im professionellen Radsport vorzufinden sind. Die kürzere Strecke bietet dabei einsteigerfreundliche Anforderungen, während die längere Distanz eine größere physiologische Belastung durch ihre Länge, moderat ansteigende Abschnitte und windexponierte Bereiche aufweist.



**Abbildung 44:** Jedermann Radrennen der ADAC Cyclassics

Durch die parallele Durchführung mit dem internationalen Profirennen entsteht bei den Cyclassics eine seltene Form der räumlichen und zeitlichen Verknüpfung von Amateur- und Spitzensport, die motivationspsychologische Effekte verstärken kann. Was die ADAC Cyclassics dabei besonders auszeichnet, ist die Atmosphäre. Zehntausende Menschen stehen an der Strecke.<sup>12</sup> Musik, Moderation, Fanbereiche und ein großes Rahmenprogramm sorgen für eine Mischung aus Volksfest und Spitzensport.

<sup>11</sup>Das Durchschnittsalter der Teilnehmer lag bei ca. 46 Jahren.

<sup>12</sup>Schätzungen der Gesamtzuschauerzahl liegen zwischen 255.000 (Veranstalter) und einer halben Million (Hamburg Magazin 2025).

Von der Veranstaltung profitieren wirtschaftlich aber nicht nur das Hotel- und Gastgewerbe, sondern auch die zahlreichen Dienstleister, die beinahe sämtlich aus Hamburg selbst oder dem nahen Umland stammen. Relevant sind hier vor allem Dienstleistungen aus dem Bereich der Verkehrsabsicherung (inkl. Absperrgitter und Sperrblockaden), der Veranstaltungslogistik (mobile Toiletten, Pagodenzelte), der Vermietung von Bürocontainern und Fahrzeugen, der Müllentsorgung, der Strom- und Wasserversorgung, der Medien- und Soundtechnik, des Caterings, der sanitätsdienstlichen Betreuung und der Sicherheitsleistungen.

Das Rahmenprogramm der ADAC Cyclassics 2025 verwandelte die Hamburger Innenstadt über das gesamte Rennwochenende hinweg in ein groß angelegtes Radsportfestival (vgl. Abbildung 45). Rund um den Rathausmarkt und den Jungfernstieg präsentierten mehr als 45 Aussteller aus den Bereichen Fahrrad, Outdoor und Lifestyle neue Produkte, Services und Mitmachangebote. Am Rennsonntag bot der Rathausmarkt zwischen Vormittag und Nachmittag eine zentrale Begegnungszone mit Informationsständen, Aktionen rund um nachhaltige Mobilität, verschiedenen Gastronomieangeboten und familienfreundlicher Unterhaltung. Dadurch wurde die Veranstaltung über das sportliche Geschehen hinaus zu einem offenen Stadtevent, das sowohl Teilnehmende als auch Besucherinnen und Besucher ansprach und die Cyclassics als integrativen Bestandteil der Hamburger Sport- und Veranstaltungskultur erlebbar machte.

Ergänzt wurde das Rahmenprogramm am Vortag des Rennens durch das Bikeleasing Kids Race, bei dem junge Radsportbegeisterte auf der Mönckebergstraße selbst aktiv werden konnten. Mehr als 200 Kinder und Jugendliche im Alter von 2 bis 12 Jahren gingen beim diesjährigen Bikeleasing Kids Race an den Start – und nahmen stolz ihre Medaillen entgegen (vgl. Abbildung 46).

Für viele Teilnehmende sind die Cyclassics somit nicht nur ein Rennen, sondern ein Erlebnis, das sie Jahr für Jahr wieder nach Hamburg zieht und damit einen beträchtlichen wirtschaftlichen Effekt für das Hotel- und Gastgewerbe nach sich zieht. So übernachten ca. 3.100 der auswärtigen Teilnehmer mindestens eine Nacht in Hamburg und bringen durchschnittlich 1,35 Begleitpersonen mit. Hinzu kommen noch die Übernachtungen der 23 Profiteams, die jeweils aus ca. 20 Teammitgliedern bestehen.

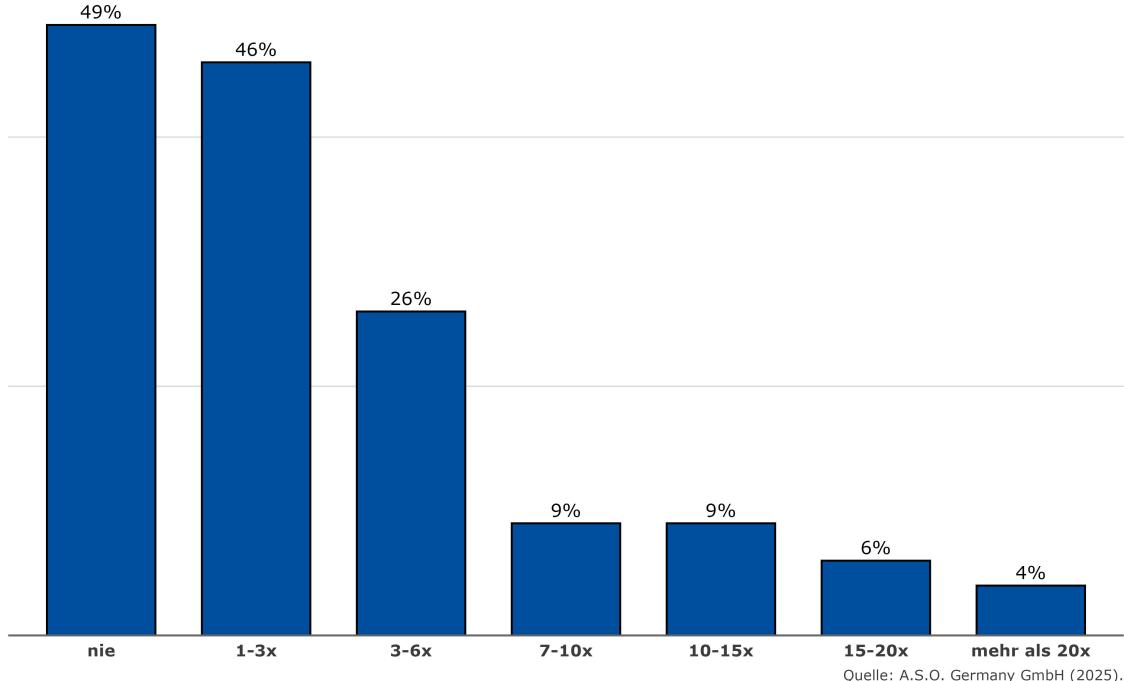
Wie Abbildung 47 illustriert waren im Teilnehmerfeld des Jahres 2025 ausgesprochen viele Hobbysportler vertreten, die bereits einmal oder sogar mehrfach in der Vergangenheit am Jedermann-Rennen teilgenommen hatten. Während etwa die Hälfte der Teilnehmer das Rennen das erste mal absolvierten, verfügte etwa ein weiteres Viertel über die Erfahrung von mindestens 3 Teilnahmen. Immerhin vier Prozent der Teilnehmer hatten sogar bereits mindestens 20 Mal teilgenommen. Das Jedermann-Rennen führt somit zu einer ausgesprochen hohen Teilnehmerbindung.



Abbildung 45: Fest am Jungfernstieg bei ADAC Cyclassics



Abbildung 46: Kinderevent bei ADAC Cyclassics



**Abbildung 47:** Häufigkeit der Teilnahme am Jedermannrennen 2025

Das Profirennen der ADAC Cyclassics 2025 wurde im nationalen und internationalen Fernsehen übertragen. Innerhalb Deutschlands erreichte die TV Berichterstattung in Eurosport, ARD und den angeschlossenen Regionalprogrammen 1,87 Millionen Zuschauer.<sup>13</sup> National und international wurden im Fernsehen 394 Stunden über das Radrennen berichtet. Der Werbeeffekt für Hamburg und die Region darf hier als hoch eingeschätzt werden, da Fernsehbilder von Radrennen naturgemäß viel von der Umgebung zeigen, in der sie stattfinden. Oft werden bei der Übertragung touristisch besonders interessante Orte oder Bauwerke am Rande vorgestellt und tragen somit in hohem Maße dazu bei, dem Fernsehzuschauer den Veranstaltungsort vorzustellen.<sup>14</sup> Aber auch in anderen Medien wurde intensiv über die ADAC Cyclassics 2025 berichtet. So wurden über klassische Printmedien knapp 15 Millionen, über den Online-Auftritt ca. 4 Millionen und über soziale Medien 3,7 Millionen Menschen erreicht.

<sup>13</sup> Alle Informationen zur Medienreichweite der ADAC Cyclassics wurden vom Veranstalter für diesen Bericht zur Verfügung gestellt.

<sup>14</sup> Besonders ausgeprägt ist dies z.B. bei Fernsehübertragungen der Tour de France.

## Infobox 6

### Abschätzung der touristischen Ausgaben im Kontext der ADAC Cyclassics (2025)

#### Jedermann-Rennen

Von den 10.908 Teilnehmenden des Jedermann-Rennens kamen 3.337 aus Hamburg.<sup>a</sup> Die übrigen reisten aus den angrenzenden Bundesländern Niedersachsen und Schleswig-Holstein (3.502), dem restlichen Deutschland (3.063) oder dem Ausland (549) an.<sup>b</sup> Gemäß der vom Veranstalter zur Verfügung gestellten Angaben zur Anzahl der Übernachtungen der aus dem Rest Deutschlands und dem Ausland angereisten Teilnehmenden ergibt sich die Zusammensetzung der Teilnehmenden nach Übernachtungsstatus als:

Zahl der Übernachtungen	Anzahl Personen	Anteil
Tagesgäste	7.782	71,3%
eine Übernachtung	1.231	11,3%
zwei Übernachtungen	1.146	10,5%
drei oder mehr Übernachtungen	749	6,9%

Laut Angaben des Veranstalters reisten die Teilnehmenden in Begleitung von durchschnittlich 1,35 Personen an. Die Ausgaben der Begleitpersonen von übernachtenden Sportlern werden analog zur Ausgabenschätzung der Teilnehmenden ermittelt. Basierend auf den in Infobox 2 hergeleiteten Ausgabensätzen entfallen auf die Teilnehmenden und die Begleitpersonen der übernachtenden Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Jedermann-Rennens die folgenden touristischen Ausgaben:

Kategorie	Ausgaben in EUR
Verpflegung	732.921
Übernachtung	533.007
Unterhaltung	95.048

#### Profirennen

Im Jahr 2025 nahmen 23 internationale Teams am Profirennen teil. Laut Informationen des Veranstalters umfassten diese jeweils ca. 20 Personen. Zur Berechnung der Übernachtungs- und Verpflegungsausgaben wird angenommen, dass die Teams zwei Nächte in Hamburg verbracht haben. Unterhaltungskosten werden hier nicht angesetzt. Somit ergeben sich die folgenden geschätzten Ausgaben:

Kategorie	Ausgaben in EUR
Verpflegung	38.640
Übernachtung	99.360

#### Zuschauende

Schätzungen der Zuschauerzahlen über die letzten Jahre schwanken zwischen 250.000 (vgl. Behörde für Inneres und Sport 2025) und 500.000 (Hamburg Magazin 2025). Für die Schätzung wurde auf die vorsichtige Variante von 250.000 Personen zurückgegriffen. Mit Ausnahme der oben erwähnten angereisten Begleitpersonen wird davon ausgegangen, dass es sich bei allen anderen Zuschauern um reine Tagesgäste handelt. Somit ergeben sich die geschätzten Ausgaben als:

Kategorie	Ausgaben in EUR
Verpflegung	1.083.333

## Geschätzte touristische Gesamtausgaben: 2.582.310 EUR

Quellen: A.S.O. Germany, Berechnungen des HWWI (2025), siehe auch Infobox 2.

<sup>a</sup>Die dargestellten Daten aus dem Jahr 2023 sind laut Veranstalter vergleichbar mit den aktuellen Teilnehmern Daten.

<sup>b</sup>Personen aus der angrenzenden Bundesländern Niedersachsen und Schleswig-Holstein, sowie die 457 Teilnehmenden, zu deren Herkunft keine Daten vorlagen werden für die Berechnungen als Tagesgäste klassifiziert.

## 5.4 Tennis am Rothenbaum

Tennis-Turniere am Rothenbaum in Hamburg gehören zu den traditionsreichsten Sportveranstaltungen in Deutschland und blicken auf eine Geschichte zurück, die bis ins Jahr 1892 reicht (das erste Damenturnier fand nur vier Jahre später im Jahr 1896 statt). Auf den Sandplätzen unweit der Außenalster entwickelte sich der Rothenbaum im Laufe der Jahrzehnte zu einem international anerkannten Standort, an dem sich Tennisgeschichte mit moderner Stadionarchitektur verbindet. Der Centre Court mit seinem markanten, aufschiebbaren Dach bietet eine einzigartige Atmosphäre, die Spieler wie Zuschauer gleichermaßen begeistert.



Abbildung 48: Centre Court, Stadion am Rothenbaum Hamburg

Das Herrenturnier am Rothenbaum wurde seit der Erstauflage mit Ausnahme der Weltkriegsjahre seit 1892 stets jährlich ausgetragen. Es zählt bereits seit langem zu den

wichtigsten Sandplatz-Events der Welt und ist heute ein ATP-500-Turnier. In der Siegerliste stehen so berühmte Namen wie Ivan Lendl, Stefan Edberg, Roger Federer, Rafael Nadal und, im Jahr 2023, der gebürtige Hamburger Alexander Zverev. Auch das Damenturnier am Rothenbaum hat eine lange Tradition und kann auf Erfolge herausragender Sportlerinnen wie Steffi Graf, Arantxa Sanchez-Vicario, Martina Hingis, Venus Williams und Kim Clijsters zurückblicken. Ende des Jahres 2002 wurde allerdings die Turnierlizenz für das Damen-Event verkauft, wodurch das Turnier am Rothenbaum für beinahe 20 Jahre aus dem regulären WTA-Kalender verschwand. Im Jahr 2021 ist das Profitennis der Frauen allerdings nach Hamburg zurückgekehrt und hat seitdem eine bemerkenswerte Entwicklung genommen. Die Wiederbelebung des WTA-Turniers bedeutete nicht nur eine Rückkehr zur Tradition, sondern auch eine deutliche Aufwertung des gesamten Events, da der Rothenbaum damit wieder zu den wenigen europäischen Standorten zählt, die Damen- und Herrentennis in auf Weltklassenniveau präsentieren.

#### 5.4.1 Bitpanda Hamburg Open ATP 500

Die Bitpanda Hamburg Open sind eines der bedeutendsten Sandplatzturniere in Deutschland und gehören zur Kategorie der ATP-500-Events. Im Jahr 2025 fand das Turnier von 17. bis zum 24. Mai in der Rothenbaum-Tennisarena statt und zog mehr als 70.000 Zuschauer an. Etwas mehr als ein Drittel der Zuschauer rekrutierten sich aus Hamburg. Knapp 10.000 Zuschauer reisten aus dem Ausland an und blieben im Durchschnitt 3 Nächte in der Stadt. Die übrigen auswärtigen Zuschauer blieben im Durchschnitt 2 Nächte in Hamburg. Damit trug das Turnier kräftig zur Auslastung von Hotelkapazitäten und der lokalen Gastwirtschaft bei.

Neben hochklassigem Tennissport bietet das Turnier ein vielseitiges Rahmenprogramm, das den Besuch zu einem umfassenden Eventerlebnis macht. So finden sich während des Herrenturniers auf dem Gelände zahlreiche gastronomische Angebote – von schnellen Snacks bis hin zu hochwertigen kulinarischen Konzepten. Zusätzlich wird das Event durch verschiedene Fan- und Entertainment-Aktionen ergänzt, darunter Begegnungen mit Spielern, Autogrammstunden, offene Trainingseinheiten und Themenbereiche der Sponsoren. Der Namenspartner Bitpanda integriert zudem moderne, digitale Erlebniswelten, die Technologie und Sport auf spannende Weise verbinden. Zudem sorgen Musik, kleine Bühnenformate und familienfreundliche Angebote dafür, dass der Aufenthalt mehr ist als der Besuch eines Tennismatches.

Das Herrenturnier wird seit 2019 von Tennium organisiert, einem international agierenden Sportmanagement-Unternehmen mit Sitz in Spanien. Zwar sitzt der Veranstalter hier also im Ausland, dennoch trägt das Turnier über die temporäre Beschäftigung von Mitarbeitern vor Ort und vor allem durch die Beauftragung von regionalen Dienstleistern (insgesamt 18 KontraktPartner) zur hiesigen Wertschöpfung bei.

Durch die lange Tradition des Herrenturniers und die hochklassige Besetzung des Starterfeldes ist die mediale Aufmerksamkeit für das Turnier hoch und trägt auf diesem Wege sowohl zu dem Image Hamburgs als Sportstadt bei, macht die Stadt aber auch generell für ausländische Touristen attraktiver. So erreichte die Fernsehberichterstattung

im Jahr 2025 8,6 Millionen Menschen. Über die sozialen Medien nahmen weltweit sogar fast 70 Millionen Menschen das Turnier und damit die Stadt Hamburg wahr.



**Abbildung 49:** Rahmenprogramm Bitpanda Hamburg Open 2025

#### **5.4.2 MSC Hamburg Ladies Open WTA 250**

Das Damenturnier am Rothenbaum fand im Jahr 2025 vom 13. bis zum 20. Juli statt. Es ist bei vielen Spielerinnen beliebt, weil es eine Mischung aus historischem Flair, optimalen Bedingungen und gleichzeitig entspannter Atmosphäre bietet. Die Finalteilnahme von Andrea Petković im Jahr 2021, wenige Monate vor dem Ende ihrer Karriere, verlieh dem Event besondere emotionale Bedeutung und trug dazu bei, dass die Rückkehr des Damenturniers schnell wieder einen festen Platz im deutschen Tenniskalender erhielt. Für viele aufstrebende Talente stellt das Turnier heute eine ideale Bühne dar, um wertvolle Punkte zu sammeln und sich auf der Tour zu etablieren.

Besonders geschätzt wird beim Damenturnier die Nähe zwischen Publikum und Spielerinnen. Die Trainingsplätze liegen frei einsehbar zwischen den Wettkampfarenen, sodass Fans hautnah miterleben können, wie sich die Profis vorbereiten. Autogramme, kurze Gespräche und spontane Begegnungen gehören hier zum Alltag. Hinzu kommen ein abwechslungsreiches Rahmenprogramm, gastronomische Angebote und familienfreundliche Bereiche, die das Event zu mehr machen als nur einem sportlichen Wettbewerb. Die Mischung aus internationalem Spitzentennis, der besonderen Rothenbaum-Atmosphäre und der neu gewonnenen Stärke des WTA-Turniers macht das Turnier am Rothenbaum heute zu einem der lebendigsten und attraktivsten Tennisereignisse Deutschlands.



**Abbildung 50:** Damen-Spitzentennis in Hamburg

Während das Turnier im Jahr 2024 noch als WTA Challenger-Turnier veranstaltet wurde, wurde es im Jahr 2025 von der Hamburger MatchMaker Sports GmbH als stand-alone WTA-Damentennisturnier der Kategorie WTA 250 ausgetragen.<sup>15</sup> Über die 8 Veranstaltungstage registrierte das Turnier ca. 18.000 Zuschauer - in Anbetracht der Tatsache, dass an der Hälfte der Veranstaltungstage behördlich nicht mehr als 1.500 Zuschauer zugelassen waren ein durchaus beachtlicher Wert. Die Zuschauer rekrutieren sich dabei derzeit größtenteils aus Hamburg und dem norddeutschen Raum.

Die MSC Hamburg Ladies Open WTA 250 wurden in ein umfassendes Rahmenprogramm eingebettet, welches als weiteres sportliches Highlight ein Exhibition Match zwischen Tommy Haas und Dominic Thiem beinhaltete. Im Sinne der Active City Strategie der Stadt Hamburg richtete sich das Rahmenprogramm aber vor allem gezielt an Familien, Kinder und Jugendliche. Die Mini-Cup-Serie Nord presented by MSC, der European Summer Cup sowie zahlreiche Mitmachaktionen boten auch abseits des Courts Abwechslung. Außerdem erlebten 2.000 Schülerinnen und Schüler einen ganz besonderen Schultag am Hamburger Rothenbaum. Die Kinder-Aktion „Children for Champion“, die am Rothenbaum große Tradition besitzt, fand auch 2025 wieder statt und entfachte Begeisterung bei Kindern und Jugendlichen für den Tennissport. Bei dieser Aktion bewerben sich Tennisvereine aus der Region mit einem Team von Kindern, um eine WTA-Spielerin des Turniers zugeteilt zu bekommen. Die Kinder basteln Fanplakate zum Anfeuern und erhalten Freikarten für das Turnier, bis ihre Spielerin aus dem Wettbewerb ausscheidet. Die Turnierwoche bot somit nicht nur eine Bühne für den Profisport, sondern fungierte auch als Sprungbrett für die nächste Generation. Zudem fand am Finalwochenende einen Inklusionstag statt.

<sup>15</sup>Die Abkürzung WTA 250 zeigt dabei an, dass die Gewinnerin des Turniers 250 Weltranglistenpunkte erhält.



Abbildung 51: MSC Hamburg Ladies Open 2025, 13. bis 20. Juli

Zum Gelingen des Turniers tragen während des Turniers ca. 240 Arbeitskräfte aus Hamburg bei. Zudem muss eine Vielzahl an externen Dienstleistern beauftragt werden, um das Turnier reibungslos durchzuführen. Die Aufträge werden vom Veranstalter dabei vorrangig an lokal ansässige Unternehmen vergeben. Die Dienstleister stammen dabei aus ganz unterschiedlichen Wirtschaftszweigen, darunter z.B. ein Reinigungsunternehmen, ein Sicherheitsdienst, eine Veranstaltungsmeisterei, ein Vermieter von Mobiliar, ein Sanitätsdienst, ein Elektriker, eine Agentur für Licht- und Tontechnik, eine Medienagentur, zwei Caterer, ein Tennisplatzservice sowie ein Fahrdienst.

Hamburg profitiert von den MSC Hamburg Ladies Open auch durch eine hohe mediale Präsenz und internationale Sichtbarkeit. Das Turnier gilt als Leuchtturm für den Frauen-sport und rückt Hamburg in den Fokus weltweiter Berichterstattung. Insbesondere auch im Fernsehmarkt erreichen die MSC Hamburg Ladies Open eine ausgesprochen hohe mediale Reichweite. So wurde das Turnier im Jahr 2025 in insgesamt 146 TV-Märkten übertragen und erreichte dabei 16,1 Millionen Zuschauer. Die Gesamtübertragungszeit belief sich auf 2.963 Stunden. Zudem berichteten 238 unterschiedliche TV-Nachrichtensendungen über das Turnier.

## 5.5 Intersport HYROX

Wie die vorangegangenen Abschnitte gezeigt haben, verfügt Hamburg über ein festes Gerüst an gut etablierten und von Teilnehmern und Zuschauern stark frequentierten Sport-Großveranstaltungen, die von den Veranstaltern stetig weiterentwickelt werden. Die große

Dynamik der Hamburger Sportszene zeigt sich aber auch darin, dass sie auch ganz neue Konzepte hervorbringt. Dies soll im Folgenden am Beispiel der Sportart „HYROX“ aufgezeigt werden, die im Jahr 2017 in Hamburg entstand. Entwickelt wurde das Konzept von dem Eventexperten Christian Toetzke und dem zweifachen Hockey-Olympiasieger Moritz Fürste.

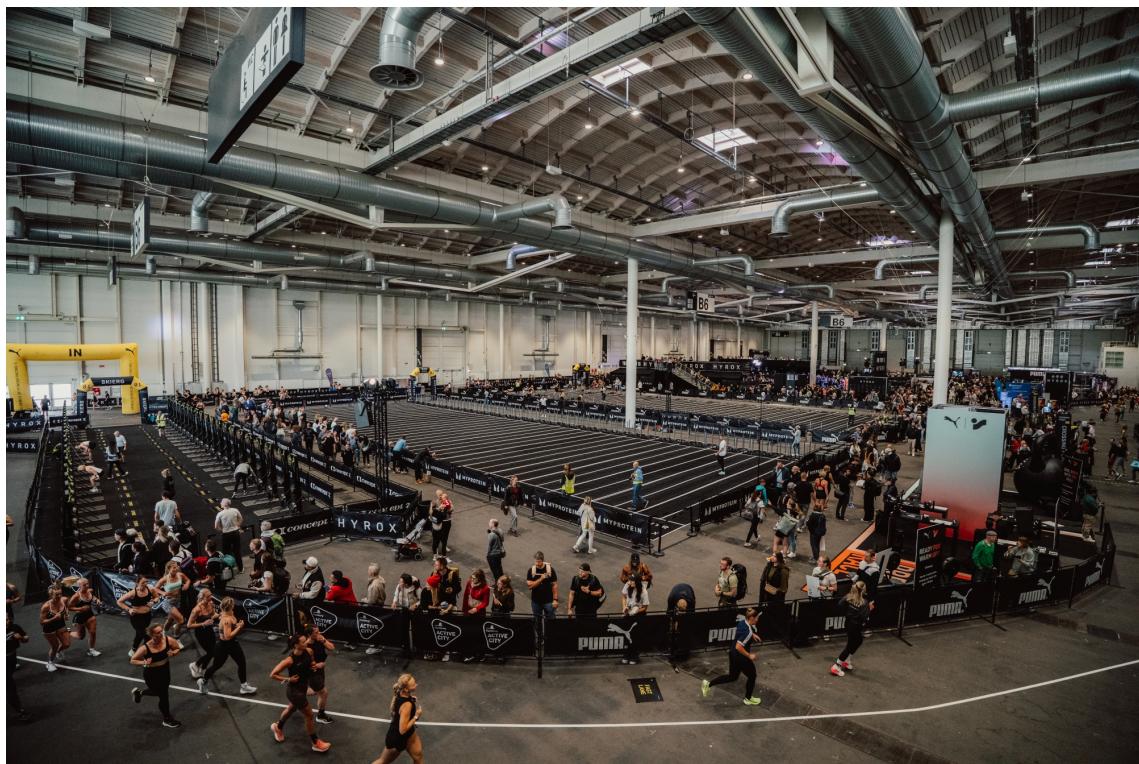
Die Sportart HYROX ist letztlich aus dem Fitnesssport hervorgegangen. Die Bedeutung des Fitnesssports in Deutschland hat sich in den vergangenen Jahrzehnten deutlich gewandelt. Während in den 1950er- bis 1970er-Jahren vor allem Vereinssport und gesundheitliche Aspekte dominierten, entstand der moderne Fitnessgedanke erst in den 1980er- und 1990er-Jahren. Aerobic-Trends und der Ausbau erster Studios machten Fitness zu einem breiten gesellschaftlichen Phänomen. In den 2000er-Jahren sorgten große Fitnessketten und standardisierte Angebote dafür, dass Training für viele Menschen zugänglich wurde. Seit den 2010er-Jahren prägen neue Trainingsformen wie CrossFit, Functional Training und digitale Fitnessangebote die Szene. Fitness ist heute stärker denn je mit Gesundheit, Lebensstil und Prävention verbunden.

Die Idee des HYROX-Konzepts beruhte darauf ein Wettkampfformat zu schaffen, das sowohl für sportliche Einsteigerinnen und Einsteiger zugänglich ist als auch ambitionierten Athletinnen und Athleten eine echte Herausforderung bietet. Gleichzeitig soll es die Atmosphäre eines großen Sportevents mit klar vergleichbaren Leistungen verbinden – etwas, das es im Fitnessbereich in dieser Form zuvor nicht gab.

Das Herzstück von HYROX ist der standardisierte Aufbau jedes Wettkampfes (vgl. Abbildung 52). Die Teilnehmenden absolvieren acht 1-Kilometer-Läufe, die jeweils von einer festgelegten Workout-Station unterbrochen werden. Dazu gehören typische Functional-Fitness-Elemente wie SkiErg, Schlittenziehen, Schlitten schieben, Burpee Broad Jumps, Ruderergometer (vgl. Abbildung 53), Sandbag Lunges oder der Farmers Carry. Durch die feste Reihenfolge der Elemente entsteht ein weltweit einheitliches Format, das es Athletinnen und Athleten ermöglicht, ihre Leistungen über verschiedene Events, Städte und Länder hinweg direkt zu vergleichen.

HYROX hat damit den Nerv der Zeit getroffen: Die Sportart kombiniert Ausdauer, Kraft, mentale Stärke und Wettkampfgefühl auf eine zugängliche, strukturierte Weise. Es gibt beim HYROX verschiedene Leistungsklassen – von Einzelstarterinnen und Einzelstartern über Doubles bis hin zu Pro-Kategorien – sodass jeder Teilnehmende die passende Herausforderung findet.

Seit der ersten Veranstaltung im Jahr 2017 in Hamburg mit ca. 750 Teilnehmern und ca. 1.000 Zuschauern hat HYROX eine beeindruckende Entwicklung genommen. Die Serie expandierte zunächst innerhalb Europas und ist heute in Nordamerika, Großbritannien, Australien und zunehmend auch in Asien vertreten. Die Teilnehmerzahlen steigen stetig, und mit international beachteten Weltmeisterschaften sowie einer wachsenden Pro-Rennserie hat sich HYROX zu einem festen Bestandteil der globalen Fitness- und Wettkampfszene entwickelt. Der Erfolg von HYROX kommt auch darin zum Ausdruck, dass sich die derzeit Verhandlungen um eine Aufnahme von HYROX in das Programm der Olympischen Spiele 2032 in Brisbane laufen.

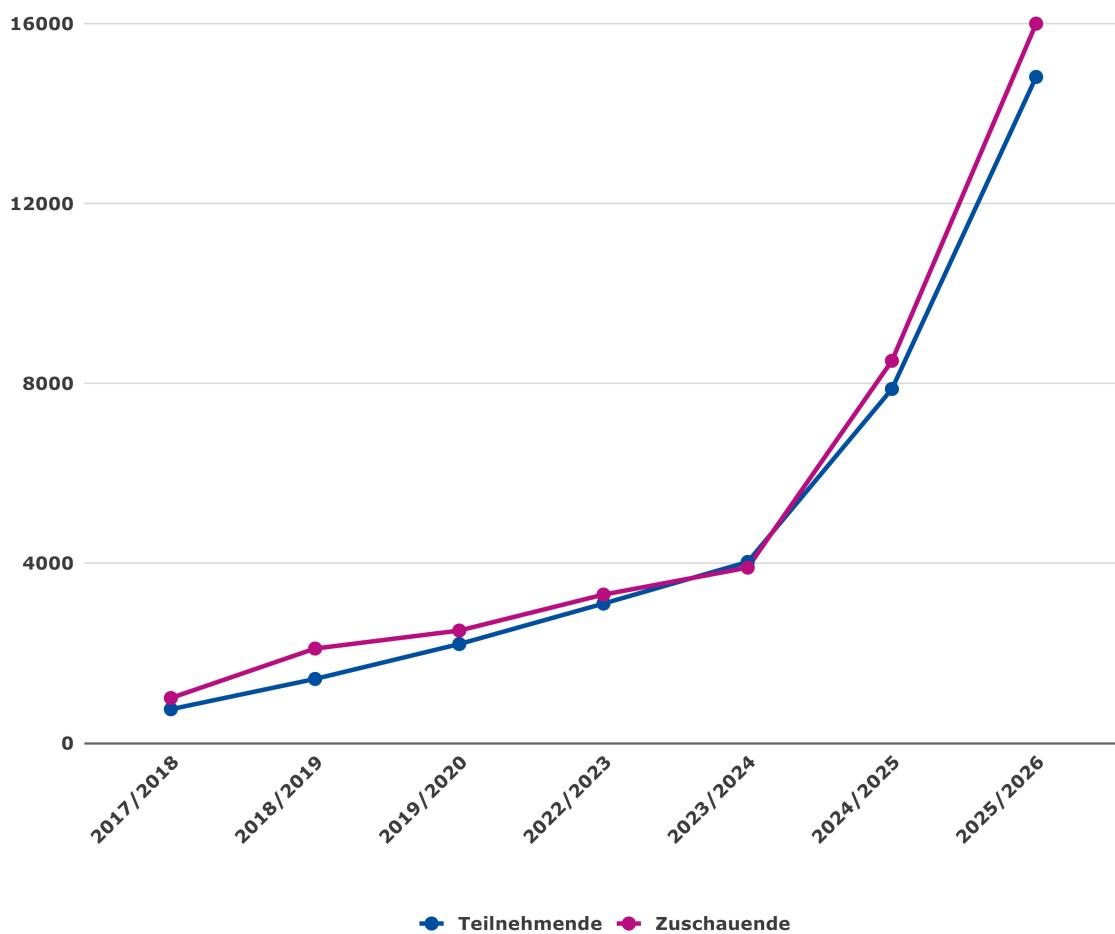


**Abbildung 52:** Intersport HYROX Hamburg Event, 2. bis 5. Oktober 2025 in Hamburger Messehallen



**Abbildung 53:** Athletinnen und Athleten beim Intersport HYROX Hamburg Event 25/26

Seit dem Erstaustragungsjahr 2017 hat HYROX Hamburg mit Ausnahme der beiden Pandemiejahre 2020 und 2021 jährlich stattgefunden. Dabei hat sich sowohl die Teilnehmerzahl als auch die Zuschauerzahl sehr dynamisch entwickelt (vgl. Abbildung 54). An der Veranstaltung im Oktober 2025 in den Hamburger Messehallen nahmen beinahe 15.000 Teilnehmer teil. Die Teilnehmer stammten dabei größtenteils aus dem Großraum Hamburg. Allerdings gab es bei der diesjährigen Veranstaltung erstmals ein Elite Rennen der HYROX Weltserie, welches auch ein Qualifikationsrennen für die im Juni 2026 in Stockholm stattfindende Weltmeisterschaft darstellte. Das Elite Rennen zog nicht nur 120 Top-Athleten aus der ganzen Welt, sondern erstmals auch ein überregionales Publikum an.



Quelle: HYROX World GmbH (2025).

**Abbildung 54:** Entwicklung Anzahl der zuschauenden und teilnehmenden Personen HYROX in Hamburg

Gerade weil die Wurzeln von HYROX in Hamburg liegen und sich die Sportart von hier aus in die Welt verbreitete trägt die Berichterstattung in den Medien potenziell zu einem guten Image von Hamburg als dynamische und sportliche Metropole bei. Die mediale Berichterstattung über HYROX Hamburg erfolgte vorrangig über den eigenen HYROX-You-Tube-Kanal und die Social Media Accounts von HYROX. Die Elite Rennen

(Herren und Damen jeweils Einzel und Doppel) wurden im Rahmen von Live Streams mit englischsprachigem Kommentar übertragen und erreichten dabei insgesamt fast 275.000 Aufrufe. Die offiziellen Social Media Beiträge von HYROX erreichte sogar mehr als 350.000 Personen.

Mit dem starken Wachstum und der fortschreitenden Internationalisierung der Veranstaltung wird auch HYROX Hamburg zunehmend zu einem Wirtschaftsfaktor für die Stadt. Erstmals wurden im Jahr 2025 zwei After Race Parties im sog. HYROX House durchgeführt, bei denen Zuschauer und Athleten mit ihren Freunden und der Familie ihren persönlichen Erfolg feiern konnten. Beide Veranstaltungen bestanden aus verschiedenen Aktivitäten für die Zielgruppe sowie Food & Beverage Angeboten und wurden gut angenommen.

Die wirtschaftliche Bedeutung von HYROX geht aber deutlich über die eigentlichen HYROX Events hinaus. So bieten in Hamburg viele Fitnessstudios inzwischen auch spezifische HYROX Kurse an oder haben sich sogar als offizielles HYROX-Gym zertifizieren lassen. HYROX bietet so ausgezeichnete Impulse zur Weiterentwicklung des kommerziellen Angebots.



## 6. Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

Die vorliegende Studie zur wirtschaftlichen Dimension des Sports in Hamburg zeigt, dass der Sport weit über seine traditionellen gesellschaftlichen Funktionen hinaus ein komplexes und eng verflochtenes ökonomisches System bildet, das in der Hansestadt sowohl strukturell als auch finanziell eine bedeutende Rolle spielt. Sport wirkt als Gesundheitsmotor, Integrationskraft und kultureller Faktor. Er erzeugt jedoch zugleich erhebliche wirtschaftliche Effekte, die in der öffentlichen Wahrnehmung vielfach unterschätzt werden. Die Untersuchung macht deutlich, dass Hamburg nicht nur eine der sportlich aktivsten Regionen Deutschlands ist, sondern auch eine ausgeprägte Sportwirtschaft besitzt, die sich aus Vereinen, Profisport, Fitness- und Gesundheitsanbietern, Eventveranstaltern und einer breiten Palette sportbezogener Dienstleistungen speist. Die Analyse zeigt, dass sowohl die Sportbeteiligung der Bevölkerung als auch die vorhandene Infrastruktur – von großen Stadien und traditionsreichen Anlagen über Fitnessstudios bis zu diversen Freiflächen – eine robuste Grundlage für ein dynamisches Sportökosystem bilden, das sich stets im Wandel befindet.

Mit Hilfe einer Input-Output-Analyse wurde die direkte, indirekte und induzierte Wertschöpfung des Sports für Hamburg quantifiziert und so gezeigt, wie eng die Sportwirtschaft mit der lokalen Wirtschaft verzahnt ist. Die Analyse findet einen Bruttowertschöpfungsmultiplikator von 2,4, was bedeutet, dass jeder im Sportsektor erwirtschaftete Euro insgesamt 2,4 Euro Wertschöpfung in Hamburg generiert. Ebenso zeigt der Beschäftigungsmultiplikator von 2,3 die hohe Arbeitsplatzdynamik, da ein direkter Arbeitsplatz im Sport insgesamt 2,3 Arbeitsplätze in der Stadt sichert. Für das Jahr 2023 lassen sich so insgesamt 14.744 mit dem Sport verbundene Arbeitsplätze und eine gesamtwirtschaftliche Wertschöpfung von 5.311,94 Millionen Euro ermitteln. Diese Größenordnung zeigt, dass Sport keinen Randbereich der städtischen Wirtschaft darstellt, sondern ein Sektor mit substantiellem ökonomischen Gewicht ist, der in zahlreichen nachgelagerten Branchen – von Hotellerie und Gastronomie über Medien und Sicherheit bis zu Handel, Transport und Bau – messbare Effekte hervorruft.

Besonders hervorzuheben ist die Rolle von Sportgroßveranstaltungen, die in Hamburg in einer Dichte stattfinden, die für deutsche Städte außergewöhnlich ist. Fußball, Triathlon, Cyclassics, Tennis, HYROX und viele andere Formate wie z.B. der Hamburg Marathon erzeugen regelmäßig starke Besucherströme, die lokale Wertschöpfung im Gastgewerbe und im Einzelhandel spürbar erhöhen und durch ihre mediale Reichweite die überregionale Positionierung Hamburgs als Sportstadt stärken. Darüber hinaus wirken solche Events als Katalysatoren für Bewegungsförderung, Vereinsanbindung und Standortmarketing. Die Studie macht deutlich, dass die volkswirtschaftlichen Effekte dieser Veranstaltungen nicht allein aus den Besucherzahlen resultieren, sondern durch vielfältige Begleitaktivitäten – Messen, Firmenveranstaltungen, Sponsoring-Ökosysteme, Fanangebote – erheblich verstärkt werden. Zudem dürfte die intensive mediale Berichterstattung über diese herausragenden Sportereignisse ein wichtiger Marketingfaktor für die Stadt Hamburg sein.

Aus den empirischen Ergebnissen ergibt sich die Notwendigkeit, Sport in Hamburg als strategisches Handlungsfeld zu begreifen und politische Entscheidungen stark an den ökonomischen wie gesellschaftlichen Potenzialen des Sports auszurichten. Dazu gehört, die Sportinfrastruktur qualitativ zu sichern, zu modernisieren und langfristig auszubauen, da sie die Grundlage für Wachstum im Breiten-, Leistungs- und Profisport bildet. Ebenso sollten Sportgroßveranstaltungen nicht nur als kulturelles Ereignis verstanden, sondern als wirtschaftlich wirksame Standortinstrumente aktiv unterstützt und weiterentwickelt werden. Schließlich zeigt der hohe volkswirtschaftliche Nutzen von Bewegung und Sport, dass eine Intensivierung der Active-City-Strategie – insbesondere in sozial benachteiligten Quartieren – sowohl gesellschaftlich als auch wirtschaftlich nachhaltig wirkt.

Zentral erscheint zudem die Verbesserung der Datenlage. Da Sport in der amtlichen Statistik weiterhin nur unzureichend abgebildet wird, sollte erwogen werden, ein Sport-Satellitenkonto für Hamburg aufzubauen, um politische Entscheidungen künftig auf regelmäßig aktualisierte, verlässliche und vergleichbare Daten zu stützen. Die Studie legt insgesamt nahe, dass Sport in Hamburg nicht nur gefördert werden sollte, um die Lebensqualität zu erhöhen, sondern auch, um wirtschaftliche Potenziale systematisch zu nutzen und die Stadt langfristig als führende Sportmetropole in Deutschland und Europa zu etablieren.

# Zitierte Literatur

- A.S.O. Germany GmbH (2025). *Cyclassics-Datensatz*. Bereitgestellt vom Veranstalter.
- Ahlert, Gerd (2013). *Die wirtschaftliche Bedeutung des Sports in Deutschland: Abschlussbericht zum Forschungsprojekt "Satellitenkonto Sport 2008"*. Technischer Bericht GWS Research Report 2013/2. Erstellt im Auftrag des Bundesinstituts für Sportwissenschaft (BISp). Osnabrück: Gesellschaft für Wirtschaftliche Strukturforschung (GWS) mbH. URL: [https://sportsatellitenkonto.de/wp-content/uploads/2019/12/04\\_gws\\_researchreport2013-2-SSK-2008.pdf](https://sportsatellitenkonto.de/wp-content/uploads/2019/12/04_gws_researchreport2013-2-SSK-2008.pdf).
- Allmers, Swantje und Wolfgang Maennig (2009). "Economic Impacts of the Fifa Soccer World Cups in France 1998, Germany 2006, and Outlook for South Africa 2010". In: *Eastern Economic Journal* 35, Seiten 500–519.
- Babyak, Michael u. a. (2000). "Exercise Treatment for Major Depression: Maintenance of Therapeutic Benefit at 10 Months". In: *Psychosomatic Medicine* 62.5, Seiten 633–638.
- Baumann, Robert, Bryan Engelhardt und Victor A. Matheson (2012). "Employment Effects of the 2002 Winter Olympics in Salt Lake City, Utah". In: *Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik* 232.3, Seiten 308–317.
- Becker, Simone und Armando Häring (2012). "Soziale Integration durch Sport?" In: *Sportwissenschaft* 42.4, Seiten 261–270.
- Behörde für Inneres und Sport (2025). *Hamburger Sportbericht 2024*. Technischer Bericht. Hamburg: Behörde für Inneres und Sport Hamburg, Sportamt.
- Berlemann, Michael und Marina Eurich (2023). *Die außenwirtschaftlichen Verflechtungen Hamburgs*.
- Bezirksämter Hamburg (2025). *Stammdaten Hamburger Sportstätten*.
- Blüher, Matthias (2021). "Inflammation: zwischen Adipositas, Diabetes und Sport". In: *Der Diabetologe* 17.2, Seiten 241–148.
- Breuer, Christoph und Kirstin Hallmann (2022). *Umfeldbedingungen für Athlet:innen*. Frankfurt/Main: Stiftung Deutsche Sporthilfe.
- Breuer, Christoph, Pamela Wicker u. a. (2018). *Die Lebenssituation von Spitzensportlerinnen und Spitzensportlern in Deutschland*. Frankfurt/Main: Stiftung Deutsche Sporthilfe.
- BudgetYourTrip (2025a). *Budget Your Trio: How Does It Work?* <https://www.budgetyourtrip.com/howitworks.php> (Zugriff am 25. November 2025).
- (2025b). *The Average Daily Budget Calculations*. <https://www.budgetyourtrip.com/calculations.php> (Zugriff am 25. November 2025).
- (2025c). *Travel Budget for Hamburg*. <https://www.budgetyourtrip.com/germany/hamburg> (Zugriff am 25. November 2025).
- Bundesinstitut für Sportwissenschaft (2022). *Sportvereinsmitgliedschaften in Deutschland – Typen, Bindung und gesellschaftliche Korrelate. Sportentwicklungsbericht für Deutschland 2020-2022 - Teil 3*. Technischer Bericht. Bonn: Bundesinstitut für Sportwissenschaft.

- Bündnis für den Rad- und Fussverkehr (2022). *Kurzbericht 2021*. Technischer Bericht. Hamburg: Behörde für Verkehr und Mobilitätswende, Koordinierung Mobilitätswende, Rad- und Fußverkehr.
- (2025). *Kurzbericht 2024*. Technischer Bericht. Hamburg: Behörde für Verkehr und Mobilitätswende, Amt Mobilitätswende Straßen, Referat Rad- und Fußverkehr.
- Bürgerschaft der Freien und Hansestadt Hamburg (2020). *Antwort auf Schriftliche Kleine Anfrage des Abgeordneten Thilo Kleibauer (CDU) vom 20.08.20*. [https://www.kleibauer-cdu.de/image/inhalte/692\\_grossprojekt\\_sanierung\\_der\\_alsterschwimmhalle.pdf](https://www.kleibauer-cdu.de/image/inhalte/692_grossprojekt_sanierung_der_alsterschwimmhalle.pdf).
- Cotterell, Maike und Henning Vöpel (2020). *Ökonomische Effekte einer vitalen Sportstadt*. Technischer Bericht. Hamburg: HWWI Policy Paper 121, Hamburgisches WeltWirtschaftsInstitut.
- Destatis (2024). *Menschen in Deutschland machen im Schnitt 34 Minuten Sport am Tag, Zahl der Woche Nr. 21 vom 21. Mai 2024*. [https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/Zahl-der-Woche/2024/PD24\\_21\\_p002.html](https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/Zahl-der-Woche/2024/PD24_21_p002.html).
- Deutsche Triathlon Union e.V. (2025). *Triathlon-Datensatz*. Bereitgestellt vom Veranstalter.
- Deutscher Olympischer Sportbund (2025). *Bestandserhebung 2024*. [https://cdn.dosb.de/user\\_upload/www.dosb.de/Medien\\_Service/BE/DOSB-Bestandserhebung\\_2024.pdf](https://cdn.dosb.de/user_upload/www.dosb.de/Medien_Service/BE/DOSB-Bestandserhebung_2024.pdf). Zugriff am 3. November 2025.
- Diener, Ed u. a. (1985). "The Satisfaction With Life Scale". In: *Journal of Personality Assessment* 49.1, Seiten 71–75.
- Dodge, Mark, Marc Keech und Elisa Sandri (2020). "Active integration: Sport clubs taking an active role in the integration of refugees". In: *International Journal of Sport Policy and Politics* 12.2, Seiten 305–315.
- Dolan, Paul, Georgios Kavetsos und Ivo Vlaev (2014). "The happiness workout". In: *Social Indicators Research* 119.3, Seiten 1363–1377.
- Dorn, Florian u. a. (2024). "Zu den wirtschaftlichen Effekten von sportlichen Großereignissen". In: *ifo Schnelldienst digital* 5.6, Seiten 1–11.
- Downward, Paul und Simona Rasciute (2011). "Does sport make you happy?" In: *International Review of Applied Economics* 25.3, Seiten 331–348.
- DSSV e. V. – Arbeitgeberverband deutscher Fitness- und Gesundheits-Anlagen (2025). *Eckdaten der deutschen Fitnesswirtschaft*. Technischer Bericht. Hamburg: fitness MANAGEMENT – eine Marke der Privates Institut für Prävention und Gesundheitsmanagement GmbH.
- Eather, Narelle u. a. (2023). "The impact of sports participation on mental health and social outcomes in adults: a systematic review and the 'Mental Health through Sport' conceptual model". In: *Systematic Reviews* 102.12, Seiten 1–27.
- Eschwege, Katja von (2021). "Neuerungen im statistischen Unternehmensregister: Auswertungskonzept, Relevanzschwellen und weitere Quellen". In: *Wirtschaft und Statistik (WISTA)* 5.
- Europarat (2021). *CM/Rec(2021)5 - Recommendation of the Committee of Ministers to member States on the Revised European Sports Charter*.
- European Commission (2022). *Special Eurobarometer 525 - Sport and Physical Activity*. Technischer Bericht. Brüssel: European Union.
- FC St. Pauli (2024). *Nachhaltigkeitsbericht Saison 2023/2024*. <https://api.fcstpauli.com/uploads/documents/Downloads/fcsp-nachhaltigkeitsbericht-23-24.pdf>.

- (2025). *Der FC St. Pauli erzielt Überschuss von gut zwei Millionen Euro*. <https://www.fcstpauli.com/news/bilanz-geschaeftsjahr-2425>. Zugriff am 24. November 2025.
- Feddersen, Arne und Wolfgang Maennig (2013). “Mega-Events and Sectoral Employment: The Case of the 1996 Olympic Games”. In: *Contemporary Economic Policy* 31.3, Seiten 580–603.
- Fichtinger, Markus u. a. (Mai 2024). *Die volkswirtschaftliche Bedeutung des Sports in Oberösterreich: Sportsatellitenkonto Oberösterreich 2023 (Datenbasis 2021)*. Technischer Bericht. Studie im Auftrag der Landessportdirektion Oberösterreich. Wien: Economica Institut für Wirtschaftsforschung und SportsEconAustria Institut für Sportökonomie. URL: [https://sport-ooe.at/Mediendateien/240508\\_SSK\\_00e.pdf](https://sport-ooe.at/Mediendateien/240508_SSK_00e.pdf).
- Flegg, Anthony T., C. D. Webber und M. V. Elliott (1995). “On the appropriate use of location quotients in generating regional input–output tables”. In: *Regional Studies* 29, Seiten 547–561.
- Flesner, Karin K., Peter Korp und Eva-Carin Lindgren (2021). “Integration into and through sports? Sport-activities for migrant children and youth”. In: *European Journal for Sport and Society* 18.1, Seiten 64–81.
- Fourie, Johan und Maria Santana-Gallego (2011). “The impact of mega-sport events on tourist arrivals”. In: *Tourism Management* 32.
- Freie und Hansestadt Hamburg/Universität Hamburg (2022). *Erster Bewegungsbericht Hamburg*. Technischer Bericht. Hamburg: Freie und Hansestadt Hamburg, Behörde für Inneres und Sport (BIS), Behörde für Arbeit, Gesundheit, Soziales, Familie und Integration (Sozialbehörde (SB)), Behörde für Wissenschaft, Forschung, Gleichstellung und Bezirke (BWFGB), Universität Hamburg, Institut für Bewegungswissenschaft, Arbeitsbereich Sport- und Bewegungsmedizin.
- (2025). *Zweiter Bewegungsbericht Hamburg*. Technischer Bericht. Hamburg: Freie und Hansestadt Hamburg, Behörde für Inneres und Sport (BIS), Behörde für Wissenschaft, Forschung, Gleichstellung und Bezirke (BWFGB), Universität Hamburg, Institut für Bewegungswissenschaft, Science und Transfer Center Active City.
- Frey, Bruno S. und Anthony Gullo (2021). “Does Sports Make People Happier, or Do Happy People More Sports?” In: *Journal of Sports Economics* 22.4, Seiten 432–458.
- Guttmann, Allen (1978). *From Ritual to Record. The Nature of Modern Sports*. New York: Columbia University Press.
- Hamari, Juho und Max Sjöblom (2017). “What is eSports and why do people watch it?” In: *Internet Research* 27.2, Seiten 211–232.
- Hamburg Magazin (2025). *Hamburg Cyclassics - Das Radrennen für Profis und Jedermann*. <https://www.hamburg-magazin.de/artikel/hamburg-cyclassics-radrennen>. Zugriff am 16. November 2025.
- Hamburg Tourismus (2024). *Deutscher Städtereisemonitor 2024. Ergebnisbericht Hamburg*. [https://hansen.hamburg-tourism.de/fileadmin/user\\_upload/HANSEN\\_Dateien/Daten\\_Fakten/Studien\\_Publikationen/Studien\\_PDFs/Deutscher\\_Städtereisemonitor\\_2024\\_Bericht\\_fAijr\\_Hamburg\\_NEU.pdf](https://hansen.hamburg-tourism.de/fileadmin/user_upload/HANSEN_Dateien/Daten_Fakten/Studien_Publikationen/Studien_PDFs/Deutscher_Städtereisemonitor_2024_Bericht_fAijr_Hamburg_NEU.pdf) (Zugriff am 25. November 2025). Projektdurchführung TouristiCon GmbH im Auftrag von Magic Cities Germany e.V.
- Hamburger Sportbundes e.V. (2025). *HSB-Mitgliederstatistik 2025*.
- Helmenstein, Christian, Anna Kleissner und Bernhard Moser (Feb. 2006). *Sportwirtschaft in Österreich: Eine Analyse der wirtschaftlichen Bedeutung des Sports in Österreich*.

- Technischer Bericht. Studie im Auftrag der Wirtschaftskammer Österreich (WKO). Wien: SportsEconAustria (SpEA). URL: <https://forschungsnetzwerk.ams.at/dam/jcr:ecbed8da-71c0-423a-833d-140f2f96c5e5/sportwirtschaft%20in%20oesterreich.pdf>.
- HSV Fußball AG & CO. KGAA (2025). *Jahresabschluss zum 30.6.2025*. [https://www.hsv.de/fileadmin/user\\_upload/Bilder\\_HSV.de/Bundesliga/Saison\\_2025\\_26/Allgemeines/HSV\\_Jahresabschluss\\_2024-25.pdf](https://www.hsv.de/fileadmin/user_upload/Bilder_HSV.de/Bundesliga/Saison_2025_26/Allgemeines/HSV_Jahresabschluss_2024-25.pdf).
- Hyrox World GmbH (2025). *Hyrox-Datensatz*. Bereitgestellt vom Veranstalter.
- Inoue, Yuhei u. a. (2019). "Enhancing older adults' sense of belonging and subjective well-being through sport game attendance, team identification and emotional support". In: *Journal of Aging and Health* 32.7-8, Seiten 530–542.
- Ketelhut, Reinhard G. (2015). "Sport bei Hypertonie. Geringe Kosten, hohe Effektivität, keine Nebenwirkungen". In: *Der Diabetologe* 11.5, Seiten 394–399.
- Kowalewksi, Julia (2015). "Regionalization of National Input–Output Tables: Empirical Evidence on the Use of the FLQ Formula". In: *Regional Studies* 49.2, Seiten 240–250. DOI: [10.1080/00343404.2013.766318](https://doi.org/10.1080/00343404.2013.766318).
- Kowalewski, Julia (2009). *Methodology of the input-output analysis*. Technischer Bericht. HWI Research Paper.
- Kuhn, Andreas (2010). "Input-Output-Rechnung im Überblick". In: *Statistisches Bundesamt: Wiesbaden, Germany*.
- Leontief, Wassily W. (1986). *Input-Output Economics*. 2nd. New York: Oxford University Press. ISBN: 978-0195051726.
- Malm, Christer, Johan Jakobsson und Andreas Isaksson (2019). "Physical Activity and Sports—Real Health Benefits: A Review with Insight into the Public Health of Sweden". In: *Sports* 7.5, Seite 127.
- Miller, Ronald E. und Peter D. Blair (2009). *Input-Output Analysis: Foundations and Extensions*. 2. Auflage. Cambridge University Press.
- Nikitara, Katerina u. a. (2021). "Prevalence and correlates of physical inactivity in adults across 28 European countries". In: *European Journal of Public Health* 31.4, Seiten 840–845.
- Norddeutscher Rundfunk (2023). *Sanierte "Schwimmoper": Alsterschwimmhalle wieder offen*. <https://www.ndr.de/nachrichten/hamburg/Sanierte-Schwimmoper-Alterschwimmhalle-wieder-offen,alsterschwimmhalle152.html>. Zugriff am 24. November 2025.
- (2025). *HSV und St.Pauli - Wo die Mitglieder in Hamburg wohnen*. <https://www.ndr.de/sport/fussball/HSV-und-FC-St-Pauli-Wo-die-Mitglieder-in-Hamburg-wohnen,mitgliederhsvpauli102.html> (Zugriff am 14. November 2025).
- Paluska, Scott A. und Thomas L. Schwenk (2012). "Physical activity and mental health: Current concepts". In: *Sports Medicine* 29.3, Seiten 167–180.
- Pawlowski, Tim, Paul Downward und Simona Rasciute (2011). "Subjective well-being in European countries - On the age-specific impact of physical activity". In: *European Review of Aging and Physical Activity* 8.2, Seiten 93–102.
- Pronk, Nicolaas P. u. a. (2004). "The Association Between Work Performance and Physical Activity, Cardiorespiratory Fitness, and Obesity". In: *Journal of Occupational and Environmental Medicine* 46.1, Seiten 19–25.

- Scheel, Alexander K. u. a. (2003). "Osteoporose und Sport". In: *Aktuelle Rheumatologie* 28.4, Seiten 203–209.
- Schmitz-Engels, Juliane (2024). *Swiftconomics – Deutschlandkonzerte von Taylor Swift führen zu einem bis zu dreistelligen Anstieg der Übernachtungszahlen*. <https://www.mastercard.com/news/europe/de-de/newsroom/pressemitteilungen/de-de/2024/swiftconomics-deutschlandkonzerte-taylor-swift-eras-tour>. Zugriff am 3. November 2025.
- Schröder, André und Karl Zimmermann (2014). "Erstellung regionaler Input-Output-Tabellen. Ein Vergleich existierender Ansätze und ihre Anwendung für die Deutsche Ostseeküstenregion". In: *RADOST-Berichtsreihe, Bericht 33*.
- Schüttoff, Ute, Tim Pawłowski und Michael Lechner (2021). "Die ökonomische Analyse des individuellen Sporttreibens". In: *Sport in Kultur und Gesellschaft*. Herausgegeben von Arne Göllich und Michael Krüger. Springer, Seiten 661–677.
- SPD, Landesorganisation Hamburg und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN, Landesverband Hamburg (2025). *Hamburg vereint. Mit Herz und Verstand*.
- Sport 1 (2025). *Die TV-Zuschauertabelle der Bundesliga*. <https://www.sport.de/diashow/sl2075/die-tv-zuschauertabelle-der-bundesliga/#slide=18;>).
- Standeven, Joy (1997). "Sport tourism: Joint marketing - A starting point for beneficial synergies". In: *Journal of Vacation Marketing* 4.1, Seiten 39–51.
- Statistik der Bundesagentur für Arbeit (2025). *Tabellen, Beschäftigte nach Wirtschaftszweigen (WZ 2008) (Zeitreihe Quartalszahlen)*.
- Statistische Ämter des Bundes und der Länder (2015). *zeitverwendungserhebung (ZVE) 2012/2013*.
- (2024). *zeitverwendungserhebung (ZVE) 2022*.
- Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein (2024). *Hamburger Stadtteil-Profile: Berichtsjahr 2023*.
- Statistisches Bundesamt (2008). *Klassifikation der Wirtschaftsabteilungen, mit Erläuterungen*. Statistisches Bundesamt, Wiesbaden.
- (2024). *Qualitätsbericht Statistisches Unternehmensregister 2023*. Statistisches Bundesamt, Wiesbaden.
- (2025a). *Input-Output-Tabelle (Revision 2019) - Inländische Produktion (Herstellungspreise): Deutschland, Jahre (bis 2021)*. Tabelle 81511-0004.
- (2025b). *Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen, Inlandsprodukt*. URL: [https://www.destatis.de/DE/Themen/Wirtschaft/Volkswirtschaftliche-Gesamtrechnungen-Inlandsprodukt/\\_inhalt.html#sprg227266](https://www.destatis.de/DE/Themen/Wirtschaft/Volkswirtschaftliche-Gesamtrechnungen-Inlandsprodukt/_inhalt.html#sprg227266).
- Statistisches Landesamt Nord (2025). *Datenlieferung: Unternehmensregister ab 2013*. (Stand 10.09.2025).
- Techniker Krankenkasse (2022). *Beweg dich, Deutschland*. Technischer Bericht. Hamburg: Techniker Krankenkasse.
- Toker, Sharon und Michal Biron (2012). "Job burnout and depression: Unraveling their temporal relationship and considering the role of physical activity". In: *Journal of Applied Psychology* 97.3, Seiten 699–710.
- Überschär, Kathrin Wirth (2024). *Wie eine Pop-Ikone die Wirtschaft beeinflusst*. <https://www.tagesschau.de/wirtschaft/taylor-swift-wirtschaftsfaktor-100.html>. Zugriff am 3. November 2025.
- Veenhoven, Ruth (1996). "Developments in satisfaction-research". In: *Social Indicators Research* 37, Seiten 1–46.

- Walther, Stefan (2024). "Wie viel der HSV an den Konzerten von Taylor Swift verdient". In: *Hamburger Abendblatt* 23.7.2024. URL: <https://www.abendblatt.de/sport/hsv/article406863753/taylor-swift-hamburg-konzert-hsv-verdient-million-euro.html> (besucht am 05. 11. 2025).
- World Triathlon Championship Series Hamburg (2025). *Hamburg feiert „The World's Biggest Tri“ mit über 8.000 Open Race Teilnehmerinnen und Teilnehmern*. [https://hamburg.triathlon.org/news/article/hamburg\\_feiert\\_the\\_worlds\\_biggest\\_tri\\_mit\\_ueber\\_8.000\\_open\\_race\\_teilnehmeri?](https://hamburg.triathlon.org/news/article/hamburg_feiert_the_worlds_biggest_tri_mit_ueber_8.000_open_race_teilnehmeri?). Zugriff am 16. November 2025.
- Worldfootball.net (2025). *Attendance*. <https://www.worldfootball.net/competition/co12/germany-bundesliga/attendance/> (Zugriff am 22. November 2025).



## A. Bildnachweise

Bild	Titel	Quelle/Lizenz
Titelbild	keinen	Sportfotografie Witters (Match Makers)
Gliederung	keinen	HYROX World GmbH
Titelbild Kapitelanfang	keinen	Deutsche Triathlon Union e.V.
Abbildung 15	Alsterschwimmhalle	RagiHH (CC BY-SA 4.0)
Abbildung 21	Sanierung der Alsterschwimmhalle	Uwe Rohwedder (CC BY-SA 4.0)
Abbildung 22	Renovierte Alsterschwimmhalle	RagiHH (CC BY-SA 4.0)
Abbildung 26	Taylor Swift Konzerte im Volksparkstadion, Juli 2024	Gregor Fischer/TAS24, Getty Images
Abbildung 32	Start des Hamburg Triathlons an der Binnenalster	Deutsche Triathlon Union e.V.
Abbildung 33	Radfahren im Rahmen des Hamburg Triathlon 2025	Deutsche Triathlon Union e.V.
Abbildung 36	Volksparkstadion	HWWI gGmbH
Abbildung 38	Nordtribüne des Volksparkstadions bei einem Heimspiel des Hamburger Sport-Vereins	HWWI gGmbH
Abbildung 39	Länderspiel im Volksparkstadion	HWWI gGmbH
Abbildung 40	Millerntorstadion	FC St. Pauli
Abbildung 41	Millerntorstadion	FC St. Pauli
Abbildung 43	Profi Radrennen der ADAC Cyclassics	A.S.O. Germany
Abbildung 44	Jedermann Radrennen der ADAC Cyclassics	A.S.O. Germany
Abbildung 45	Fest am Jungfernstieg bei ADAC Cyclassics	A.S.O. Germany
Abbildung 46	Kinderevent bei ADAC Cyclassics	A.S.O. Germany
Abbildung 48	Centre Court, Stadion am Rothenbaum Hamburg	Hamburg Open
Abbildung 49	Rahmenprogramm Bitpanda Hamburg Open 2025	Hamburg Open
Abbildung 50	Damen-Spitzentennis in Hamburg	Sportfotografie Witters (Match Makers)
Abbildung 51	MSC Hamburg Ladies Open 2025, 13. bis 20. Juli	Sportfotografie Witters (Match Makers)
Abbildung 52	Intersport HYROX Hamburg Event, 2. bis 5. Oktober 2025 in Hamburger Messehallen	HYROX World GmbH
Abbildung 53	Athletinnen und Athleten beim Intersport HYROX Hamburg Event	HYROX World GmbH
	25/26	