

Standpunkte



Auf Leistung setzen –
Der Sport als Wirtschaftsfaktor Hamburgs

Auf Leistung setzen – Der Sport als Wirtschaftsfaktor Hamburgs

Bearbeitung:
Geschäftsbereiche Infrastruktur und Wirtschaftspolitik
Dorit Deeken, Philipp Detjen, Dr. Malte Heyne, Reinhard Wolf
Telefon 040 36138-138
Fax 040 36138-401
service@hk24.de

Grafiken: Die Elbgraphen, Handelskammer Hamburg
Fotos: Wilfried Witters, Sport-Presse-Fotos-GmbH

Alle Grafiken ©Handelskammer Hamburg

Weitere Publikationen dieser Reihe finden Sie auf den Seiten 63 und 64.

Stand: November 2010

Vorwort

Hamburg ist eine sportbegeisterte Stadt, wahrscheinlich die sportbegeistertste Stadt Deutschlands. Über 80 Prozent der Hamburgerinnen und Hamburger treiben Sport, über 60 Prozent sogar regelmäßig. Gut 1,7 Millionen Besucher jährlich verzeichnen die vier Profi-Sportvereine bei ihren Liga-Heimspielen, einschließlich der Pokalspiele und internationaler Wettbewerbe sogar weit über zwei Millionen. Wenn Marathon, Cycloclassics oder Triathlon anstehen, kommen viele Hunderttausend Hamburger an die Strecke und machen die ganze Stadt zum Stadion. Hamburg ist Sportstadt!

Sport ist aber ebenso ein wesentlicher Faktor in der Hamburger Wirtschaft. In ihrer Bedeutung stehen die Unternehmer der Sportwirtschaft zwischen dem Maschinenbau, Verlags- und Rundfunkwesen und der Bauwirtschaft. Fast 15 600 Menschen arbeiten direkt in der Sportwirtschaft, die einschließlich der Multiplikatoreffekte 1,2 Milliarden Euro zur Hamburger Wertschöpfung beiträgt. Rund 120 Millionen Euro fließen dem Hamburger Fiskus aus der Sportwirtschaft zu. Die Förderung des Sports ist deshalb auch unmittelbar Wirtschaftsförderung. Sport prägt zudem das Image Hamburgs. In unseren Arenen und Stadien sowie beim Anfeuern der Marathonläufer ist der Hamburger alles andere als steif; Hamburg feiert Sport, wie es sonst nur seinen Hafen feiert. Und dieses Image zeigt Wirkung. Eine lebendige Sportstadt schafft Identität, bindet Talente und wirkt anziehend auf junge Menschen aus ganz Deutschland und über unsere Grenzen hinaus; Menschen, auf die auch die Hamburger Wirtschaft dringend angewiesen ist.

Doch trotz aller positiver Faktoren assoziiert Deutschland mit Sport nicht zuallererst Hamburg. Zu lange hat der Leistungssport ein Schattendasein in unserer Stadt geführt, erst mit der 2001 einsetzenden Olympia-Bewerbung für 2012 ist die Sportstadt erwacht. Seitdem dieses Ziel nicht direkt erreichbar war, sucht die Sportpolitik nach einem Ersatz. Denn ohne Ziel und Ehrgeiz kommt man nicht auf das Siebertreppchen – als Sportler ebenso wenig wie als Sportstadt. Als Stimme von rund 160 000 Unternehmen mit zusammen 800 000 Erwerbstätigen, darunter über 3 000 Unternehmen, in denen rund 230 000 Menschen Sport treiben, ist unsere Handelskammer berufen, eine aktive Rolle im Sport einzunehmen und den Leistungsgedanken auch im Sport zu befördern. Die Hamburger Wirtschaft plädiert dafür, die Anstrengungen im Sport auf den Leistungssport zu konzentrieren. In der Dekade 2011 bis 2020 müssen die Rahmenbedingungen für die Sportförderung optimiert, die Sportinfrastruktur ausgebaut und Sportgroßveranstaltungen in Hamburg weiterentwickelt und ergänzt werden, dann könnte in der folgenden Dekade auch eine Olympia-Bewerbung mit Erfolg angegangen werden. Wie die Beispiele der anderen Olympiastädte eindrucksvoll zeigen, hätte dies einen Sprung in der Standortattraktivität und in der wirtschaftlichen Entwicklung der ganzen Region zur Folge.


Sich auf den Leistungssport zu konzentrieren, heißt nicht, den Breitensport zu vernachlässigen: Erfolgreiche Sportler sind gerade für Kinder und Jugendliche der beste Motivator, große Wettbewerbe schaffen internationale Aufmerksamkeit und ziehen die Hamburger in ihren Bann, gute Sportstätten schließlich kommen allen zugute: den Medaillenaspiranten ebenso wie den Freizeitsportlern. Bei Sportförderung, Sportveranstaltungen und Sportstätten einen Hamburger Weg zu prägen, der deutschlandweit für Aufmerksamkeit sorgt, und diesen mit einer effizienten Sportorganisation auf Dauer sicherzustellen – so könnte Hamburg eine wirklich europäische Sportstadt werden und die Sportwirtschaft nachhaltig stärken. Zudem hat Hamburg schon heute dank der unternehmerischen Aktivitäten in unserer Stadt das Potenzial, ein Sportcluster zu bilden, durch das sich die wirtschaftliche Bedeutung des Sports nachhaltig steigern ließe.

Mit dem vorliegenden Standpunkt zeigt unsere Handelskammer die Wege auf, wie sich Sportstadt und Sportwirtschaft weiter entfalten können. Wir laden Politik und Verwaltung, aber ebenso Vereine und Verbände ein, sich dem Wettbewerb um die besten Ideen für unsere Sportstadt zu stellen.

HANDELSKAMMER HAMBURG

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'F. Horch', with a large, sweeping flourish at the end.

Frank Horch
Präses

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'H. Schmidt-Trenz', with a stylized initial 'HJ' at the beginning.

Prof. Dr. Hans-Jörg Schmidt-Trenz
Hauptgeschäftsführer

Inhaltsverzeichnis

A. Einführung	7
B. Wirtschaftliche Bedeutung des Sports für Hamburg	9
I. Sportwirtschaft in Hamburg	11
II. Wirtschaftliche Effekte von Sportgroßveranstaltungen	16
III. Externe Effekte des Sports	20
IV. Zwischenfazit	23
C. Unternehmerische Sportförderung in Hamburg	24
I. Das Engagement Hamburger Unternehmen	24
II. Die Aktivitäten der Handelskammer	25
D. Hamburger Sportsystem	29
I. Sportselbstverwaltung	30
II. Öffentliche Sportverwaltung	34
III. Die Erfolge im Sport	36
IV. Zwischenfazit	38
E. Zielsetzungen für die Sportstadt Hamburg	40
I. Das Ziel für die Sportstadt 2011 bis 2020	41
II. Die Unterziele für die Sportstadt	42
F. Maßnahmen für den Erfolg	44
I. Maßnahmen im Bereich Sportförderung	44
II. Maßnahmen im Bereich Sportveranstaltungen	47
III. Maßnahmen im Bereich Sportinfrastruktur	53
IV. Maßnahmen im Bereich Sportorganisation	55
V. Sportcluster Hamburg	58
G. Fazit	61

A. Einführung

Sport bewegt Menschen, ganz besonders in Hamburg. Hierfür die richtigen Rahmenbedingungen zu setzen, ist eine öffentliche Aufgabe, die in bestimmten Bereichen durch die Sportselbstverwaltung wahrgenommen wird. Sport ist aber auch ein wichtiges Thema für die Wirtschaft. Zunächst ist die Sportwirtschaft ein relevanter Bereich innerhalb der Hamburger Wirtschaft mit Auswirkungen auf viele angrenzende Branchen. Sport ist – ebenso wie z.B. die Kultur – zugleich ein wichtiger Imagefaktor für eine Stadt mit hohem Medienwert, also ein Standortfaktor, der vor allem junge Menschen anzieht. Und schließlich sind Hamburger Unternehmen wichtige Akteure im Sport: Etwa 230 000 Menschen treiben ihren Sport in kommerziellen Einrichtungen, nahezu alle Sportgroßveranstaltungen werden durch kommerzielle Agenturen ausgerichtet. Drei gute Gründe, dass sich unsere Handelskammer mit der Frage beschäftigt, wie das Sportgeschehen in Hamburg intensiviert werden kann. Dabei wird zunächst die Situation analysiert, darauf aufbauend die Ziele für die weitere Entwicklung bestimmt und schließlich ein Maßnahmenkatalog erarbeitet. Der Betrachtung liegt das Selbstverständnis der Wirtschaft zugrunde, dass Leistungsorientierung und Wettbewerb Motor des Fortschritts sind. Deshalb sollte grade auch im Sport eine solche Ausrichtung Platz greifen.

Die Ergebnisse des Sports werden üblicherweise in Toren, Punkten oder Medaillen gemessen, die wirtschaftliche Seite des Sports ist aber ebenso interessant. Um die Bedeutung des Sports für die Hamburger Wirtschaft zu ermitteln, werden in diesem Standpunkt erstmals die direkten und die indirekten ökonomischen Effekte für Hamburg berechnet. Zusätzlich werden die wirtschaftlichen Wirkungen von Sportgroßveranstaltungen dargestellt sowie – erstmals im Bereich des Sports in Hamburg – der öffentliche Nutzen („civic pride“) von Sportveranstaltungen am Beispiel des Tennisturniers German Open empirisch ermittelt.

Die Hamburger Unternehmen außerhalb der Sportwirtschaft sind vielfältig als Sponsoren

im Sport engagiert. Der Umfang dieses Engagements wird vorgestellt, ebenso die Bedeutung, die Hamburger Unternehmen den Sportgroßveranstaltungen beimessen, die durch eine empirische Umfrage ermittelt wurde. Ergänzt wird das unternehmerische Engagement durch die Aktivitäten unserer Handelskammer. Seit 2001 nimmt sich die Handelskammer dieses Themas an, um Unternehmen zu einem noch stärkeren Engagement im Sport zu bewegen, aber auch um die Sportorganisation hinsichtlich der Anforderungen von sponsoringbereiten Unternehmen zu beraten.

So vielfältig wie der Sport ist, so vielfältig ist das Hamburger Sportsystem. Die traditionelle Rolle des Sportvereins als Ort der sportlichen Betätigung nimmt ab. Sie wird häufig durch kommerzielle Sportstudios ersetzt, überwiegend wird Sport jedoch individuell im öffentlichen Raum ausgeübt. Gleichwohl ist der gemeinnützig organisierte Sport mit Vereinen, Fachverbänden und dem Hamburger Sportbund als Dachverband wichtig und somit Gegenstand der Betrachtung. Als Pendant hierzu ist die öffentliche Sportverwaltung zu sehen, die vielfältige Schnittstellen zur Sportselbstverwaltung hat. Sie ist auch für die Gestaltung des öffentlichen Raums als Erlebnisraum für den Sport verantwortlich. Für den Bereich des Leistungssports rundet der Olympia-Stützpunkt Hamburg/Schleswig-Holstein die Sportorganisation in Hamburg ab.

Abschließend im analytischen Teil dieses Standpunkts werden die Erfolge im Sport betrachtet. Auf dem sportlichen Sektor stehen die Hamburger Bundesliga-Mannschaften im Fokus. Im Bereich der Individualsportarten verdient die Entwicklung der Kaderzahlen Aufmerksamkeit. Bei den Sportgroßveranstaltungen werden die Traditionsveranstaltungen ebenso wie die Veranstaltungen mit breiter öffentlicher Beteiligung betrachtet. Schließlich wird die Entwicklung im Bereich Sportstätten kritisch gewürdigt.

Ohne Ziel ist jeder Weg beliebig – für kaum einen Bereich gilt dies so wie für den Sport. Als zweitgrößte Stadt Deutschlands und als Stadt

mit einer sportbegeisterten Bevölkerung kann es langfristig nur das Ziel geben, Olympische Sommerspiele in Hamburg auszurichten. Weil eine Entscheidung hierüber vom Deutschen Sport aber erst in der nächsten Dekade zu treffen ist, braucht Hamburg ein Ziel, auf das es konsequent in den nächsten Jahren hinarbeitet. Dieses Ziel und die daraus abzuleitenden Unterziele werden in Kapitel E ausgearbeitet.

Der darauf folgende Abschnitt beschäftigt sich mit konkreten Maßnahmen, die für die Zielerreichung anzugehen sind. Weil Hamburg nicht in allen Sportarten gleichzeitig Spitzenleistungen erbringen kann, sind Schwerpunktsportarten zu bestimmen, auf die die Konzentration zu richten ist.

Hierauf abgestellt wird schließlich der Handlungsbedarf im Bereich der Sportstätten dargestellt sowie Vorschläge für deren Betrieb und Finanzierung gemacht.

Der Bereich der Sportförderung hat sich in den vergangenen Jahren sehr positiv entwickelt, sowohl für die Sportler als auch für Verbände. Die noch erforderlichen Schritte für eine wirklich beispielgebende Sportförderung als „Hamburger Modell“ werden dargestellt. Ebenso werden Anregungen gegeben, wie die Wirksamkeit der Sportförderung noch besser evaluiert werden kann.

Im Bereich der Sportgroßveranstaltungen wird dargelegt, wie sich Hamburg zu den klassischen Verbandswettbewerben aufstellen sollte. Für den besonders attraktiven Bereich der besonderen Sportgroßveranstaltungen im „Hamburger Format“ werden konkrete

Vorschläge für neue Wettbewerbe gemacht. Schließlich wird auf die Finanzierung solcher Veranstaltungen eingegangen.

Sport ist vielfältig, die Sportorganisation in Hamburg ebenfalls. Die vielfältigen Aufgaben erfordern eine differenzierte Organisation. Hierbei entstehen jedoch zwangsläufig viele Schnittstellen. Um keine Reibungsverluste zu erleiden, werden Vorschläge unterbreitet, wie die Aufgabenzuordnung in der Hamburger Sportorganisation optimiert werden kann und wie wichtige, bisher nicht wahrgenommene Aufgaben zu erledigen sind. Außerdem wird der Frage nachgegangen, wie die Unternehmen der Sportwirtschaft über die direkte Sportentwicklung hinausgehend gefördert werden können. Hamburg hat gute Erfahrung mit der Clusterpolitik als Element der Wirtschaftsförderung gemacht. Deshalb werden die Voraussetzungen für ein Sportwirtschaftscluster erörtert und die Einrichtung eines solchen als Aufgabe der Handelskammer vorgestellt.

Der Standpunkt mündet in einem Handlungskatalog, in dem für die Bereiche Sportförderung, Sportveranstaltungen, Sportinfrastruktur und Sportorganisation die „To-do-Liste“ für Hamburgs Weg an die europäische Spitze aufgelistet ist. Die Imagewirkung für Hamburg, die gesundheitliche Bedeutung einer intensiven Sportbeteiligung, die wirtschaftliche Bedeutung des Sports, der „Wohlfühlfaktor“ für die Hamburger, wenn ihre Athleten auf dem Treppchen oder dem Rathausbalkon stehen – es gibt viele gute Gründe, dass sich die Sportstadt ins Trainingslager begibt und an sich arbeitet. Der Entwurf für einen ehrgeizigen Trainingsplan liegt hiermit vor.

B. Wirtschaftliche Bedeutung des Sports für Hamburg

„Was ist Sport?“ – auf diese Frage findet sich in der sportwissenschaftlichen Diskussion keine allgemeingültige Antwort. Eine verbindliche Begriffsdefinition von Sport und zur Abgrenzung von sportlichen und nicht-sportlichen Aktivitäten liegt nicht vor. Das Sportverständnis in der Gesellschaft hat sich außerdem in den letzten Jahrzehnten stark gewandelt. Stand früher beim Sport noch der Leistungs- und Wettkampfgedanke im Vordergrund, präsentiert sich heute die gesamte Sportwelt differenzierter und facettenreicher. Die zunehmende Pluralisierung von möglichen sportlichen Aktivitäten, sei es bei einem sportlichen Wettkampf, in einem Sportverein, in einem Fitness-Studio oder beim individuellen Jogging und Wandern, lässt daher ein breites und modernes Sportverständnis als zweckmäßig erscheinen. Unser Standpunkt-Papier basiert auf einem solchen breiten Sportverständnis, das neben dem Leistungssport grundsätzlich alle bewegungsorientierten Aktivitäten des Breiten-,

Freizeit- und Gelegenheitsports berücksichtigt und in die Analyse der gesamtwirtschaftlichen Bedeutung des Sports einbezieht. Mit der wachsenden Nachfrage nach unterschiedlichen Sportangeboten und durch die wechselseitig förderlichen Beziehungen zwischen Sport, Medien und Unternehmen hat sich Sport zu einem bedeutenden Wirtschaftsfaktor entwickelt. Die Sportwirtschaft ist jedoch kein herkömmlicher Wirtschaftszweig, dessen Umsatz-, Beschäftigungs- und Wertschöpfungswirkungen direkt aus der Wirtschaftsstatistik abgeleitet werden können, wie dies zum Beispiel bei der Bauwirtschaft oder der Maschinenbauindustrie möglich ist. Die Sportwirtschaft ist vielmehr eine Querschnittsbranche, die sich aus vielen verschiedenen Sportbereichen und Wirtschaftszweigen zusammensetzt. Die einzelnen Branchen und Unternehmen der Sportwirtschaft weisen unterschiedliche Grade von Sportbezug auf.



Abbildung 1

Mit Sport wird eine Dienstleistung nachgefragt und angeboten. Die Nachfrage nach Sport unterscheidet zwischen der aktiven und der passiven Sportnachfrage. Von der aktiven Nachfrageseite aus ist Sport eine interaktive Dienstleistung. Anbieter sind einerseits der Staat (Schulsport, Bereitstellung von Sportinfrastruktur), „gemeinnützige“ Vereine sowie andererseits auch privatwirtschaftlich betriebene Unternehmen (z. B. Sportstudios). Für die Ausübung der interaktiven Dienstleistung werden vor allem Sportartikel, Geräte und bedarfsgerechte Sportstätten nachgefragt. Die passive Nachfrageseite konsumiert Sport hingegen als Unterhaltung. Anbieter sind hier Ligavereine/Spitzensportler, Sportmarketingagenturen und Sponsoren. Erforderlich hierfür ist ebenfalls eine entsprechende Infrastruktur (Hallen, Stadien etc.).

Dieser ausgeprägte Querschnittscharakter und die Heterogenität der Sportwirtschaft sind Gründe, weshalb die wirtschaftliche Bedeutung des Sports noch nicht ausreichend wahrgenommen wird, obwohl Sport in der Gesellschaft breit verankert ist. Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Sports setzt sich aus vier Teilbereichen zusammen (siehe Abbildung 1).

Zum direkten Sportsektor gehören alle Unternehmen, die in ihrer Wertschöpfungskette einen unmittelbaren Zusammenhang zum Sport aufweisen. Dies sind die so genannten reinen Sportunternehmen, wie zum Beispiel Fitnessstudios, Sportgerätehersteller oder Profisportbetriebe, die ausschließlich sportbezogene Produkte anbieten. Zum indirekten Sportsektor hingegen werden die Unternehmen gezählt, die neben vielen anderen Bereichen auch einen Sportbezug haben. Beispielhaft ist hier ein Lebensmittelproduzent, der unter anderem auch Sportlernahrung herstellt, oder ein Reisebüro, das neben klassischen Reiseangeboten auch Angebote im Sporttourismus (Events oder aktive Sporturlaube) bereithält. Darüber hinaus stimuliert die Wertschöpfung des direkten und indirekten Sportsektors die gesamte allgemeine Wirtschaft an einem Standort durch erhöhte wirtschaftliche Aktivität in Form von Multiplikator- und Akzeleratoreffekten¹, zum Beispiel über die Nachfrage nach Vorleistungs-

produkten.² Hierunter ist die Nachfrage von Unternehmen des Sportsektors nach Güter- und Dienstleistungen zu verstehen, die für sich genommen keinen Sportbezug haben. Also zum Beispiel der Computer, den der FC St. Pauli für seine Geschäftsstelle kauft, das Bier, das ein Sportfan nach Erfolg seiner Mannschaft in der Kneipe trinkt, oder der Zement, den ein Bauunternehmer für den Ausbau einer Stadiontribüne einkauft. Abbildung 2 grenzt den direkten vom indirekten Sportsektor ab und gibt einen Überblick über die gesamtwirtschaftliche Wirkungsweise des Sektors.

Für Sportgroßveranstaltungen ist in der Regel ein gewisses Maß an Infrastrukturinvestitionen erforderlich und sie ziehen eine teilweise beachtliche Besucherzahl an, was positive Wirkungen beispielsweise auf das Hotel- und Gaststättengewerbe oder den Einzelhandel zeitigen kann. Öffentliche Nutzen des Sports entlasten oftmals das staatliche Budget, beispielsweise kann Sport den gesellschaftlichen Zusammenhalt steigern, ist Teil der Gesundheitsvorsorge und kann das Image einer Stadt prägen.

Es gilt:

$$\begin{aligned}
 & \text{(Direkter + Indirekter Sportsektor)} \\
 & \quad \times \text{ Multiplikator} \\
 & \quad + \text{ Effekte von Sportgroß-} \\
 & \quad \quad \text{veranstaltungen} \\
 & \quad + \text{ Entlastung durch öffentliche} \\
 & \quad \quad \text{Nutzen des Sports} \\
 & = \text{ Gesamtwirtschaftliche Bedeutung} \\
 & \quad \text{des Sportsektors}
 \end{aligned}$$

¹ Erläuterung Akzeleratoreffekt: Die Nachfrage der Unternehmen nach Investitionsgütern (I) entwickelt sich proportional zu der von den Unternehmen geplanten Produktionsausweitung (dY), die von der erwarteten Nachfrage nach den produzierten Gütern bestimmt wird. Weil diese Proportion auch als Koeffizient bezeichnet wird, spricht man auch vom Akzelerationskoeffizienten.

² Multiplikatoreffekt: Der Multiplikator ist eine Messzahl, die angibt, um wie viel Einheiten sich das Volkseinkommen erhöht, wenn die Wertschöpfung (Investitionsausgaben, Staatsausgaben, autonome Konsumausgaben) um eine Einheit steigt. Der ökonomische Effekt einer Wertschöpfung ist nicht nur der produzierte Wert, sondern dieses Geld stimuliert die Aktivität an einem Standort zusätzlich.



Abbildung 2

Eine Quantifizierung der ökonomischen Wirkungen des Sports auf den Standort Hamburg – einschließlich der Multiplikatorwirkungen auf die allgemeine Wirtschaft – wird umfassend für den direkten und den indirekten Sportsektor vorgenommen (Kapitel B. I). Die Wirkungen von Sportgroßveranstaltungen nehmen eine Sonderrolle im ökonomischen System des Sports ein, da sie unabhängig vom „laufenden Betrieb“ der Sportwirtschaft isoliert auf die Wirtschaftsstruktur wirken und somit immer eine Einzelfallbetrachtung erfordern. Dies gilt besonders für einmalig stattfindende Veranstaltungen. Die vielfältigen wirtschaftlichen Wirkungen von Sportgroßveranstaltungen werden in dieser Arbeit daher anhand von ausgewählten Beispielen dargestellt, eine pauschale Bewertung ist nicht für alle Veranstaltungen möglich (Kapitel B. II). Ihre Effekte zählen aber ebenso zum Ergebnis der gesamtwirtschaftlichen Bedeutung des Sports, wie die Einflüsse des öffentlichen Sportnutzens. Da eine Messung dieser öffentlichen Nutzen nur bedingt und mit hohem Aufwand möglich ist, werden diese Effekte in dieser Arbeit qualitativ erläutert (Kapitel B. III).

I. Sportwirtschaft in Hamburg

Der wichtigste Referenzrahmen der in der Literatur existierenden Studien zur Erfassung des Sports und zur Ermittlung seiner wirtschaftlichen Bedeutung ist die amtliche Wirtschaftszweigsystematik eines Landes. Diese erlaubt es, die Ergebnisse des Sportsystems in Relation zur Gesamtwirtschaft zu setzen. Auch die Europäische Kommission folgt diesem Ansatz bei ihren Bemühungen zur Erfassung der wirtschaftlichen Bedeutung des Sports für Europa. Jedoch ist die Aussagefähigkeit der bestehenden Studien dadurch begrenzt, dass die Wirtschaftszweigsystematik nicht in allen Fällen den tatsächlichen Sportanteil einer Branche angibt. Zum Beispiel ist die Branche „Herstellung von Sportgeräten“ (WZ-Nummer 32300) eindeutig dem Sportsektor zurechenbar. In einer Vielzahl so genannter Mischbranchen, wie z. B. dem „Wett-, Toto- und Lotteriewesen“ (WZ-Nummer 92003) ist hingegen ein nennenswerter Anteil der Wertschöpfung vom Sport abhängig (Sportwetten), aber nicht die gesamte Branche. Auch bei einzelnen Unter-

nehmen kann der Grad des Sportbezugs variieren. Im Gegensatz zu einem Sportfachgeschäft, das 100 Prozent seiner Wertschöpfung mit Sport herstellt (z. B. Lunge Lauf- und Sportschuh GmbH), entsteht bei einem Warenhaus wie der Karstadt AG nur ein – wenn auch beträchtlicher – Teil der Wertschöpfung durch Sport. Bisherige Studien zur Sportwirtschaft konnten den Sportanteil in den Mischbranchen und in der Wertschöpfung von einzelnen Unternehmen nur abschätzen oder qualitativ beschreiben.³ Diesem bislang nicht gelösten statistischen Problem wird in unserer Untersuchung durch die Mitgliederdatenbank der Handelskammer Hamburg begegnet. Diese enthält detaillierte Informationen über sämtliche Unternehmen am Standort Hamburg und ist nach der amtlichen Wirtschaftszweigsystematik des Statistischen Bundesamtes strukturiert. Es ist möglich, aus dieser Datenbank genau die Unternehmen innerhalb einer Branche inklusive Anzahl der Beschäftigten und Umsatzgrößenklassen (manuell) herauszusuchen, deren Wertschöpfung vollständig oder teilweise vom Sport abhängig ist. Diese gehen mit entsprechender Gewichtung in die Analyse ein. Auf Basis der Anzahl der Beschäftigten und Umsatzgrößenklassen lassen sich wiederum Wertschöpfungs- und Fiskaleffekte des Sports berechnen.

In der Hamburger Sportwirtschaft finden etwa 15 600 Menschen in über 3 000 Unternehmen Beschäftigung, hiervon gut ein Drittel im direkten Sportsektor und zwei Drittel im indirekten Sportsektor (siehe Tabelle 1 und Abbildung 3). Das Beschäftigungsvolumen ist damit in etwa so groß wie im Hamburger Maschinenbau und halb so groß wie in der Hamburger Luftfahrtindustrie. Besondere Bedeutung innerhalb der Sportwirtschaft kommt dem Handel mit über 1 000 Unternehmen und den von Vereinen und Verbänden initiierten kommerziellen Unternehmen zu, beispielsweise im Bereich Marketing und Betrieb von Sportanlagen. Diese Beschäftigten sor-

gen für einen starken Wertschöpfungseffekt (Anzahl Beschäftigte eines Sektors x durchschnittliche Bruttowertschöpfung pro Beschäftigten). Mangels differenzierter Untersuchungen zur Sportwirtschaft wird bei den weiteren Betrachtungen ein durchschnittlicher Wert der Bruttowertschöpfung pro Arbeitnehmer angenommen, der den jeweils vergleichbaren Wirtschaftsbereichen (Produktion, Dienstleistungen etc.) entspricht (siehe Tabelle 1 und Abbildung 4).

Die primäre Wertschöpfung der Sportwirtschaft (direkter + indirekter Sektor) in Hamburg beträgt insgesamt knapp 820 Millionen Euro pro Jahr – ohne den Wertschöpfungsbeitrag von Sportgroßveranstaltungen und die oftmals kostenvermeidenden öffentlichen Nutzen des Sports. Die prognos AG hat für Hamburg im Zusammenhang mit der Berechnung der Wirkungen des Hamburger Konjunkturpakets einen effektiven Multiplikator (unter Berücksichtigung möglicher Abgänge durch Importe und Steuern) in Höhe von 1,47 ermittelt.⁴ Damit gibt der Sportsektor dem Wirtschaftsstandort Hamburg insgesamt einen Impuls von:

$$817,13 \text{ Millionen Euro} \times 1,47 = 1,201 \text{ Milliarden Euro}^5$$

³ Niedersächsisches Institut für Wirtschaftsforschung: „Die Sportwirtschaft in Niedersachsen“, 2003; Helmenstein, Kleissner und Moser (SportsEconAustria): „Sportwirtschaft in Österreich“, 2006 oder Rütter+Partner im Auftrag des Bundesamts für Sports: „Wirtschaftliche Bedeutung des Sports in der Schweiz“, 2007.

⁴ Natürlich stellt die Verwendung eines allgemeinen Multiplikators immer auch eine Pauschalisierung der multiplikativen Wirkungen von Wertschöpfungsimpulsen dar. In einzelnen Branchen können sowohl höhere als auch geringere Wirkungen auftreten. Der hier verwendete, speziell für Hamburg entwickelte Multiplikator stellt einen sinnvollen Durchschnittswert belastbarer Zahlen dar und berücksichtigt selbstverständlich Abflüsse in den regionalen Wirtschaftskreislauf, wie Steuern, Importe etc. Quelle: prognos AG: „Ökonomische Bewertung der „Hamburger Konjunkturoffensive“, 2009.

⁵ Gemäß der Formel (Direkter + Indirekter Sportsektor) x Multiplikator = Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Sportsektors ohne die Effekte von Sportgroßveranstaltungen und öffentliche Nutzen des Sports.

Hamburger Sportwirtschaft: Anzahl der Unternehmen, Anzahl der Beschäftigten

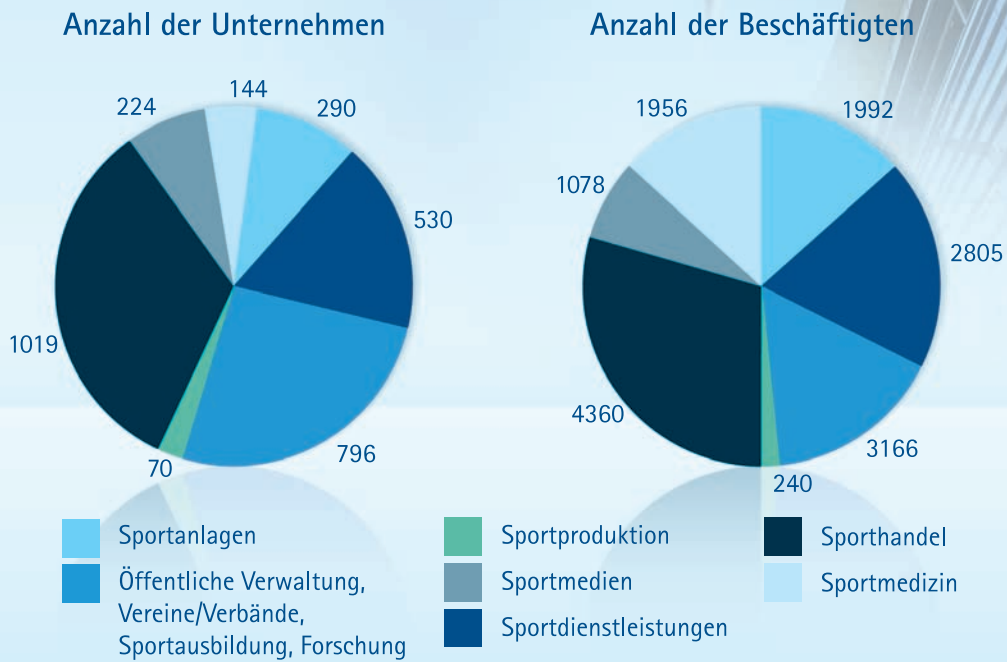


Abbildung 3

Gesamte Bruttowertschöpfung der Hamburger Sportwirtschaft (in Millionen Euro)

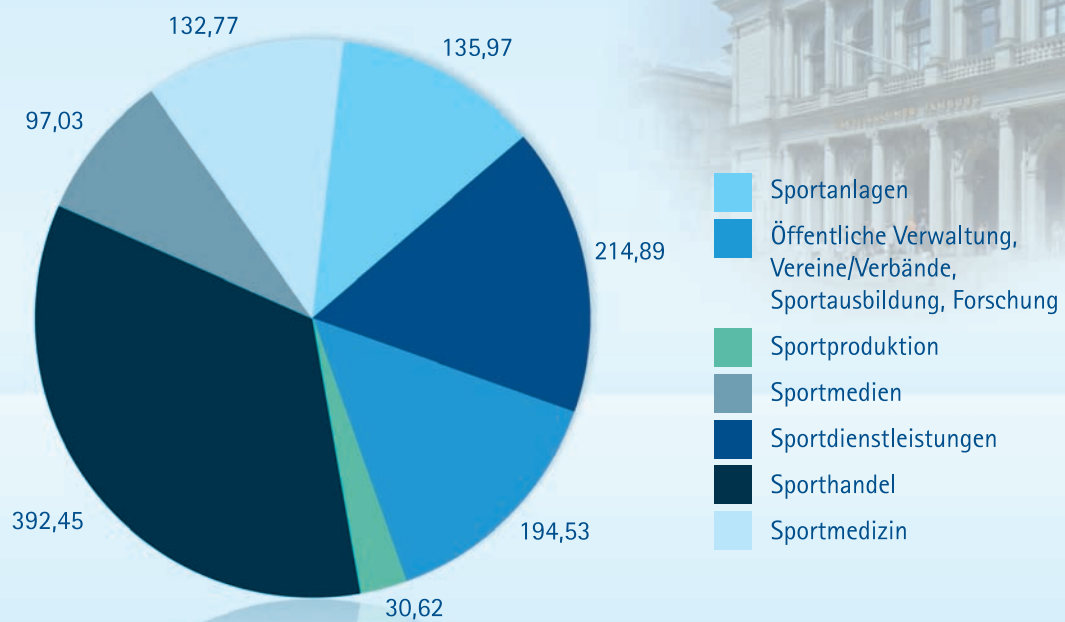


Abbildung 4

Teilbranche	Anzahl Unternehmen direkter Sportsektor	Anzahl Beschäftigte direkter Sportsektor	Anzahl Unternehmen indirekter Sportsektor	Anzahl Beschäftigte indirekter Sportsektor	Anzahl Unternehmen insgesamt	Anzahl Beschäftigte insgesamt	durchschnittliche Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigem in Anlehnung an vergleichbare Branchen in HH (in Tausend Euro)	Bruttowertschöpfung des direkten und indirekten Sportsektors (in Millionen Euro)	Nachfrageeffekte auf die allgemeine Wirtschaft	Bruttowertschöpfung insgesamt	mittleres generiertes Steueraufkommen insgesamt (in Millionen Euro)	jährliches generiertes Steueraufkommen für die Stadt Hamburg (in Millionen Euro)
Sportanlagen	231	1 667	59	325	290	1 992	46 434	92,50	43,47	135,97	35,35	13,60
Sportdienstleistungen	152	320	378	2 485	530	2 805	46 174	129,52	60,87	190,39	49,50	19,04
Öffentliche Verwaltung, Vereine/Verbände, Sportausbildung, Forschung	651	2 244	145	922	796	3 166	46 174	146,19	68,71	214,89	55,87	21,49
Sportproduktion	31	83	39	157	70	240	86 783	20,83	9,79	30,62	7,96	3,06
Sporthandel	331	1 509	688	2 851	1 019	4 360	61 232	266,97	125,48	392,45	102,04	39,24
Sportmedien	63	289	161	789	224	1 078	61 232	66,01	31,02	97,03	25,23	9,70
Sportmedizin	41	239	103	1 717	144	1 956	46 174	90,32	42,45	132,77	34,52	13,28
Insgesamt	1 500	6 351	1 573	9 246	3 073	15 597	52 390	817,13	384,05	1 201,18	312,31	120,12

Tabelle 1

Quelle: Eigene Berechnungen

Dies entspricht knapp 1,6 Prozent der gesamten Hamburger Wertschöpfung. Damit liegt die Sportwirtschaft in ihrer Bedeutung für die Hamburger Wirtschaft zwischen dem Maschinenbau, Verlags- und Rundfunkwesen und der Bauwirtschaft. Darüber hinaus liegt der Sportanteil deutlich über dem Bundesdurchschnitt, der berechnet auf das Jahr 1998 bei 1,4 Prozent liegt.⁶ Schätzungen zu den fiskalischen Effekten von Beschäftigung und deren Bruttowertschöpfung besagen, dass – unter konservativen Annahmen – zwischen 22 und 30 Prozent der Bruttowertschöpfung einer Branche als Steueraufkommen anfallen. Demnach erwirtschaftet die

Hamburger Sportwirtschaft insgesamt ein Steueraufkommen von 264 bis 360 Millionen Euro jährlich. In Hamburg verbleibt von der Bruttowertschöpfung eine Steuerquote von mehr als 10 Prozent. Der Sportsektor erwirtschaftet für die Stadt Hamburg also jedes Jahr im Mittel ein Steueraufkommen von etwa 120 Millionen Euro (vgl. Tabelle 1).

⁶ Meyer, Bernd; Ahlert, Gerd: „Die ökonomischen Perspektiven des Sports: Eine empirische Analyse für die Bundesrepublik Deutschland“, Schöndorf: Hofmann, 2000.

Kasten 1: Wirkung von Investitionen in Sportinfrastruktur

Zur Ausrichtung von Sportgroßveranstaltungen sind Städte auf eine leistungsfähige (Sport)Infrastruktur angewiesen. In Hamburg wurde in den letzten zehn Jahren viel in die Sportinfrastruktur investiert (Tabelle 2).

Hinzu kommen noch erhebliche Investitionen in die Schulsportanlagen und die vereinseigenen Sportstätten. Sofern solche Investitionen öffentlich finanziert werden, treten sie zunächst als Kostenfaktor für einen Standort auf.⁷ In Folgeperioden aber stimulieren Bauinvestitionen über Multiplikatoreffekte den gesamten Wirtschaftskreislauf, und fertige Sportstätten stiften regelmäßig Nutzenrückflüsse durch ihren Betrieb.

Multiplikatorenwirkung Sportinfrastruktur

Gemäß obiger Argumentation löste die Investitionssumme in die heutige Imtech Arena von 64 Millionen einen multiplikatorbedingten Impuls von $64 \times 1,47 = 94,08$ Millionen Euro aus.⁸

Hinzu kommen laufende Einnahmen aus dem Stadionbetrieb. Auch ist zu berücksichtigen, dass international herausragende Veranstaltungen wie die Ausrichtung der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2006 oder das Finale der UEFA Europa League 2010 ohne das neue Stadion sicherlich nicht in Hamburg stattgefunden hätten. Die Infrastruktur ist also Grundvoraussetzung dafür, dass weitere mit der Ausrichtung von Sportgroßveranstaltungen verbundene volkswirtschaftliche Gewinne erzielt werden können.

Baumaßnahme	Investitionssumme (Mio.)	Jahr der Fertigstellung
Imtech Arena	64,0	1999
O ₂ Arena	80,0	2002
Leichtathletikhalle Alsterdorf	12,1	2006
Sportpark Dulsberg: Beachvolleyballhalle Schwimmhalle Handball- und Judohalle	17,0	2013
Volksbank Arena	12,0	2008
Millerntorstadion: Südtribüne	14,8	2008
Haupttribüne	20,0	2010
Gesamtsumme	254,6	

Tabelle 2: Investitionen in Hamburger Sportstätten

⁷ In öffentliche Sportstätten hat die Freie und Hansestadt Hamburg zwischen 2005 und 2007 durchschnittlich 10,3 Millionen Euro investiert.

⁸ Nicht jede Bautätigkeit löst automatisch eine entsprechend lineare Multiplikatorwirkung aus. In konjunkturellen Hochphasen etwa kann es zu Verdrängungseffekten anderer Bauvorhaben kommen, da die Kapazitäten ohnehin ausgelastet gewesen wären. Dies war im betrachteten Zeitraum allerdings nicht der Fall (z. B. wirtschaftliche Probleme bei der Philipp Holzmann AG 1999).

II. Wirtschaftliche Effekte von Sportgroßveranstaltungen

Sportgroßveranstaltungen nehmen eine Sonderrolle im ökonomischen System des Sports ein, da sie nicht in den laufenden Betrieb des Sports und damit nur teilweise in den direkten Sportsektor integriert sind (z. B. über die spezifischen Leistungen der Sport-Event-agenturen). Vielmehr erzeugen sie außerordentliche Effekte und wirken teilweise isoliert auf die Wirtschaftsstruktur. Dies gilt besonders für einmalig stattfindende Veranstaltungen.

Eine umfassende Kosten-Nutzen-Analyse für jede einzelne Veranstaltung könnte in Summe den Wert aller Sportgroßveranstaltungen für den Standort Hamburg genau quantifizieren. Allerdings ist dies im Rahmen dieses Standpunkts nicht leistbar. Anhand von verschiedenen Beispielen wird die Bedeutung von Sportgroßveranstaltungen für den Standort Hamburg deshalb exemplarisch dargestellt.

Am Standort Hamburg findet – regelmäßig oder einmalig – eine Vielzahl attraktiver Sportveranstaltungen statt. Jährlich sind es mehr als 80 offizielle Events, zu denen sich weitere, vollständig privat organisierte Veranstaltungen mit Sportbezug gesellen. Eine Untersuchung der Fachhochschule Gelsenkirchen über Sportgroßveranstaltungen in 17 deutschen Großstädten⁹ kommt zu dem Ergebnis, dass Hamburg die Stadt mit den meisten bedeutenden Sportgroßveranstaltungen in Deutschland ist.

Es gibt unterschiedliche Arten von Sportveranstaltungen. Hierzu zählen die regelmäßig stattfindenden Heimspiele von Profisportvereinen, jährlich wiederkehrend stattfindende Veranstaltungen sowie einmalig stattfindende Veranstaltungen. In ihrer Gesamtheit sind sie wesentlicher und attraktiver Bestandteil der „Marke Hamburg“. Gleichzeitig generieren sie einen zusätzlichen Wertschöpfungs-

Vereine	Anzahl der Liga-Heimspiele pro Saison	Zuschauer-schnitt Saison 2009/2010
HSV Fußball	17	55 242
FC St. Pauli	17	20 870
HSV Handball	17	10 372
Freezers	30	7 113
Summe	81	1 683 528

Tabelle 3: Zuschauerzahlen der Hamburger Profisportvereine

impuls für die Hamburger Wirtschaft, der als Sondereffekt der ökonomischen Bedeutung des Sportsektors hinzuzurechnen ist. Sportgroßveranstaltungen sind damit wichtiger Teil der Sportwirtschaft mit erheblichem Potenzial für die Standortentwicklung.

Wichtiger Teil der Sportgroßveranstaltungen sind die regelmäßig stattfindenden Heimspiele von Hamburger Bundesliga-Mannschaften. Alle Profisportvereine tragen durch ihren Spielbetrieb während der jeweiligen Saison dazu bei, dass bei den Heimspielen Zuschauer sportbezogene Ausgaben tätigen. Aus touristischer Sicht sind vor allem die Fans der gegnerischen Mannschaften interessant.

Die Effekte von Sportgroßveranstaltungen lassen sich in direkte und indirekte Kosten und Nutzen unterscheiden. Direkte Kosten und Nutzen stehen im unmittelbaren Zusammenhang mit dem Projekt und sind daher leicht zuzuordnen, während indirekte Kosten und Nutzen als Nebenprodukt der Veranstaltung entstehen. Indirekte Kosten werden wiederum unterschieden in direkt in Geldeinheiten messbare (pekuniäre) und nicht oder nur unzureichend monetarisierbare (nichtpekuniäre) Effekte. Hieraus ergeben sich drei Kategorien von Kosten und Nutzen (siehe Tabelle 4).

⁹ Quelle: Behörde für Kultur, Sport und Medien; Prof. Jürgen Schwark, FH Gelsenkirchen „Städteranking Sportgroßveranstaltungen – Eine vergleichende Untersuchung“, 2009. Hamburg wird in diesem Ranking lediglich vom Ruhrgebiet (Mülheim, Dortmund, Duisburg, Oberhausen, Essen, Gelsenkirchen und Bochum) insgesamt übertroffen.

	Kosten	Nutzen
direkt	<ul style="list-style-type: none"> • Investitionen (AfA) für Infrastruktur (Sportstätten, Verkehrswege) • eingeschränkte Nutzung der vorhandenen Infrastruktur während der Baumaßnahmen • Betriebs- und Kapitalkosten der Einrichtungen • Verwaltungsaufwand der Veranstaltungsorganisation durch das Organisationskomitee und den Staat (z. B. Ausgaben für Sicherheitskräfte, PR-Maßnahmen und Personalaufwand) 	<ul style="list-style-type: none"> • Einnahmen aus dem Stadionbetrieb (Werbung), Einkommenswirkungen aus erhöhter Beschäftigung • Einnahmen aus dem Verkauf von TV-Rechten • Tickets und Sponsorlizenzen • direkte Steuermehreinnahmen und Beschäftigungswirkungen
indirekt, pekuniär	<ul style="list-style-type: none"> • Verdrängungseffekte im Tourismusbereich und bei den privaten Konsumausgaben • Preissteigerungen (z. B. im Dienstleistungs- und Immobiliensektor infolge der Veranstaltung) 	<ul style="list-style-type: none"> • Tourismusaufgaben im Gaststättengewerbe • Dienstleistungsausgaben für Transport oder Ähnliches • Umsatzsteigerungen im Medienbereich • resultierende Einkommenswirkungen aus zusätzlicher Beschäftigung • induzierte Einkommen aus Multiplikator- und Akzeleratorwirkungen
indirekt, nicht-pekuniär	<ul style="list-style-type: none"> • ökologische und akustische Beeinträchtigungen durch eventbezogene Baumaßnahmen • Emissionsbelastungen durch erhöhte Verkehrsaktivitäten • Belästigung durch Überfüllung der Stadt und Hooligans während der Veranstaltung • (individuelle) Trauer und Enttäuschung im Fall einer schlechten Veranstaltungsorganisation oder einem frühzeitigen Ausscheiden der unterstützten Mannschaft • soziale Kosten durch eine potenzielle Polarisierung innerhalb gesellschaftlicher Einheiten • Opportunitätskosten durch den Verzicht auf eine alternative Verwendung staatlicher Mittel 	<ul style="list-style-type: none"> • regionale oder nationale Image- und Werbeeffekte • politische Sendungsgewinne • Erlebnis- und Freizeitnutzen • Sozialisations- und Integrationsgewinne innerhalb der Gesellschaft • (individuelle) Stolz- und Glücksgefühle aufgrund einer gelungenen Veranstaltungsorganisation • Unterstützung des Strukturwandels hin zu einer Dienstleistungsgesellschaft • ökonomische und psychologische Wachstums- und Impulswirkungen • Exportförderung • Attraktion von ausländischen Unternehmen • Technologieförderung und -darstellung • Aufbau und Erweiterung des Tourismuspotenzials

Tabelle 4: Mögliche Effekte von Sportgroßveranstaltungen

Hamburg Marathon

Der Hamburg Marathon blickt inzwischen auf eine 25-jährige Tradition zurück. Der 1986 initiierte Lauf lockt mittlerweile mehr als 850 000 Zuschauer an die Laufstrecke, davon über 200 000 von außerhalb Hamburgs. 2008 gab es den bisherigen Teilnehmerrekord: 23 320 Athleten aus 85 Nationen starteten erstmalig auf der Reeperbahn, bei einem Anteil ausländischer Athleten von knapp

15 Prozent. Parallel finden Wettbewerbe für Handbiker, Geher und Schüler statt. Der Schülerlauf „Das Zehntel“ über ein Zehntel der Marathondistanz fand 2009 über 6000 Teilnehmer im Alter zwischen 8 und 17 Jahren. Diese Einbindung von Nachwuchssportlern ist beispielhaft für den Hamburger Weg der Verbindung aus Leistungs-, Breiten- und Nachwuchssport.



Leichtathletik Conergy Marathon Hamburg 2008

Eine Expertise zum Economic Impact des Hamburg Marathons 2008 der IFM Medienanalysen GmbH aus Karlsruhe¹¹ verdeutlicht den wirtschaftlichen Wert der Veranstaltung für Hamburg. Im Rahmen von persönlichen Vor-Ort- und telefonischen Nachbefragungen wurden insgesamt mehr als 500 Teilnehmer und Besucher des Marathons interviewt.

Hierbei sind nur die Personen, die nicht aus Hamburg kamen, in die Bewertung eingeflossen. Aus den Befragungen ging hervor, dass die nach Hamburg angereisten Besucher überdurchschnittlich gebildet, jünger als der Bundesdurchschnitt und überwiegend weiblich waren. Sie blieben im Schnitt 2,4 Tage in der Stadt, kamen aus allen Teilen Deutschlands und gaben – exklusive Reisekosten – zwischen 25 und 200 Euro in Hamburg aus. Dies ergibt – entsprechend der Angaben gewichtet – hochgerechnet auf alle relevanten auswärtigen Besucher einen ökonomischen Primärimpuls für die Hamburger Wirtschaft durch die Marathon-Besucher, der zwischen 10 und 25 Millionen Euro liegt. Hinzu kommen die Ausgaben der Teilnehmer in Höhe von 2,2 bis 3,6 Millionen Euro sowie externe Sponsoring-Einnahmen von 300 000 Euro und die Einnahmen aus der Standvermietung an externe Aussteller im Rahmen der parallel stattfindenden Marathon-Messe von 200 000 Euro. Natürlich lösen diese Ausgaben ebenso wie Investitionen in Sportinfrastruktur multiplikative Prozesse in der Hamburger Wirtschaft aus, wegen des weitgehend konsumtiven Charakters der Besucherausgaben allerdings in geringerer Höhe. Bei einem konservativ gewählten Multiplikator von 1,2 ergibt

sich ein Gesamtwert zwischen 15 und 35 Millionen Euro, den der Hamburg Marathon der Hamburger Wirtschaft jedes Jahr zuführt. Hinzu kommt der Imagewert des Marathons: Der Medien-Äquivalenzwert, also der Betrag, den Hamburg für eine mediale Werbeberichterstattung gleichen Ausmaßes alternativ hätte aufbringen müssen, liegt bei 900 000 Euro. Die Stadt Hamburg unterstützte den Hamburg-Marathon im Jahr 2010 mit 50 000 Euro.¹⁰

Hamburg Triathlon

2007 fand zum ersten Mal eine Triathlon-Weltmeisterschaft auf deutschem Boden statt. Vom 30. August bis zum 2. September kamen Triathleten aus aller Welt in Hamburg zusammen, um in verschiedenen Wettkämpfen gegeneinander anzutreten. Die Triathlonwettbewerbe, bei denen fast 7 000 Starter aus dem Bereich Breiten- und Spitzensport an den Start gingen, lockten 620 000 Zuschauer an die Strecke. Parallel zu den Wettkämpfen wurde die Veranstaltung von einer Verkaufsmesse sowie einer Begrüßungsveranstaltung und einer Abschlussfeier begleitet.

Eine ähnliche Analyse wie zum Marathon wurde anlässlich der Triathlon-Weltmeisterschaft 2007 im Rahmen einer Diplomarbeit an der Universität Mainz durchgeführt.¹¹ Hierbei wurden wiederum lediglich die Ausgaben von Besuchern betrachtet, die nur wegen der Triathlon-WM nach Hamburg gekommen sind und damit der Hamburger Wirtschaft einen zusätzlichen Impuls brachten (autonome Ausgaben). Über die Hälfte der inländischen Besucher und fast 85 Prozent der ausländischen Besucher gaben an, ausschließlich wegen der Triathlon-WM nach Hamburg gekommen zu sein. Der durchschnittliche inländische Besucher der Triathlon-WM war 33,8 Jahre alt, hatte mindestens Abitur, und verfügte über ein monatliches Nettoeinkommen von durchschnittlich 1 500 Euro. Nach Hamburg war er mit dem Pkw gereist und hat während der 3,3 Tage Aufenthalt im Hotel oder bei Freunden übernachtet.

¹⁰ Hamburgische Bürgerschaft, Drs. 19/6530, Anlage 1, S. 3.

¹¹ Mielke, Nadine: „Reise- und Konsummuster der Besucher der Triathlon-Weltmeisterschaften 2007 in Hamburg“, Universität Mainz, 2008.

Die Veranstaltung hat er zusammen mit Freunden oder der Familie besucht und etwa 235 Euro in Hamburg ausgegeben. Hinzu kommt noch der Teil der An- und Abreisekosten, der in Hamburg anfällt.



Triathlon in Hamburg

Der durchschnittliche ausländische Besucher der Triathlon-WM war 33,7 Jahre alt, hat mindestens das Abitur und verdiente über 3 000 Euro netto im Monat. Nach Hamburg war er mit dem Flugzeug gereist und hat während der 5,54 Tage Aufenthalt in einem Hotel übernachtet. Er hat im Schnitt 1 277,90 Euro für die gesamte WM-Reise ausgegeben, wobei gut 500 Euro für die An- und Abreise anfallen. Die Besucher haben der Hamburger Wirtschaft insgesamt einen Impuls von 215 Millionen Euro zugeführt. Die TV-Bilder der Veranstaltung gingen im wahrsten Sinne des Wortes um die Welt und haben die schönsten Bilder von Hamburg verbreitet. Exakte Medien-Äquivalenzwerte liegen jedoch nicht vor – diese dürften aber deutlich höher gewesen sein als beim Marathon 2008. Die Stadt Hamburg hat die Triathlon-Weltmeisterschaft 2007 direkt und über die Hamburg Marketing GmbH mit 435 000 Euro unterstützt.¹²

Tennisturnier German Open

Neben den Wertschöpfungseffekten und den damit verbundenen fiskalischen Wirkungen für die Stadt haben Sportgroßveranstaltungen noch einen weiteren öffentlichen Nutzen: Die Hamburger sind stolz, solche Veranstaltungen in ihrer Stadt auszurichten.

Dieser Effekt kann durch die Contingent Valuation Method¹³ quantifiziert werden. Erstmals für den Bereich der Sportveranstaltungen hat dies unsere Handelskammer 2010 für das Internationale Tennisturnier German Open am Rothenbaum durchgeführt. Im Rahmen der repräsentativen Umfrage erklärten mehr als 80 Prozent der befragten Bürger, dass sie das Turnier für einen Gewinn für den Standort Hamburg hielten. Nahezu jeder zweite Hamburger ist bereit, für den dauerhaften Verbleib des Traditionsturniers in Hamburg einen finanziellen Beitrag zu leisten. Selbst bei Herausrechnung der direkten Profiteure des Turniers, wie Gastronomen und Hoteliers, besteht nach der Umfrage die Bereitschaft, durchschnittlich 4,64 Euro für den Verbleib des Turniers zu zahlen (siehe Abbildung 5). Hochgerechnet auf die Gesamtbevölkerung Hamburgs ergibt sich eine Zahlungsbereitschaft für den Erhalt des Turniers am Rothenbaum von circa 8,2 Millionen Euro. Bei Annahme eines zeitlichen Planungshorizonts von zehn Jahren ergibt dies einen jährlichen Betrag von 820 000 Euro; dies beziffert den öffentlichen Nutzen, den die Stadt durch die Ausrichtung des Turniers hat. Tatsächlich unterstützte die Stadt das Turnier bis 2010 jährlich mit 200 000 Euro, für die Zukunft ist die Streichung dieser Unterstützung angekündigt.

¹² Hamburgische Bürgerschaft, Drs. 18/7279, S. 1, außerdem haben die „Hamburger Stadtentwässerung“ mit 110 250 Euro und „Hamburg Wasser“ mit 110 250 Euro den Triathlon 2007 gefördert.

¹³ Mit der Contingent Valuation Method, einer Bewertungsmethode, die ursprünglich aus der Umweltökonomie stammt, ist es möglich, eine bestimmte Personengruppe nach ihrer hypothetischen Zahlungsbereitschaft zu fragen. Dabei handelt es sich immer um Güter, die keinen Preis haben, z. B. wie viel es jemandem wert ist, dass eine bestimmte Tierart nicht ausstirbt etc. Diese hypothetische finanzielle Leistung kann als Kontingent bezeichnet werden, woraus sich der Name kontingente Bewertungsmethode ableitet. Weitere Informationen zur Methodik und zu den Ergebnissen der Studie finden sich unter www.hk24.de/tennis.

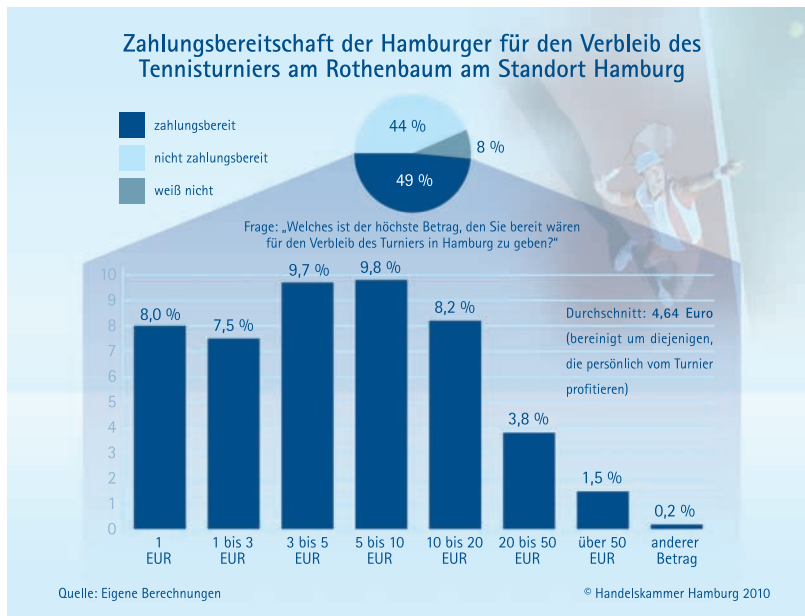


Abbildung 5

mittel angewiesen. In diesem Zusammenhang sind die Wertschöpfungseffekte der 800 Hamburger Sportvereine zu erwähnen. Das vielfältige ehrenamtliche Engagement von Vereinsmitgliedern für den Sport in Hamburg bewirkt eine nachhaltige Entlastung der öffentlichen Haushalte. Eine Quantifizierung dieses Entlastungseffekts ist allerdings im Rahmen dieses Papiers nicht zu leisten und ist bislang auch durch die Wissenschaft auf anderer Ebene nicht erfolgt.¹⁴

III. Externe Effekte des Sports

Öffentlicher Nutzen des Sports

Aktives Sporttreiben produziert vielfältige positive externe Effekte, z. B. Gemeinschaftsgefühle, geringeres Krankheitsrisiko (dadurch geringere Aufwendungen im Gesundheitssystem), Vermittlung von sportlichen Werten (Leistungsgedanke, Fair Play, Teamwork) und Integrationsgewinne. Auch passiver Sportkonsum kann ähnliche Wirkungen haben. So können Sportgroßveranstaltungen als Standort-Marketinginstrumente genutzt werden, sie steigern den „civic pride“, können zu mehr sportlicher Betätigung motivieren und generieren Vorbilder für Kinder.

Diese oftmals präventiven Wirkungen des Sports entlasten das staatliche Budget in großem Umfang. Der öffentliche Nutzen durch die Förderung von Gesundheit und Wohlbefinden, Erziehung, sozialer Eingliederung und Demokratie ist das grundlegende Argument für die öffentliche Unterstützung des Sportsektors. Chancengleichheit und Zugang zu Sportaktivitäten sollten daher durch öffentliche Beteiligung gewährleistet werden. Während sich manche Sportorganisationen wirtschaftlich selbst tragen, sind die meisten von ihnen nach wie vor auf öffentliche Finanz-

Sport und Gesundheit

Sport treiben ist gesund und liegt damit im Interesse des Einzelnen. Sport – und körperliche Aktivität allgemein – kann eine wichtige Rolle spielen, um Menschen mit Gewichtsproblemen zu helfen, die zum Teil auf einem Mangel an körperlicher Bewegung beruhen. Übergewicht und Adipositas sowie eine Vielzahl dadurch bedingter chronischer Erkrankungen (Herz-Kreislauf-Erkrankungen, Diabetes usw.) haben sich auch in Deutschland zu einem größeren Problem entwickelt. Sie mindern die Lebensqualität, können zum Tod führen und belasten Gesundheitsbudgets und insbesondere über Fehlzeiten die Wirtschaft. Eine gesunde Bevölkerung liegt daher auch im öffentlichen Interesse.

¹⁴ Durch Sport können auch externe Kosten entstehen. Sportausübung und Sportveranstaltung haben zweifellos einen Effekt auf die Umwelt. Im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung sind solche Effekte zu minimieren. Durch die stetig zunehmende Kommerzialisierung des Profisports sind die Versuchungen zur Leistungssteigerung durch verbotene Arzneimittel größer geworden. Doping stellt weltweit eine Bedrohung für den Sport dar. Es widerspricht dem Grundsatz des offenen und fairen Wettbewerbs. Doping ist ein Demotivationsfaktor für den Sport allgemein und setzt die Profis unter unzumutbaren Druck. Doping beschädigt ernsthaft das Image des Sports und stellt ein Gesundheitsrisiko für den Einzelnen dar. Doping ist daher unter allen Umständen zu bekämpfen, damit der Sport seinen vollen öffentlichen Nutzen entfalten kann.

Sport und Integration/ demografischer Wandel

Der demografische Wandel stellt den Standort Hamburg vor große Herausforderungen. Einerseits wird die Bevölkerung im Mittel zunehmend älter. Um diese Herausforderung anzunehmen, kommt Sport eine Schlüsselrolle zu. Ein aktives Sportleben erhält Gesundheit und Leistungsfähigkeit bis ins hohe Alter und verschafft der so genannten „Silver Generation“ damit bessere Jobaussichten. Hier von profitieren gleichzeitig Unternehmen, weil dem sich abzeichnenden Fachkräftemangel entgegengewirkt wird.

Andererseits wird unsere Gesellschaft durch die demografisch notwendige Migration bunter. Hier verfügt Sport über erhebliches Potenzial als Instrument zur Förderung der sozialen Eingliederung und des Zusammenhalts in unserer Gesellschaft. Er bietet Bürgerinnen und Bürgern Möglichkeiten zur Interaktion und zur Bildung von sozialen Netzwerken; er hilft Zuwanderern beim Aufbau von Beziehungen mit anderen Mitgliedern der Gesellschaft, und er stellt ein Mittel dar, um Benachteiligte, Risikogruppen oder von Diskriminierung Betroffene zu erreichen. Durch seinen Beitrag zum wirtschaftlichen Wachstum und zur Schaffung von Arbeitsplätzen kann er außerdem zur Wiederbelebung von benachteiligten Gebieten beitragen. All diese Aspekte machen Sport auch zu einem Faktor zur Bekämpfung von Gewalt, Rassismus und Kriminalität.

Besonders durch den Mannschaftssport sind Vereine in der Lage, Jugendlichen Werte wie Rücksichtnahme, Teamfähigkeit und Disziplin zu vermitteln. Unabdingbar für die Ausübung aller Sportarten sind Werte wie Regelakzeptanz sowie Toleranz gegenüber den Mit- und Gegenspielern. Nicht nur die Vermittlung von Werten kann durch den Sport erfolgen, auch das Erlernen von Sprache wird durch den Umgang untereinander erleichtert, weil in den Sportvereinen Menschen mit unterschiedlicher Herkunft zusammenkommen.

Best Practice Beispiele: Sport und Integration

Hamburger Fußball-Verband

Der Hamburger Fußball-Verband arbeitet bereits seit vielen Jahren an der Schnittstelle Sport und Integration. Im Rahmen des HFV-Sportcamps „miteinander statt nebeneinander“ wird den Jugendlichen nicht sportlicher Ehrgeiz abverlangt, sondern soziale Kompetenz vermittelt. Außerdem werden den Jugendlichen Werte wie Toleranz, Fair Play u. a. auch über das Medium Fußball vermittelt. Dabei war von Seiten des Fußball-Verbands die Teilnahme von Kindern mit unterschiedlicher kultureller Herkunft ausdrücklich erwünscht. Der Hamburger Fußball-Verband arbeitet in Integrationsfragen eng mit dem Deutschen Fußball-Bund zusammen und setzt hierbei auch auf die seit 2007 beim Verband angestellte Integrationsbeauftragte. Der HFV veranstaltet regelmäßig Sportcamps mit Kindern im Kletterwald Hamburg. Hierbei lernen die Jugendlichen vor allem einander zu vertrauen.

KiezKick

Kiezkick ist eine vom FC St. Pauli mitgetragene Fußball-Schule für Kinder und Jugendliche und als eine feste Größe und Anlaufadresse im Stadtteil verankert. Die Flyer und Plakate hängen in den sozialen Einrichtungen und Schulen des Viertels aus. Der Fanladen St. Pauli wurde für das Projekt KiezKick-Fußball der Kulturen im Rahmen der Preisverleihung zum bundesweiten Wettbewerb „Teilhabe und Integration von Migrantinnen und Migranten durch bürgerschaftliches Engagement“ der Stiftung Bürger für Bürger im Roten Rathaus in Berlin mit dem Annerkennungspreis Sportprojekt gewürdigt.

St. Pauli Buccaneers

Seit November 2002 gibt es im Stadtteil St. Pauli, eines der sozial benachteiligten Quartiere Hamburgs, das soziale Sportprojekt „St. Pauli Buccaneers“ – American Football für männliche Jugendliche im Alter von 14–19 Jahren. In diesem Projekt können die Jugendlichen lernen, dass sie etwas nur im Team und nur über persönliche Anstrengungen gemeinsam mit anderen erreichen können. Ehrlichkeit und Verlässlichkeit werden erlernt und erwartet. Dabei sind Herkunft, Nationalität oder sozialer Stand unwichtig. Das Projekt ermöglicht den Jugendlichen eine sinnvolle Freizeitgestaltung und somit die Integration in ein festes soziales Netz. Neben der Freizeitgestaltung gibt es zudem Ernährungs- und Drogenberatung. Für ihr soziales Engagement wurden die St. Pauli Buccaneers im Oktober 2008 mit dem 2. Budnianer-Hilfe-Preis ausgezeichnet.

Sport und Bildung

Sport kann auf zahlreichen Wegen Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen bei der allgemeinen und beruflichen Bildung helfen. Neben den rein physischen Aspekten üben die sozialen und erzieherischen Werte des Sports eine wichtige Funktion aus; zum Beispiel tragen sie dazu bei, dass Jugendliche den Teamgeist und Grundsätze wie Fairness und Wettbewerbsfähigkeit lernen. Zudem können Kinder durch kompetenten, motivierenden Sportunterricht in der Schule ein bewegungsaktives Leben einüben. Durch seine Werte fördert der Sport die Entwicklung von Wissen, Motivation, Kompetenzen sowie persönlicher Leistungsbereitschaft. Dies steigert insgesamt die Produktivität einer Volkswirtschaft. Sport kann daher einen Beitrag zur formalen und nichtformalen Bildung leisten. Der Ausspruch des römischen Dichters Juvenal „gesunder Geist in einem gesunden Körper“ beschreibt diesen Zusammenhang.

Darüber hinaus ist ein hohes Maß an Korrelation zwischen sportlichem und beruflichem Erfolg bei Leistungssportlern festzustellen: Wer im Leistungssport erfolgreich war, hat oftmals auch beruflichen Erfolg. Denn Leistungssportler lernen sich zu organisieren, mit Wettbewerbssituationen umzugehen und Grenzen zu überwinden. Diese Eigenschaften sind auch im Berufsleben sehr wertvoll. Insgesamt befördert der Sport den Elitegedanken und besetzt diesen positiv.

Sport als „feelgood factor“

Interesse am Sport zieht sich durch alle Gesellschaftsschichten und ist unabhängig von Alter, Geschlecht oder Bildungsgrad. Hierin liegt die große Integrationskraft des Sports: Er fördert wesentlich den Zusammenhalt einer Gesellschaft. Der Stolz auf ein erfolgreiches Bundesliga-Team oder die Ehre, eine internationale Großveranstaltung (z. B. Fußball-Weltmeisterschaft 2006) ausrichten zu dürfen, erhöht die Verbindung der Bürger mit ihrer Stadt, ihren „civic pride“. Sport ist gleichzeitig ein Erlebnisfaktor für einen Standort. Attraktive Sportveranstaltungen stiften einer Gesellschaft Erlebnis- und Freizeitnutzen. Zudem können Sportvereine identitätsstiftend für eine Stadt sein. Sinnbild hierfür ist etwa die beispiellose Solidarisierung der Hamburger mit dem Fußballverein FC St. Pauli im Rahmen der Aktion „Rettet St. Pauli“ und dem Verkauf der sogenannten Retter-T-Shirts zur finanziellen Stabilisierung des Vereins. All diese Elemente bilden den im angelsächsischen Raum sogenannten „feelgood factor“, den Sport einer Gesellschaft stiftet. Zudem trägt die bei den Hamburgern sehr beliebte Sportausübung im öffentlichen Raum wesentlich zu einem positiven Lebensgefühl bei: Meine Stadt ist mein Stadion. Dies ist besonders gut zu beobachten entlang der Elbe und Außenalster sowie im Stadt- und Volkspark.

Sport als Imagefaktor

Darüber hinaus kann Sport ein wichtiger Baustein im Standortmarketing sein. Gerade hochbegabte und gut ausgebildete junge Menschen, die eine besonders wichtige Rolle

Sport	
Arbeitsplätze (direkter und indirekter Sportsektor ohne durch Nachfrage gesicherte Arbeitsplätze in der allgemeinen Wirtschaft)	15 600
Bruttowertschöpfung pro Jahr (Millionen Euro)	1 201
in HH verbleibendes Steueraufkommen pro Jahr (Millionen Euro)	120,1
Durchschnittliche laufende Aufwendungen des Senats in den Hamburger Sport 2009–2010 (Millionen Euro)	21

Tabelle 5: Wirtschaftliche Dimensionen des Sports in Hamburg

für die Stadtentwicklung ebenso wie für die Wirtschaft spielen, können sich ihren Wohn- und Arbeitsort oft aussuchen. Ein attraktives Sport- und Freizeitangebot spricht diese Zielgruppe passend an und hilft, sie für einen Standort zu gewinnen.

Zudem rufen Sportgroßveranstaltungen in der Regel ein hohes Maß an medialer Aufmerksamkeit hervor, wegen der internationalen Ausrichtung vieler Sportwettkämpfe insbesondere auch im Ausland. Solche Veranstaltungen bieten einem Standort eine ideale Plattform, sich im In- und Ausland zu präsentieren. Dies hilft, einen Standort mit besonderen Bildern und seinen Stärken auf den „emotionalen Landkarten“ von Touristen und Investoren zu verorten. Beispielhaft gelingt dies bei den Live-Übertragungen der Cycloclassics. Wenn ein Tourist nun seinen nächsten Wochenendtrip plant oder ein Investor einen Unternehmensstandort sucht, steigert dies die Aussichten eines Standorts, tatsächlich ausgewählt zu werden.

IV. Zwischenfazit

Im direkten Sportsektor finden in Hamburg 15 600 Arbeitnehmer Beschäftigung.¹⁵ Sie erzeugen eine Bruttowertschöpfung von knapp

820 Millionen Euro jährlich. Darüber hinaus löst der direkte Sportsektor durch seine intensive Verflechtung mit anderen Wirtschaftszweigen Wachstum und Beschäftigung in nachgelagerten Branchen (indirekter Sportsektor) aus. Insgesamt wird so eine Bruttowertschöpfung von 1,2 Milliarden Euro jährlich generiert, was knapp 1,6 Prozent der gesamten Hamburger Bruttowertschöpfung entspricht. Damit liegt der Sport in seiner Bedeutung für die Hamburger Wirtschaft zwischen dem Maschinenbau, Verlags- und Rundfunkwesen und der Bauwirtschaft. Allerdings sind hier noch die Sondereffekte für die Hamburger Wirtschaft durch die Ausrichtung von Sportgroßveranstaltungen zu addieren. Diese erzeugen in ihrer Gesamtheit zusätzliche Wertschöpfung und sichern Arbeitsplätze, vor allem im Bau- und Tourismusgewerbe. Weiterhin löst Sport vielfältige positive externe Effekte aus. Diese oftmals präventiven Wirkungen des Sports entlasten das staatliche Budget in großem Umfang.

Insgesamt erwirtschaften der direkte und indirekte Sportsektor in Hamburg pro Jahr im Mittel ein Steueraufkommen von 312 Millionen Euro, von denen durchschnittlich rund 120 Millionen Euro in die öffentlichen Haushalte Hamburgs fließen. Wiederum sind zusätzlich die Wirkungen von Sportgroßveranstaltungen und öffentlichem Nutzen zu berücksichtigen, der sich allein für das Tennisturnier am Rothenbaum auf etwa 820 000 Euro pro Jahr beläuft.

¹⁵ Hierin sind auch die circa 800 direkt von den Hamburger Sportvereinen fest beschäftigten Arbeitnehmer enthalten.

C. Unternehmerische Sportförderung in Hamburg

Nach einer Unternehmensbefragung (repräsentativ für die Hamburger Wirtschaft) unserer Handelskammer halten mehr als 90 Prozent der Unternehmen die Ausrichtung von Sportgroßveranstaltungen für grundsätzlich nützlich für die Hamburger Wirtschaft. Fast jedes dritte befragte Unternehmen gab an, unmittelbar von Sportgroßveranstaltungen zu profitieren (Abbildung 6). Und mehr als ein Drittel der befragten Unternehmen nutzt Sportgroßveranstaltungen für die Kundenbetreuung.

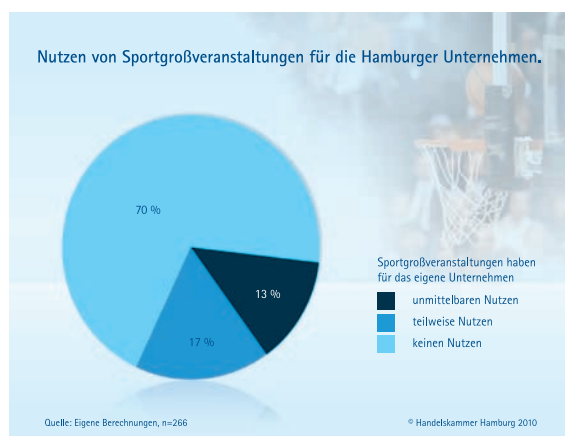


Abbildung 6

Einen besonderen Schub erhielt das diesbezügliche Engagement durch die 2001 getroffene Entscheidung, sich um die Olympischen Sommerspiele 2012 zu bewerben, die ja bereits auf einer Initiative der Wirtschaft mit beruhte. Mit einem Beitrag von über 3 Millionen Euro wurde die Hälfte der Bewerbungskosten von Hamburger Unternehmen und der Handelskammer aufgebracht. Weitere gut 3 Millionen Euro wurden für das Stiftungskapital der Stiftung Leistungssport Hamburg bereitgestellt, weitere Bewerbungskampagnen für Sportgroßveranstaltungen wurden von Unternehmen kofinanziert.

I. Das Engagement Hamburger Unternehmen

Die finanzielle Unterstützung des Sports läuft primär in Form des Sponsorings für Vereine und Verbände, Sportveranstaltungen sowie Sportstätten. Über Volumen und Struktur des Sponsorings gibt eine Analyse der Pilot check-point GmbH und des Fachverbands Sponsoring (FASPO) Auskunft (siehe Abbildung 7).

Das bundesweite Gesamtvolumen des Sponsorings beträgt 2010 etwa 4,2 Milliarden Euro, womit – trotz Wirtschaftskrise – das Vorjahresniveau gehalten werden konnte. Nach einer aktuellen Studie fließen davon ca. 2,6 Milliarden Euro in den Sportbereich und lediglich 1,6 Milliarden Euro in die übrigen Bereiche.

Diese für den Sport erfreulichen Zahlen setzen sich fort in der Zufriedenheit der Sponsoren. Hier zeigt sich, dass etwa vier von fünf Befragten mit ihrem Sponsoring sehr zufrieden sind und immer noch zwei von drei befragten Unternehmen ihr Engagement ausbauen wollen.

Die Studie hat neben den bundesdeutschen Werten auch das Hamburger Regional-Spon-

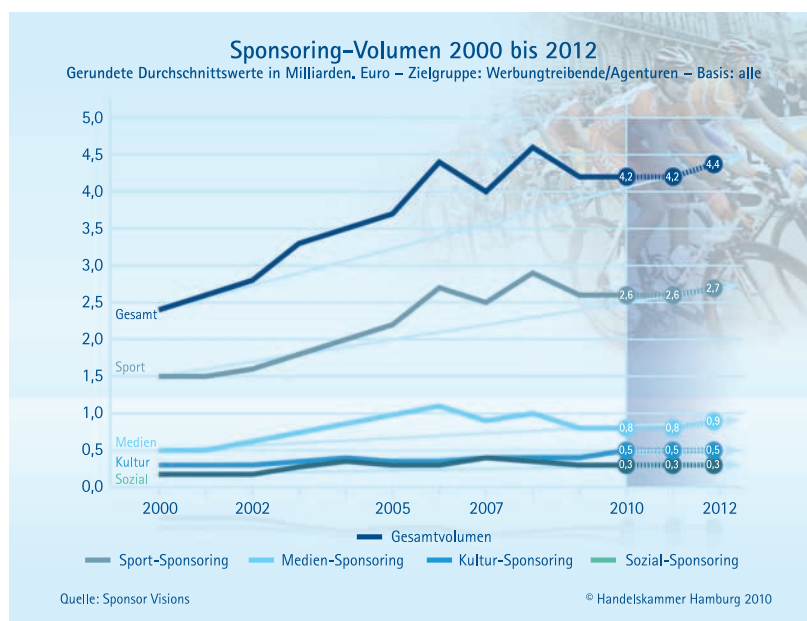


Abbildung 7

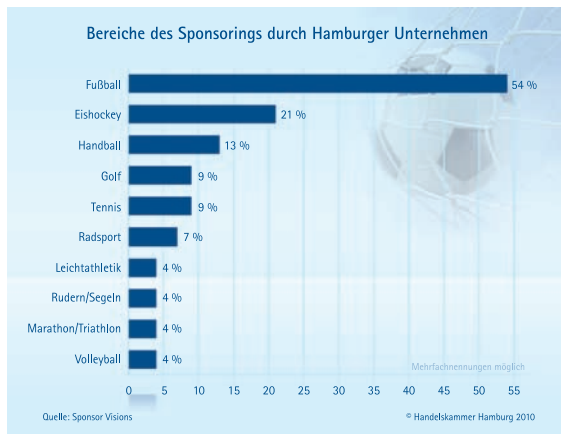


Abbildung 8

soring betrachtet. Das Marktforschungsinstitut Ipsos GmbH hat mit der Untersuchung „Sponsor Visions Regio 2010“ zum ersten Mal auch die regionalen Aspekte des Sponsorings betrachtet. Konkret wurde das Sponsoring in der Metropolregion Hamburg in den Bereichen Sport, Kultur und Soziales untersucht. Mittels Telefon wurden 905 Unternehmen befragt. Daraus geht hervor, dass lediglich

12 Prozent der Hamburger Unternehmen im Sponsoring aktiv sind. Auf der anderen Seite sehen nur 10 Prozent der befragten Hamburger Unternehmen keinen Nutzen im Sponsoring. Neben dem Fußball sind die Sportarten Eishockey, Handball, Golf und Tennis für die Hamburger Sponsoren am interessantesten (siehe Abbildung 8).¹⁶

Die Studie hat festgestellt, dass der Hauptgrund für Sponsoring in der Metropolregion Hamburg die Imagepflege der Unternehmen ist. Der nächstbedeutende Grund ist die gesellschaftliche Verantwortung für die Region.

II. Die Aktivitäten der Handelskammer

Die Hamburger Wirtschaft hat ein über die unmittelbaren wirtschaftlichen Effekte weit hinausgehendes eigenes Interesse an einer



Abbildung 9

¹⁶ Studie Sponsor Visions 2010. Hrsg. Pilot checkpoint GmbH und FASPO – Fachverband Sponsoring

lebendigen, national und international wahrgenommenen Sportstadt. Ein vielfältiges und attraktives Sportangebot spricht vor allem junge Menschen an, die nach Abschluss der Schule oder Ausbildung einen neuen Standort suchen. Attraktive Sportgroßereignisse helfen zudem, Hamburg national und international bekannt zu machen, insbesondere im Rahmen von TV-Berichterstattungen. Schließlich befördert Sport den Leistungsgedanken und fördert eine positive Einstellung zu Eliten.

Mit Beginn der auch von ihr initiierten Bewerbung um die Olympischen Sommerspiele 2012 hat sich die Handelskammer intensiv des Themas Sport angenommen. Ziel der Aktivitäten ist es, die Unternehmen in Hamburg für die Förderung des Sports zu sensibilisieren, im Sport-Sponsoring sowohl auf Seiten der Sponsoren als auch auf Seiten des Sports zu beraten und mit eigenen Ideen und Initiativen die Sportförderung in Hamburg zu unterstützen.

Dabei konzentriert sich die Arbeit der Handelskammer auf den Bereich des Leistungssports. Um eine enge Abstimmung mit den Interessen der Hamburger Unternehmen zu gewährleisten, wurde der Ausschuss für Sportförderung eingerichtet, der die Arbeit der Geschäftsführung eng begleitet.

In der operativen Arbeit gibt es vier Schwerpunkte (siehe Abbildung 9).

Stiftung Leistungssport Hamburg

Die Stiftung wurde im Jahr 2002 von der Handelskammer eingerichtet. Das Stiftungskapital



wurde paritätisch von Stadt und Wirtschaft aufgebracht. Durch die Kapitalerträge und Dank des von den Profisportvereinen aufbrachten NachwuchsCents sowie des von den Veranstaltern vereinnahmten Nachwuchseuros ist die Stiftung in der Lage, jedes Jahr über 250 000 Euro an Fördergeldern den Vereinen und Verbänden zur Verfügung stellen zu können. Im Rahmen des NachwuchsCents führen die vier Profisportvereine HSV, HSV Handball, FC St. Pauli und die Hamburg Freezers von jeder regulären Eintrittskarte 10 Cent an die Stiftung ab. Der Nachwuchseuro ist eine freiwillige Spende der Marathon-, Cyclo- und Triathlon-Teilnehmer, die im Zuge ihrer Anmeldung die Option haben, einen Euro an die Stiftung zu spenden. Gefördert werden Projekte in den Bereichen Talentmanagement, Nachwuchsentwicklung und Spitzensportsicherung. Weitere Informationen sind auf der Homepage der Stiftung (www.stiftung-leistungssport.de) verfügbar.

Hamburger Sportler-Börse

Bereits 2000 wurde die Sportler-Börse eingerichtet, um den in Hamburg aktiven Spitzen-



2. Hamburger Sportler-Börse in der Börse

sportlern eine berufliche Ausbildung zu ermöglichen, in der auf die besonderen Anforderungen des Trainings- und Wettkampfbetriebs Rücksicht genommen wird. Dies liegt im Interesse der Sportler ebenso wie im Interesse der Hamburger Wirtschaft, denn Spitzensportler sind aufgrund ihrer klaren Zielsetzungen, ihres persönlichen Einsatzes und ihrer Organisationskompetenz in aller Regel auch zu überdurchschnittlichen beruflichen Leistungen fähig. Heute werden über die Sportler-Börse berufliche Erstausbildung, studienbegleitende Praktika und Erstbeschäftigungen für Hochschulabsolventen vermittelt. Unternehmer, die grundsätzlich bereit sind, Spitzensportler auszubilden oder zu beschäftigen, werden von der Handelskammer als „Partnerunternehmen des Spitzensports“ ausgezeichnet.

Tagesablauf prägt und mit erheblichen Entbehrungen verbunden ist. Um sportliche Höchstleistungen zu erzielen, nehmen Spitzensportler besondere Herausforderungen an und akzeptieren sogar Nachteile oder Verzögerungen in der Schule, bei der Ausbildung oder im Studium. Umso wichtiger ist es, parallel zur sportlichen Karriere die spätere berufliche Karriere vorzubereiten, durch Ausbildungs-, Studien- oder Arbeitsplätze, die auf die sportlichen Anforderungen abgestimmt sind. Als „Partnerunternehmen des Spitzensports“ zeichnet die Handelskammer Unternehmen aus, die sich bereit erklären, eine „Duale Karriere“ von Spitzensportlern zu ermöglichen.

Quelle: Beirat der Aktiven DOSB

Duale Karriere

Spitzenathleten widmen ihr volles Engagement dem sportlichen Erfolg, der ihren

Jahreszahl	Großes Unternehmen	Kleines Unternehmen	Betriebssport
2005	Buss Gruppe GmbH & Co. KG	Fleisch Großmarkt Hamburg GmbH	Lufthansa Technik AG
2006	Hamburger Sparkasse (Haspa)	Meyer & John GmbH & Co. KG	Mankiewicz GmbH & Co. (GmbH & Co. KG)
2007	Nordeutsche Affinerie AG (heute Aurubis AG)	Keine Bewerbung	Hamburg Mannheimer Versicherungs AG (heute ERGO Versicherungsgruppe AG)
2008	HAMBURG WASSER (Hamburger Wasserwerke und der Hamburger Stadtentwässerung sind Unternehmen von HAMBURG WASSER)	WS Dienstleistungen Gebäudeservice mit System GmbH	Gruner + Jahr AG & Co. KG Hamburg
2009	Hamburg Mannheimer Sachversicherungs-AG (heute ERGO Versicherungsgruppe AG)	Levantehaus Hamburg	HAMBURG WASSER (Hamburger Wasserwerke und die Hamburger Stadtentwässerung sind Unternehmen von HAMBURG WASSER)

Tabelle 6: SportMercur-Preisträger von 2005 bis 2009

SportMerkur

Beispielgebendes Engagement von Unternehmen im Bereich Sportförderung zeichnet die Handelskammer jährlich mit dem „SportMerkur“ aus. Dabei wird weniger die absolute Höhe der Sportförderung gewürdigt als vielmehr die Nachhaltigkeit der Förderung. Innovative Ansätze gerade in den Bereichen des Sports, die nicht im öffentlichen Interesse stehen, finden beim „SportMerkur“ ihre Würdigung. Der Preis wird in den Kategorien „Kleines Unternehmen“ und „Großes Unternehmen“ verliehen. Ein Sonderpreis wird für beispielgebendes Engagement im Betriebs-sport vergeben.



Hamburger Sportgala

Um die Leistungen im Sport und für den Sport in einem angemessenen gesellschaftlichen Rahmen zu würdigen, wurde 2006 gemeinsam mit der Stadt, dem Hamburger Sportbund und dem „Hamburger Abendblatt“ die Hamburger Sportgala ins Leben gerufen; von Beginn an wurde die Veranstaltung durch die Vattenfall Europe AG begleitet und finanziell maßgeblich unterstützt. Seit 2009 ist mit Hamburg1 ein weiterer Partner hinzugekommen, der die immer im Februar in den Börsensälen der Handelskammer stattfindende Gala live überträgt. Im Rahmen der Gala werden Hamburgs Sportler des Jahres ausgezeichnet,

der Preis für das Lebenswerk an eine verdiente Persönlichkeit des Sports verliehen und der SportMerkur vergeben.

Ein besonderes Interesse hat die Hamburger Wirtschaft an überregionalen Sportgroßveranstaltungen, sowohl wegen der hiermit verbundenen wirtschaftlichen Effekte als auch wegen der internationalen Marketing-Leistung solcher Veranstaltungen. So war die Handelskammer Gesellschafterin der Olympia2012-Bewerbungsgesellschaft ebenso wie der Universiade2013-Bewerbungsgesellschaft und hat wesentliche Anteile der Bewerbungskosten bei den Hamburger Unternehmen akquiriert.



Ehrenpreis für das Lebenswerk: Günter Netzer auf der Hamburger Sportgala 2010

D. Hamburger Sportsystem

Die wirtschaftliche Entwicklung des Sports wird bestimmt durch unternehmerische und institutionelle Rahmenbedingungen, unter denen die Organisation des Sportsystems (Staatseinfluss, Vereins-/Verbandswesen) von besonderer Bedeutung ist. Je innovativer, flexibler und dynamischer dies ist, umso größere sportliche Erfolge und ökonomische Wirkungen sind zu erwarten.

Die Analyse im Rahmen des Sportentwicklungsplans der Freien und Hansestadt Hamburg¹⁷ hat ergeben, dass 80 Prozent der Hamburgerinnen und Hamburger sportlich aktiv sind, mehrheitlich allerdings nicht als Mitglied in einem Sportverein (siehe Abbildung 10). Sie treiben Sport ohne organisatorische Bindung oder tun dies in kommerziellen Studios, in der Schule, im Rahmen des Betriebssports oder in sonstigen Formen. Eine Vereinsmitgliedschaft ist vor allem abhängig von der jeweils ausgeübten Sportart. Gerade die populären Individualsportarten wie zum Beispiel Laufen, Radfahren und Schwimmen können gut ohne Vereinsmitgliedschaft durchgeführt werden.



Abbildung 10

¹⁷ Behörde für Kultur, Sport und Medien, Sportamt: Sportentwicklungsplan, Ergebnisse der Analysephase. Landespressekonferenz am 2. Februar 2010.



Abbildung 11

Die Ergebnisse der Untersuchung zeigen auch, welche die beliebtesten Sportarten der Hamburgerinnen und Hamburger sind (siehe Abbildung 11). Vor allem Ausdauersportarten liegen im Trend, dies erklärt auch die relativ geringe Vereinsbindung der sporttreibenden Hamburger.

Nutznieser dieser Individualisierung des Sports sind die kommerziellen Anbieter, insbesondere die Fitness-Studios, in denen bereits gut 16,5 Prozent aller Hamburger ihren Sport treiben. Auch die Eckdaten des offiziellen Branchen- und Arbeitgeberverbandes Deutscher Fitness- und Gesundheitsanlagen (DSSV) untermauern die aktuelle Marktlage der Fitness-Branche. Die Anlagenentwicklung zeigt, dass die Fitness-Branche bundesweit schnell wächst. Anlagen unter 200 qm wurden in dieser Statistik nicht berücksichtigt. Die Zahl der Mitglieder wächst ebenso dynamisch.

Jahr	2005	2007	2009
Mitglieder	4,19 Mio.	5,25 Mio.	7,07 Mio.

Tabelle 7: Mitgliederentwicklung in deutschen Sportstudios

Jahr	2005	2007	2009
Anzahl der Sportstudios	5 512	5 960	5 934

Tabelle 8: Entwicklung der Sportstudios in Deutschland

Hier können die Mitglieder zu jeder Zeit ihrer sportlichen Betätigung nachgehen; technische Ausstattung und Sanitäreinrichtungen sind zudem meist auf höherem Niveau als in öffentlichen oder vereinseigenen Anlagen. Hamburg hat bundesweit die höchste Dichte an Fitness- und Wellnessanlagen. Viele der rund 200 Fitness-Betriebe in und um Hamburg richten ihr Angebot immer stärker auf die Gesundheitsförderung aus.¹⁸ In den kommerziellen Studios treiben 230 000 Hamburger Sport (siehe Abbildung 11).¹⁹

Neben dem Hamburger Sportbund als Stimme des in gemeinnützigen Vereinen organisierten Sports und der Handelskammer als seinem Pendant im Bereich des kommerziellen Sports sind weitere relevante Akteure der Sportstadt die Stadt selbst für den Sport in staatlichen Einrichtungen, der Olympiastützpunkt Hamburg/Schleswig-Holstein für den Leistungssport und die Profisportvereine.

I. Sport selbstverwaltung

Hamburger Sportbund

Der Hamburger Sportbund (HSB) ist der Dachverband der Hamburger Sportvereine und -verbände in der Freien und Hansestadt Hamburg (siehe Abbildung 12).

Rechtlich ist er als eingetragener Verein aufgestellt.²⁰ Er sorgt für die Vertretung des Gesamtinteresses des organisierten Sports gegenüber der Politik, den Medien und der Öffentlichkeit.

Der HSB vertritt 799 Mitgliedsvereine und 54 Fachverbände mit 533 981 Mitgliedschaften. Nach den Erhebungen im Rahmen des Sportentwicklungsplans stehen aber nur 280 000 aktive Sportler dahinter. Ursache hierfür sind Doppelmitgliedschaften und eine hohe Zahl fördernder Mitglieder/Supporters, insbeson-



Abbildung 12

¹⁸ Branchenportrait 2005: Life Science in Hamburg – vielfältiger Forschungs- und Produktionsstandort. Handelskammer Hamburg

¹⁹ Behörde für Kultur, Sport und Medien, Sportamt: Sportentwicklungsplan, Ergebnisse der Analysephase. Landespressekonferenz am 2. Februar 2010.

²⁰ Satzung Hamburger Sportbund e. V. in der Fassung vom 23. Juni 2009.

dere bei den Bundesliga-Vereinen.²¹ Gegenüber seinen Mitgliedern ist der HSB in erster Linie Dienstleister in Bezug auf Förderung und Beratung. Gesteuert wird der HSB durch das Präsidium, dem der Präsident und sechs Vizepräsidenten angehören. Zum ehrenamtlichen Bereich gehören ferner sieben Landesausschüsse, u. a. der Landesausschuss Leistungssport (LA-L). Hauptamtlich sind beim HSB derzeit etwa 50 Mitarbeiter beschäftigt. Die zahlenmäßig bedeutendsten Sportarten sind Turnen, Fußball (inklusive der Fördermitglieder in den jeweiligen Vereinen) und Tennis.

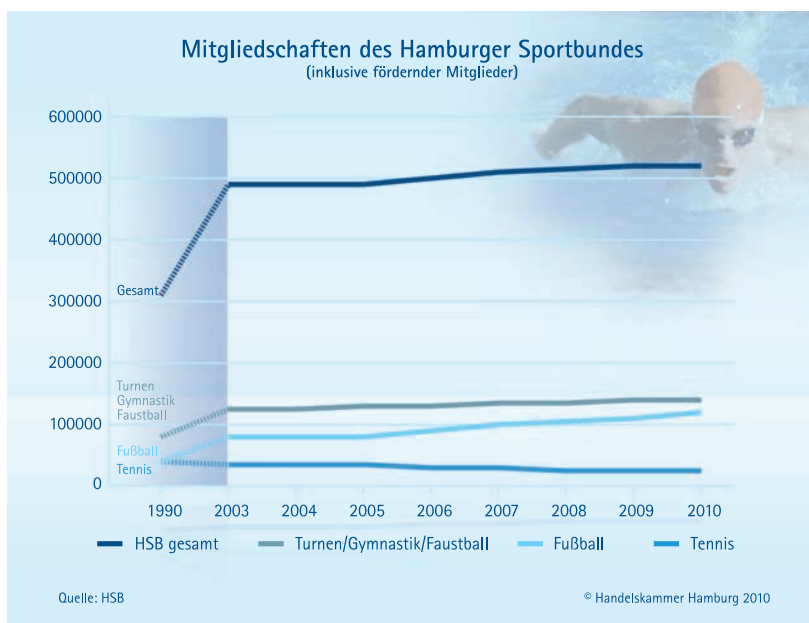


Abbildung 13

Die übrigen Sportarten erreichen in einem Fall (Schwimmen) gerade 10 000 Mitglieder, liegen jedoch meistens deutlich darunter (siehe Abbildung 13).

Finanzielle Förderung

In Hamburg finanzierten sich der HSB und seine Fachverbände von 1948 bis 2007 aus den Beiträgen der Vereine und überwiegend aus den Einnahmen der Sport- und Glücksspielwetten (Lotto). Seit 1984 galt dabei die Regelung, dass die Sportselbstverwaltung 15 Prozent aller Einnahmen der staatlichen Wetten erhält. Nach dem kontinuierlichen

²¹ Allein der Hamburger Sportverein führt 60 000 Supporters als Vereinsmitglieder.

Rückgang der staatlichen Lottereeinnahmen handelten die Stadt Hamburg und der HSB einen Sportfördervertrag aus.

Erstmals wurde der Vertrag für den Zeitraum 2007 bis 2008 geschlossen. Im Februar 2009 einigten sich HSB, Hamburger Fußballverband (HFV) und die Stadt auf einen Folgevertrag für den Zeitraum 2009 bis 2010.²²

Die Finanzierungsgrundlage des HSB setzt sich seitdem vor allem aus dem Zuschuss der Freien und Hansestadt Hamburg (6,5 Millionen Euro) und den Mitgliedsbeiträgen der Vereine (1,2 Millionen Euro) zusammen. Der Hamburger Fußballverband wird als einziger Fachverband traditionell direkt durch die Stadt unterstützt, aktuell mit 1,28 Millionen Euro²³ pro Jahr. Die HSB- und HFV-Anteile sind im Verhältnis gleich geblieben (siehe Abbildung 14).

Der HSB fordert verlässliche finanzielle Rahmenbedingungen für den gemeinnützigen Sport in Hamburg. Grundsätzlich ist diese Forderung berechtigt. Kritisch zu hinterfragen ist jedoch das Verhältnis zwischen Eigenfinanzierung und öffentlicher Zuwendung. Die Finanzierung durch

Die Finanzierung durch

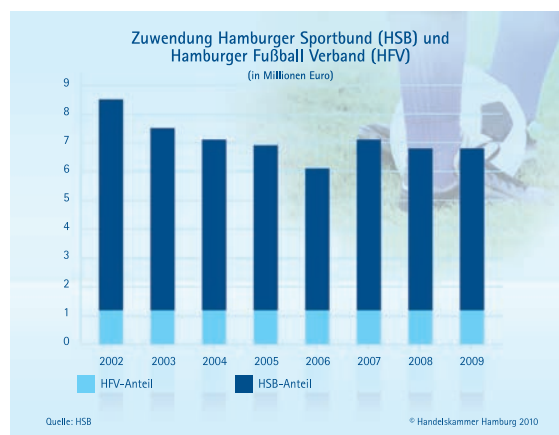


Abbildung 14

²² Zu den Einzelheiten siehe www.hamburger-sportbund.de/hsb/sportfoerderung.php5; der Sportfördervertrag 2011/2012 führt den Vertrag 2009/2010 zwischen FHH und HSB fort.

²³ Quelle: Hamburger Sportbund

die Vereine/Verbände entspricht einem Beitrag von etwa 2,25 Euro pro Jahr und Mitglied in den Sportvereinen.

Sportinfrastruktur

Die Sportanlagen in Hamburg befinden sich überwiegend im Besitz der Stadt. Gleichwohl sieht der HSB die Herstellung und Sicherung einer modernen und wirtschaftlichen Sportinfrastruktur auch als seine Aufgabe und setzt sich dementsprechend für den Erhalt, die Modernisierung und den Ausbau von Sportstätten ein.

Hamburger Vertreter in nationalen und internationalen Sportverbänden

Dem Deutschen Olympischen Sportbund (DOSB) gehören neben den 16 Landessportbünden 60 Fachspitzenverbände und 20 Sportverbände mit besonderen Aufgaben an. Aktuell übernehmen 64 Personen aus Hamburg eine ehrenamtliche Funktion in einem Deutschen Spitzenverband, davon 37 in einem Fachverband einer Olympischen Sportart. Von den 64 Personen sind 17 Personen in einer Position mit politischem Gewicht, (z. B. Vorstand/Präsidium). 28 Hamburger sind Mitglied in einem Fachgremium (z. B. Ausschüsse) und 14 Personen sind im Bundesfachverband als Schiedsrichter/Kampfrichter und Ähnlichem tätig. Zwei Hamburger Funktionäre engagieren sich in internationalen Gremien.²⁴ Diese schwache Repräsentanz Hamburger Sportfunktionäre auf Bundesebene beziehungsweise auf internationaler Ebene dürfte mit ursächlich dafür sein, dass Hamburgs Einfluss im deutschen Sport trotz positiver Fakten eher gering ist.

²⁴ Angaben: Hamburger Sportbund.

Spitzenverband	Vertreter aus Hamburg
1 American Football Verband Deutschland	1
2 Deutscher Behindertensportverband*	1
3 Deutscher Minigolfsport Verband	2
4 Deutscher Basketball Bund*	2
5 Deutsche Eislauf-Union	3
6 Deutscher Eishockey-Bund*	2
7 Deutscher Rollsport- und Inline-Verband	4
8 Inline-Skaterhockey Deutschland	1
9 Deutscher Fußball-Bund*	3
10 Deutscher Golf Verband*	1
11 Deutscher Handball-Bund*	2
12 Deutscher Hockey-Bund*	10
13 Deutscher Judo-Bund*	2
14 Deutscher Karate Verband	2
15 Deutscher Leichtathletik-Verband*	2
16 Deutscher Segler-Verband*	8
17 Deutscher Tanzsportverband	3
18 Deutscher Tischtennis-Bund*	1
19 Deutscher Volleyball-Verband*	2
20 Deutscher Ju-Jutsu-Verband	5
21 Deutsche Reiterliche Vereinigung	1
22 Deutscher Olympisches Komitee für Reiterei	1
23 Deutscher Aero Club	1
24 RKB Solidarität	1
25 Deutscher Schützenbund	3
Gesamt	64
* Olympische bzw. Paraolympische Sportarten	

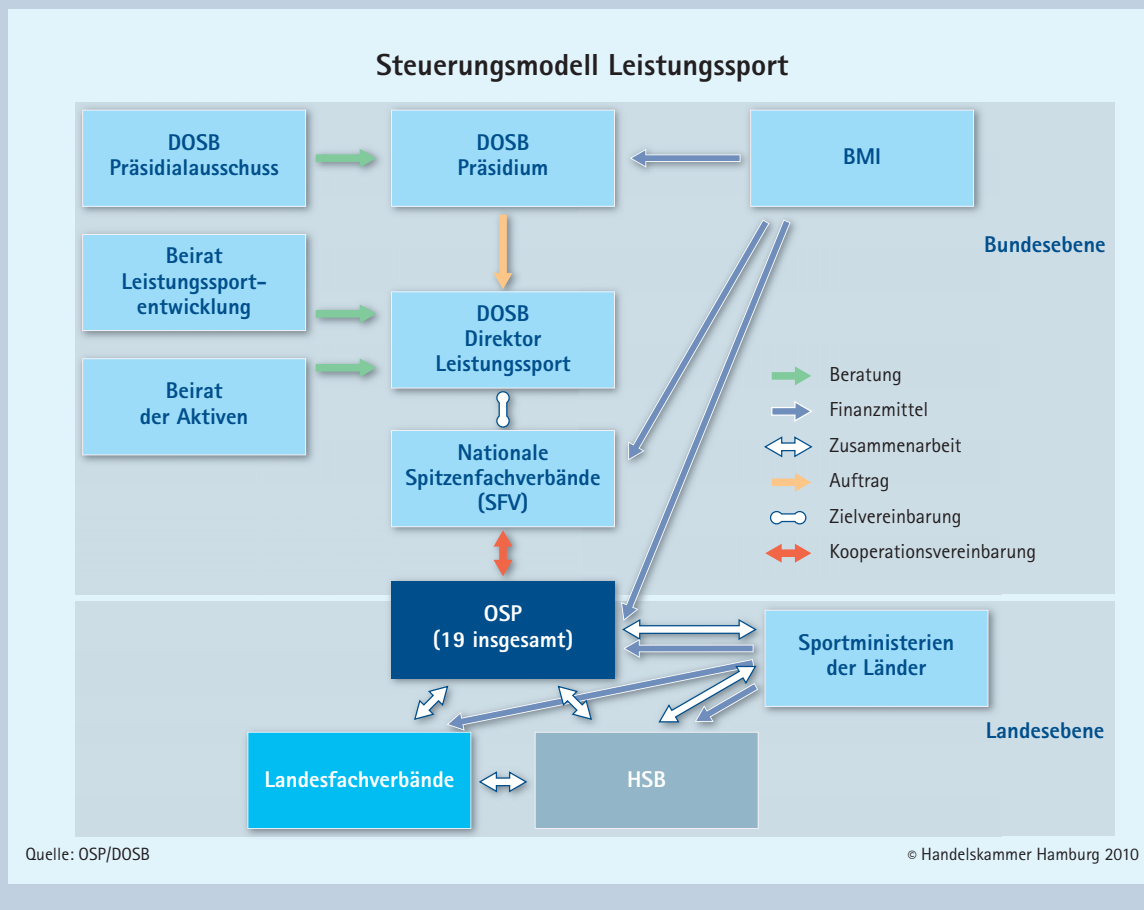
Tabelle 9: Hamburger Vertreter in Deutschen Spitzenverbänden (Quelle: HSB)

Leistungssport

Eine Aufgabe des HSB ist es, in Kooperation mit den strategischen Partnern Rahmenbedingungen und Strukturen zu schaffen und zu fördern, die der Herausbildung sportlicher Spitzenleistungen dienen. Direkt ist der HSB für den Nachwuchsleistungssport in Hamburg verantwortlich. Die Ausarbeitung der Konzeption zur Bewertung und Förderung von Sportarten und Disziplinen in Hamburg obliegt dem Landesausschuss Leistungssport des HSB in Anlehnung an die Vorgaben des DOSB. Im aktuellen Förderzyklus (2009 bis 2013) wurden Ziel- und Leistungsvereinbarungen zwischen HSB und Fachverbänden getroffen, die sich in Abhängigkeit vom sportlichen Erfolg in drei Gruppen differenzieren:

Steuerungsmodell Leistungssport

Der Deutsche Olympische Sportbund (DOSB) ist die Dachorganisation des Deutschen Sports. Ein Ziel des DOSB ist die Förderung eines modernen, humanen Spitzensports. Als Mitglied des DOSB orientiert sich der Hamburger Sportbund (HSB) an den Rahmenkonzeptionen des DOSB zur Leistungssportförderung. Grundlage der Arbeit im deutschen Hochleistungssport ist das Steuerungsmodell Leistungssport.



Spitzenförderung:	Hockey, Rudern, Schwimmen, Beach-Volleyball
Grundförderung:	Badminton, Basketball, Volleyball, Handball, Leichtathletik
Perspektivförderung:	Judo, Tischtennis, Wasserball, Segeln

Tabelle 10: Schwerpunktförderung, Grundförderung, Perspektivförderung (Quelle: Hamburger Sportbund)

Olympiastützpunkt Hamburg/Schleswig-Holstein

Der Olympiastützpunkt Hamburg/Schleswig-Holstein (OSP) gehört seit seiner Gründung 1988 zu den tragenden Säulen im Hamburger Leistungssportverbund. Getragen wird der OSP von einem Verein, dem unter anderem der HSB und der Landessportbund Schleswig-Holstein angehören. Geführt wird er von einem geschäftsführenden Vorstand, der aus dem ersten Vorsitzenden, dem Schatzmeister und der OSP-Leitung besteht.

Der OSP arbeitet länderübergreifend in den Schwerpunktsportarten Schwimmen, Rudern, Beachvolleyball, Badminton, Hockey und

Segeln. In diesen Sportarten werden am OSP als Diagnosezentrum auch die Nationalmannschaften betreut. Darüber hinaus haben alle Kaderathleten in Hamburg und Schleswig-Holstein Anspruch auf eine Betreuung durch den OSP. Neben dem Standort Hamburg besteht der OSP HH/S-H aus den beiden Standorten Kiel-Schilksee, an dem 36 Athleten sowohl im Bereich Segeln als auch 30 Athleten im Bereich Beachvolleyball von einem Schwerpunkttrainer trainiert werden, und Ratzeburg, an dem ein Schwerpunkttrainer an der Ruderakademie 46 Kaderathleten betreut.²⁵ Aktuell betreut der OSP HH/S-H insgesamt 250 Kaderathleten.

Der Olympiastützpunkt wird aus Landes- und Bundesmitteln finanziert. Der Etat beträgt 2010 etwa 1,6 Millionen Euro. Rund 13 Prozent davon entfallen auf den Hamburger Haushalt. Zusätzlich finanziert Hamburg im Rahmen des Trainerprogramms die Beschäftigung von sechs hauptamtlichen Landestrainern.

Olympiastützpunkte

Nach der nicht zufriedenstellenden Medaillenausbeute durch deutsche Athleten bei den Olympischen Spielen 1984 in Los Angeles wurden vom damaligen Nationalen Olympischen Komitee (NOK) bundesweit „Olympiastützpunkte“ eingerichtet.

Olympiastützpunkte sind eigenständige Einrichtungen für den Hochleistungssport. Die Finanzierung erfolgt aus Mitteln des Bundesministeriums des Inneren, der Länder und weiterer privater Zuwendungsgeber. Zentrale Aufgabe der Olympiastützpunkte ist die Sicherstellung einer qualitativ hochwertigen sportmedizinischen, physiotherapeutischen, trainings- und bewegungswissenschaftlichen, sozialen sowie möglicherweise psychologischen und ernährungswissenschaftlichen Betreuung der Bundeskaderathleten (A bis C) sowie ausgewählter D/C- und D-Kaderathleten in den jeweiligen regionalen Schwerpunktsportarten.

Derzeit gibt es 19 Olympiastützpunkte in Deutschland, wodurch flächendeckend Sorge getragen wird, dass Spitzensportlerinnen und Spitzensportler auf dem Weg in die Weltspitze bestmögliche Betreuung erfahren.

II. Öffentliche Sportverwaltung

Leistungssport in seinen vielfältigen Ausprägungen ist auf die ideelle und finanzielle Förderung durch die Bundes- und Landesregierungen angewiesen. Während die Zuständigkeiten auf Bundesebene eindeutig sind, findet sich speziell in den Bundesländern häufig ein Nebeneinander vieler zuständiger öffentlicher Aufgabenträger.

Bundesebene

Obwohl die Förderung des Sports weder als Staatsziel noch als Aufgabe des Bundes im Grundgesetz geregelt ist, engagiert sich der Bund auf vielfältige Weise hierfür, unter anderem über die Finanzierung von Sportstätten im Rahmen des Hochschulbaus²⁶ oder die Förderung der Sportforschung.²⁷ Als „Kompetenzglanzstück“ wurde die ungeschriebene Zuständigkeit des Bundes zur Förderung des Hochleistungssports beschrieben,²⁸ welche sich unter dem Gesichtspunkt der gesamtstaatlichen und nationalen Repräsentanz nach innen und außen ergebe. Dies ist beispielsweise gegeben bei Olympischen Spielen, Welt- und Europameisterschaften. Die beschriebenen Kompetenzen des Bundes im Bereich Sport ergeben kein geschlossenes Bild und stehen so asymmetrisch zu der Verantwortungsverteilung auf der Seite des Sports. Dort steht für den Bund als alleinigen Ansprechpartner der Deutsche Olympische Sportbund.²⁹

²⁵ Zahlen von 2009.

²⁶ Art. 91a GG

²⁷ Art. 91b GG

²⁸ Steiner, Verfassungsfragen des Sports, NJW 1991, S. 2729 ff.

²⁹ Der Deutsche Sportbund und das Nationale Olympische Komitee für Deutschland haben sich am 20. Mai 2006 zum Deutschen Olympischen Sportbund zusammengeschlossen.

Der finanzielle Beitrag des Bundes in der Sportförderung ist erheblich: Von 2002 bis 2005 standen insgesamt 920 Millionen Euro an Bundesmitteln für die Spitzensportförderung bereit. Zwischen 1996 und 2009 wurden mehr als 70 Europa- und Weltmeisterschaften in Deutschland unter finanzieller Hilfe des Bundes durchgeführt.³⁰ Für das Sportjahr 2010 hat das Bundesministerium des Inneren 138 Millionen Euro bereitgestellt,³¹ deren Verteilung an die jeweiligen Förderempfänger ausschließlich über den DOSB läuft.

Landesebene

Fast alle Bundesländer haben die Förderung des Sports wegen seines Gemeinwohlnutzens in ihre Verfassungen aufgenommen. Hamburg bildet in diesem Zusammenhang eine Ausnahme, in der hamburgischen Landesverfassung bleibt der Sport unerwähnt.

Sechs Länder³² haben in der Vergangenheit sogenannte Sportfördergesetze erlassen, die einzelne Fördertatbestände beschreiben, während sieben weitere Länder über Sportförderrichtlinien verfügen.³³ Bei den Richtlinien handelt es sich um sogenannte Verwaltungsvorschriften, die lediglich die Verwaltung bei der Vergabeentscheidung binden. Hamburg hat bislang auch in diesem Zusammenhang einen Sonderweg beschritten. In der Hansestadt gibt es weder ein Sportfördergesetz noch Sportförderrichtlinien.

Eine Vielzahl weiterer Behörden ist jedoch ebenfalls in der Sportförderung aktiv. Dies sind unter anderem die Behörde für Schule und Berufsbildung, die Behörde für Stadtentwicklung, die Behörde für Soziales und Familie, die Behörde für Wissenschaft und Forschung; selbst die Senatskanzlei befasst sich mit dem Themenbereich Sport.³⁴ Die Bezirksämter sind weitgehend für den Betrieb und die Unterhaltung der Sportplätze verantwortlich (siehe unten). Aus der Anordnung über Zuständigkeiten in der Sportförderung geht hervor, dass das Sportamt zuständig ist für die Sportrahmenplanung und die Sportstättenbedarfsplanung, wobei Schulsportstätten ausgenommen sind. Ferner ist das Amt zuständig für die finanzielle Förderung der gemeinnützigen Sportverbände aus allgemeinen Haushaltsmitteln.

Die originäre Zuständigkeit für den Sport hat in der Vergangenheit mehrfach zwischen den

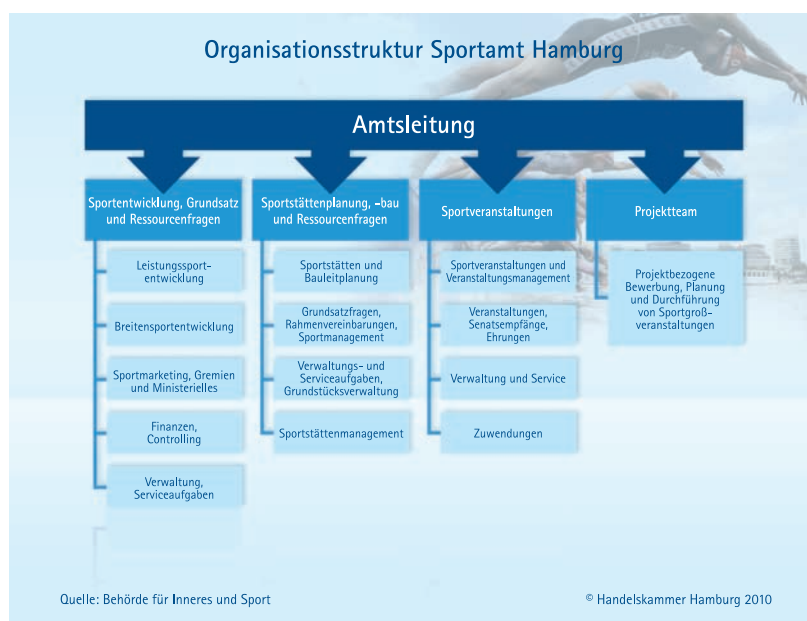


Abbildung 15

Sportförderung in der Freien und Hansestadt Hamburg wird durch verschiedene öffentliche Institutionen wahrgenommen. Zwar ist für die Sportpolitik grundsätzlich das Sportamt in der Behörde für Inneres zuständig.

Hamburger Behörden gewechselt. Seit dem 1. September 2010 ist das Sportamt in der Behörde für Inneres und Sport angesiedelt. Zuvor (seit 2008) ressortierte das Fachamt in der Behörde für Kultur, Sport und Medien, davor war es in der Bildungsbehörde, bis 2001 ebenfalls in der Innenbehörde. Die Aufgaben des Sportamts sind wie folgt festge-

³⁰ 11. Bericht des Sportausschusses des Deutschen Bundestags, Drs. 16/3750, S. 12f.

³¹ Bundesministerium des Innern, Innenpolitik 2/2010, S. 8f.

³² Berlin, Brandenburg, Bremen, Mecklenburg-Vorpommern, Rheinland-Pfalz und Thüringen.

³³ Baden-Württemberg, Bayern, Hessen, Nordrhein-Westfalen, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Schleswig-Holstein.

³⁴ Siehe die letzte Erwähnung im Haushaltsplan 2005/2006, Einzelplan 3.1 Behörde für Bildung und Sport (mittlerweile BSB), S. 41.

legt: „Das Sportamt ist Servicestelle und Ansprechpartner für alle Akteure des Sports in der Stadt. Es ist für den Bereich Sportstätten und Sportveranstaltungen sowie Sportentwicklung zuständig. Das Sportamt fördert Kontakte zwischen Sport, Politik und Wirtschaft. Es vertritt Hamburgs sportpolitische Interessen auf Bundesebene und unterstützt die Behördenleitung in sportfachlichen Angelegenheiten. Das Sportamt arbeitet strukturfördernd und unterstützt die Vereine und Verbände bei deren Engagement für die Sportstadt u. a. durch finanzielle Zuwendungen, Bereitstellung von Flächen und Räumen, Beratungsleistungen sowie bei rechtlichen Fragestellungen.“³⁵ In drei Abteilungen und einem Projektteam sind 28,5 Vollzeitäquivalente beschäftigt.

2010 hat die Stadt Hamburg 11,1 Millionen Euro für die Sportförderung bereitgestellt, davon sind im Rahmen des Sportförderungsvertrags 6,5 Millionen Euro direkt an HSB und HFV geflossen. Die Sach- und Fachausgaben und Investitionen in Sportinfrastruktur beliefen sich auf weitere 10,9 Millionen Euro, wobei Investitionen in Bau und Betrieb von Schulsporthallen unberücksichtigt bleiben. Davon sind jährlich 2,1 Millionen Euro für Baumaßnahmen zur Förderung des Spitzensports vorgesehen. Für Einzelprojekte wurden weitere 9,3 Millionen Euro zur Verfügung gestellt.³⁶

Der Gesamtbetrag von 21 Millionen Euro für die laufende Förderung des Sports steht in einem krassen Missverhältnis zu seiner Bedeutung. Er beträgt nur ein Fünftel der durch den Sport generierten Steuereinnahmen.

Kommunalebene

Die sieben Hamburger Bezirke haben sportpolitisch ein eigenes Gewicht in der Stadt. So ist die örtlich zuständige Bezirksversammlung anzuhören, wenn der Senat oder eine Fachbehörde die Ansiedlung, Schließung oder wesentliche Veränderung einer Sportstätte plant.³⁷ Darüber hinaus sind die Bezirke zu-

ständig für die Förderung der gemeinnützigen Sportvereine und Sportfachverbände – insbesondere durch Beratung, Betreuung und Überlassung von Grundstücken (Sportrahmenverträge) – sowie für die Unterstützung des nichtorganisierten Sports und die Verwaltung, Unterhaltung, Bewirtschaftung und Vergabe der staatlichen Sportstätten.³⁸

Zurzeit besteht für Sportvereine ein allgemeines Belegungsrecht für Schulsporthallen werktags ab 17 Uhr; zwischen 14 und 17 Uhr soll ein Einvernehmen über die Vergabe von Nutzungszeiten zwischen Schule und Bezirk hergestellt werden. Die Tendenz hin zu Ganztagschulen gestaltet es für viele Vereine noch schwieriger als bisher, Schulsporthallen nutzen zu können. In einigen Bezirken bestehen Wartelisten für die Nutzung von Sportstätten, um die Anfragen zu kanalisieren. Im Durchschnitt sind in den sieben Bezirken jeweils drei Mitarbeiter mit der Betreuung der Sportstätten befasst, sodass hamburgweit bis zu 20 Personen für das Sportstättenmanagement auf Bezirksebene verantwortlich sind.

III. Die Erfolge im Sport

Trotz vergleichsweise geringer öffentlicher Förderung im Sport und öffentlicher Investitionen in die Sportinfrastruktur kann Hamburg bereits heute auf viele Erfolge im Sportsektor verweisen.

Sportliche Erfolge

Aufgrund der medialen Präsenz der Profisportvereine wird erfolgreicher Sport in Hamburg häufig nur mit Fußball und Handball gleichgesetzt. Dabei wird verkannt, dass sportliche Erfolge in einer Vielzahl von Mannschaften gefeiert werden. Zu den erfolgreichsten Mannschaftssportarten in Hamburg zählt ohne Zweifel Hockey, wo Hamburger Teams regelmäßig nationale Erfolge feiern. Allein in der Herren-Nationalmannschaft spielen fünf Hamburger Hockeyspieler. Insgesamt zählte der

³⁵ Hamburg Handbuch, Ausgabe 2010/2011, S. 61.

³⁶ Bewerbung Schwimm-WM, Verlagerung Trabrennbahn.

³⁷ Gemäß § 28 Nr. 12 BzVerwG.

³⁸ Anordnung über Zuständigkeiten für die Sportförderung vom 27. Juni 1978, Abschnitt I.

HSB in der abgelaufenen Saison 2009/2010 51 Mannschaften in ihren jeweiligen Ersten Bundesligen und weitere 55 in den jeweiligen zweiten Ligen.³⁹ Dies ist ein Zuwachs um 16 Prozent in den Ersten Bundesligen und ein Zuwachs um 34 Prozent in den Zweiten Bundesligen im Vergleich zur Vorsaison.

Auch bei den Individualsportarten ist eine stetig wachsende Anzahl (junger) Topathleten zu verzeichnen. Während am Olympiastützpunkt Hamburg/Schleswig-Holstein im Jahr 2003 in den Schwer-

punktsportarten 93 Athleten betreut wurden, waren es 2009 bereits 180. Innerhalb dieses Zeitraumes stieg die Zahl aller Kaderathleten um fast 40 Prozent auf 330 an. Dieser Anstieg zeigt sich auch bei den Hamburger Teilnehmern an Olympischen Spielen. Innerhalb der letzten zwanzig Jahre (1992 Barcelona bis 2008 Peking) hat sich der Anteil Hamburger Athleten am Deutschen Team von 1,22 Prozent auf 4,54 Prozent erhöht (siehe Abbildung 16). Gemessen daran, dass die Hamburger Bevölkerung etwa 2,2 Prozent der deutschen Bevölkerung ausmacht, ein respektables Ergebnis. Allerdings sind die Hamburger Kaderathleten und Olympia-Teilnehmer noch relativ jung. Spektakuläre Sieger sind aus ihnen noch nicht hervorgegangen.

Entwicklung Sportgroßveranstaltungen

Nachdem Hamburg jahrelang keine Anstrengungen zur Akquisition von Sportgroßveranstaltungen unternommen hatte, trat hier mit der Olympia-Bewerbung ab 2001 ein Umdenken ein. Seitdem wird die internationale Sportszene aufmerksam verfolgt, um mögliche Veranstaltungen für Hamburg zu identifizieren. Das Scheitern der Bewerbung um die spektakulären Wettbewerbe „Universiade 2015“

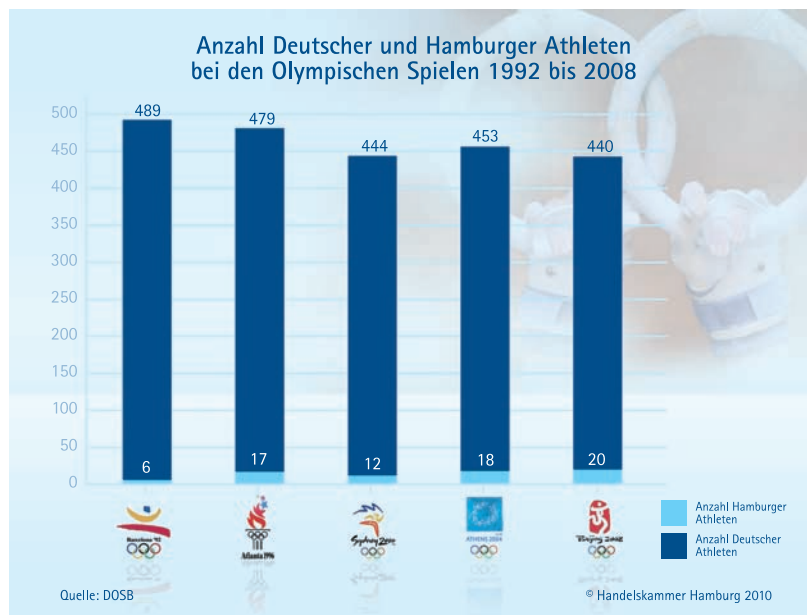


Abbildung 16

und „Schwimm-WM 2013“ hat die dabei realisierten Erfolge in den Hintergrund treten lassen: Die Triathlon-WM 2007, die U17-Basketball-Weltmeisterschaft, der Otto Judo WorldCup und die FinalFour im Handball haben national und international für Hamburg geworben.

Gleichwohl liegt der Bewerbung der Stadt um Sportgroßveranstaltungen noch kein mit den Akteuren im Sport abgestimmtes, langfristiges Konzept zugrunde. Positiv ist hervorzuheben, dass sich mit den drei Sportgroßveranstaltungen Triathlon, Marathon und Cycloclassics ein spezifisches „Hamburger Format“ herausgebildet hat: Die Rennen werden unter großer Anteilnahme der Bevölkerung in der Stadt durchgeführt, es sind internationale Spitzenathleten am Start, es gibt gesonderte Wettbewerbe für Nachwuchssportler sowie Breitensportwettbewerbe mit hoher Beteiligung. Diese Wettbewerbe sind auch von hoher wirtschaftlicher Bedeutung für Hamburg (vergleiche Kapitel B. II). Bezeichnenderweise sind hierbei die Initiativen aber nicht von den Sportfachverbänden oder von der Stadt, sondern von kommerziellen Sportagenturen ausgegangen.

³⁹ Einschließlich Mannschaften, die beim Hamburger Sportbund gemeldet sind, aber in den angrenzenden Landkreisen ansässig sind.

Kader

Der Begriff Kader wird im Deutschen Duden definiert als Stamm von besonders ausgebildeten und geschulten Nachwuchs- bzw. Führungskräften z. B. in Wirtschaft, Staat u. Ä. Im Sport wird Kader in zwei Bereichen verwendet:

Kaderathlet

Der Begriff bezeichnet die von Sportverbänden geförderten Sportler. Abhängig vom Alter und bestimmten Leistungskriterien werden Sportlerinnen und Sportler in verschiedene Kader eingestuft. In Deutschland gibt es Bundeskader (im Regelfall A-/B-/C-/DC-Kader), in denen die Sportler durch den Bundesverband sowie ggfs. durch die Stiftung Deutsche Sporthilfe gefördert werden, und Landeskader (im Regelfall D-Kader), in denen die Sportler durch die jeweiligen Landesverbände gefördert werden.

Mannschaftskader

Der Begriff wird in Sportarten verwendet, die als Mannschaftssport betrieben werden und bezeichnet die Gesamtzahl der zur jeweiligen Mannschaft gehörenden Sportler.

Entwicklung Sportstätten

Auch im Bereich der Sportstätten hat Hamburg in dieser Dekade eine positive Bilanz vorzuweisen. Allein in die Großhallen und Arenen sind über 250 Millionen Euro investiert worden (vergleiche Kapitel B. I); zu einem erheblichen Teil haben dies private Investoren finanziert. Zudem sind beim Neubau der Messehallen Anforderungen aus Sportgroßveranstaltungen gemäß des Olympiakonzepts für 2012 berücksichtigt worden. Insgesamt verfügt Hamburg über 1 624 Sportanlagen, davon sind 1 064 im städtischen Eigentum. Der Wert die-

ser Anlagen wurde in der Eröffnungsbilanz der Freien und Hansestadt Hamburg mit 381 Millionen Euro beziffert. In diesem Wert nicht berücksichtigt sind die Sportstudios von kommerziellen Betreibern, in denen ebenfalls intensiv Sport getrieben wird. Diese weisen regelmäßig ein hohes Ausstattungs- und Pflege-niveau auf, weil sie sich im Wettbewerb am Markt behaupten müssen.

Insgesamt hat Hamburg sicher ein flächendeckendes Angebot an Sportanlagen, wengleich aus dem Sport immer wieder über Engpässe bei der Nutzung von Sporthallen und deren unzureichenden Pflegezustand geklagt wird. Die letzte Erhebung über den allgemeinen Zustand der öffentlichen Sportanlagen stammt aus dem Jahr 2005⁴⁰ und stellte einen durchschnittlichen Pflegezustand von 78 Prozent fest. Dieser Wert wird im Bericht beschrieben mit „Anlage für den allgemeinen Sportbetrieb noch nutzbar, beginnender technischer Verschleiß“. Dieser Wert dürfte bis heute eher abgenommen haben, weil Instandhaltungsmittel gezielt für die Asbestsanierung eingesetzt wurden.

IV. Zwischenfazit

Das Hamburger Sportsystem zeichnet sich aus durch mehrere starke Akteure, deren Koordination und Abstimmung untereinander jedoch noch nicht systematisch erfolgt. Der Hamburger Sportbund als Spitzenverband des gemeinnützig organisierten Sports repräsentiert über 530 000 Vereinsmitgliedschaften. Von den 1,4 Millionen Hamburgern, die regelmäßig Sport treiben, gehören jedoch nicht einmal 20 Prozent einem Sportverein an. Latente Finanzierungsprobleme und begrenzte Ressourcen stehen einer noch wirkungsvolleren Wahrnehmung seiner Aufgaben in der Sport selbstverwaltung entgegen. Im Bereich des Leistungssports ist der Olympiastützpunkt Hamburg/Schleswig-Holstein der bestimmende Akteur, der in den vergangenen Jahren räumlich und personell nachhaltig gestärkt wurde. Das Sportamt der Stadt nimmt sowohl ministerielle als auch Dienstleis-

⁴⁰ Behörde für Kultur, Sport und Medien, Haushalt 2009/2010, Einzelplan 3.3, S. 31.

tungsaufgaben wahr, hierdurch kommt es zu deutlichen Überschneidungen mit der Sport-selbstverwaltung. Die Hamburger Sportstät-ten werden überwiegend dezentral in den Bezirken betreut und von diesen zur Nutzung vergeben, was einen hohen Ressourcenein-satz erfordert. Die über das Sportamt gesteu-erte Förderung des Hamburger Sports ist im Verhältnis zur wirtschaftlichen und fiskali-schen Bedeutung des Sports gering. Die kom-merziellen Sportanbieter und -veranstalter sind ein wichtiger Teil der Sportstadt. Zudem ist die Hamburger Wirtschaft über die Handels-kammer seit 2001 verstärkt im Sport aktiv und fördert vor allem den Leistungssport fi-nanziell und auf der gesellschaftlichen Ebene.

Die vielfältigen Aktivitäten im Sport haben in dieser Dekade zu deutlichen Erfolgen im Sport geführt. Hamburg hat die meisten Bundesliga-Vereine in Deutschland und einen deutlich überproportionalen Anteil an den deutschen Kaderathleten, allerdings wird die Stadt noch nicht mit überragenden Sportserfolgen verbun-den. Bei den Sportgroßveranstaltungen hat Hamburg trotz der Misserfolge bei der Bewer-bung um internationale Großveranstaltungen durch Events im „Hamburger Format“ bundes-weit Aufmerksamkeit erreicht. Dies beruht maßgeblich auf privater Initiative und gene-riert entsprechenden wirtschaftlichen Nutzen. Im Bereich der Sportstätten wurden in dieser Dekade bemerkenswerte Projekte realisiert. Hamburg hat eine flächendeckende Versor-gung mit öffentlichen Sportanlagen, aller-dings in teilweise kritischem Pflegezustand. Demgegenüber befinden sich die kommerziell betriebenen Großsportanlagen und die priva-ten Sportstudios in einem sehr guten Zustand.

E. Zielsetzungen für die Sportstadt Hamburg

80 Prozent der Hamburger treiben Sport, 71 Prozent sogar regelmäßig.⁴¹ Millionen von Besuchern in den Bundesliga-Arenen und an den Strecken der Großveranstaltungen untermauern den Eindruck, dass Hamburg eine sportbegeisterte, wenn nicht sogar die sportbegeistertste Stadt in Deutschland ist.

In Kapitel B. I wurde dargelegt, dass der Sport eine Bruttowertschöpfung von 1,2 Milliarden Euro generiert, was etwa 1,6 Prozent des Hamburger Bruttosozialprodukts entspricht. Sport ist somit ein bedeutender wirtschaftlicher Faktor für Hamburg. Den Sporttreibenden steht eine breite und differenzierte Sportinfrastruktur zur Verfügung, die auch Grundlage für eine Vielzahl von hochwertigen Sportveranstaltungen ist. Mit regelmäßig deutlich über 200 Siegern in nationalen und internationalen Meisterschaften sind Hamburgs Sportler auch im Leistungssport gut vertreten.

Trotz einer beeindruckenden Beteiligung der Hamburger am Sport und Sportrahmenbedingungen auf hohem Niveau steht Hamburg im öffentlichen Bewusstsein Deutschlands und in der Meinung der deutschen Sportorganisationen nicht an der Spitze, wenn die Frage nach der führenden deutschen Sportstadt aufgeworfen würde; auch in der internationalen Wahrnehmung der Stadt ist dies nicht anders. Die 2009 aktualisierte Brandmeyer-Markenstudie über die Erfolgsfaktoren hat dies erneut nachgewiesen, Hamburg wird nicht als Sportstadt wahrgenommen.⁴² Damit hat es Hamburg bei der Werbung um Sporttalente und sportbezogene Unternehmen schwerer, als es eigentlich sein müsste.

Ursache hierfür dürfte vor allem sein, dass die vielseitige Kompetenz Hamburgs im Sport bislang nicht ausreichend vernetzt und einheitlich kommuniziert wurde. So konnte sich der Eindruck ausprägen, dass die Kompetenz Hamburgs im Sport eher zufällig entstanden als konsequent herbeigeführt ist – es man-

gelte bislang an einem klar definierten Ziel für die Sportentwicklung in Hamburg.

Ohne ein solches, von allen wesentlichen Akteuren getragenes Ziel dürfte es auch künftig nicht gelingen, die vorhandenen, unbestrittenen Qualitäten im Sport weiterzuentwickeln, zu bündeln und einheitlich zu kommunizieren. Jeder Sportler setzt sich individuelle Ziele, und auch eine Sportstadt braucht Ziele.

Aus Sicht der Wirtschaft muss es das globale Ziel sein, die durch den Sport generierte Wertschöpfung kontinuierlich zu erhöhen. Dies ist gleichzusetzen mit dem Ziel, die sportlichen Aktivitäten – im Breiten- wie im Leistungssport, im Bereich der Sportförderung und bei der Sportinfrastruktur – ständig weiter auszubauen. Um einen solchen Prozess zu initiieren und dauerhaft zu etablieren, bedarf es eines großen Ziels im Bereich des Sports, das ausreichend weit entfernt liegt und gleichwohl schon heute emotionale Kraft entfaltet.

Welche Schubwirkung mit einem herausragenden Ziel im Sport verbunden ist, hat die Bewerbung Hamburgs um die Olympischen Sommerspiele 2012 gezeigt. In der fast zweijährigen Bewerbungsphase vom Sommer 2001 bis April 2003 hat das gemeinsame Eintreten für dieses Ziel allen Bereichen des Sports zusätzlichen Schub verliehen. Zudem hat es der Stadt national viel Sympathien eingebracht, die weit über den Sport hinausreichten. Deshalb ist es für die Wirtschaft unverzichtbar, weiter an dem Ziel festzuhalten, Olympische Sommerspiele in Hamburg auszurichten, sofern der Deutsche Olympische Sportbund die Zeit für gekommen hält, sich hierum zu bewerben.

Mit der Kandidatur Münchens um die Olympischen Winterspiele 2018 hat der DOSB zunächst eine andere Priorität gesetzt, die es nach Kräften zu unterstützen gilt. Mit einer erfolgreichen Durchführung würde Deutschland erneut ein Zeichen setzen – wie auch mit der Leichtathletik-WM 2009 in Berlin oder der Fußball-WM 2006 –, dass es Sport feiern und die entsprechenden Wettbewerbe perfekt ausrichten kann. Danach, frühestens

⁴¹ Behörde für Kultur, Sport und Medien, Sportamt: Sportentwicklungsplan, Ergebnisse der Analysephase. Landespressekonferenz am 2. Februar 2010.

⁴² Brandmeyer-Markenstudie 2009.

2024, wahrscheinlich aber eher 2028 oder 2032, wäre eine erneute Ausrichtung Olympischer Sommerspiele in Deutschland denkbar. Neun Jahre vorher müssen die nationalen olympischen Sportbünde über eine entsprechende Bewerbung entscheiden, jeweils sieben Jahre vorher vergibt das International Olympic Committee die Spiele.

I. Das Ziel für die Sportstadt 2011 bis 2020

Auf dem Weg zu einer erfolgreichen Bewerbung um die nächsten für Europa erreichbaren Olympischen Sommerspiele bedarf es eines Nahziels, mit dem sich die Akteure in Hamburgs Sport identifizieren können, das von allen politischen Parteien mitgetragen wird und das in der Hamburger Öffentlichkeit auf breite Zustimmung stößt. Durch ein solches Ziel kann man die Öffentlichkeit weiter und noch stärker für den Sport mobilisieren und auch das Engagement der Wirtschaft für den Sport sichern und ausweiten. Das Ziel muss ehrgeizig, aber durch eigene Kraftanstrengungen realisierbar sein. Schließlich muss es nachprüfbar sein, um den Grad der Zielerreichung messen zu können.

Im Kontext zu den Ausführungen über die langfristige Perspektive, Olympische Sommerspiele in Hamburg auszurichten, sollte das Ziel für die Sportentwicklung darauf gerichtet sein, Hamburg ein unverwechselbares Profil einer auf den Leistungssport orientierten Sportstadt zu geben. Damit ist keine Abkehr vom Breitensport verbunden. Im Gegenteil, gerade bei einer Fokussierung auf den Leistungssport gibt es intensive positive Wechselwirkungen mit der Breitensportentwicklung: Von der Vorbildfunktion erfolgreicher Sportler, der unmittelbaren Erlebnisse bei internationalen Wettbewerben bis hin zur Verbesserung der Sportinfrastruktur für alle Sporttreibenden.

Deshalb sollte das sportliche Ziel Hamburgs für die Dekade 2011 bis 2020 lauten:

Hamburg ist eine auf den Leistungssport orientierte Sportstadt, die sich durch beispielgebende Sportförderung profiliert, die sich durch attraktive Sportveranstaltungen positioniert und die über eine bedarfsgerechte Sportinfrastruktur verfügt.

Über eine umfassende und effiziente Sportförderung kann erreicht werden, dass sich Leistungssportler und der Sportnachwuchs in Hamburg besonders wohlfühlen und sich unsere Stadt zur Talentschmiede Deutschlands entwickelt. Damit werden auch der Hamburger Wirtschaft herausragende Nachwuchskräfte zugeführt.

Über die Ausrichtung von nationalen und internationalen Meisterschaften kann es gelingen, die Stadt und das Zusammenwirken der Hamburger Sportakteure im Interesse des Sports in der Öffentlichkeit und in den jeweiligen Sportorganisationen zu kommunizieren; der Standort wird insgesamt attraktiv, auch für die Sportwirtschaft.

Über den entsprechenden Ausbau der Sportstätten ist schließlich zu erreichen, dass Hamburger Sportler ideale Trainingsbedingungen bekommen und Hamburg zugleich wettbewerbsfähig bei der Vergabe nationaler und internationaler Meisterschaften wird; dies kommt unmittelbar auch der Hamburger Wirtschaft zugute.

Voraussetzung für eine erfolgreiche Zielerfolgung ist es, dass sich die Stadt, die wesentlichen Akteure im Sport und die Wirtschaft hierüber einig sind und ihre jeweiligen Ressourcen zielorientiert zusammenführen. Auf ein quantitatives Ziel bei den Sporterefolgen beispielsweise für deutsche und internationale Meistertitel sollte in diesem Kontext bewusst verzichtet werden, weil dies nicht mit ausreichender Zuverlässigkeit zu planen ist. Es würde zudem zur Versuchung führen, Erfolge „einzukaufen“ anstatt diese über konsequente Nachwuchsarbeit anzustreben.

II. Die Unterziele für die Sportstadt

Die oben genannte Zielsetzung bedarf einer Umsetzung auf die relevanten Bereiche des Sports in Hamburg, um den Anspruch der Messbarkeit und Nachprüfbarkeit der Zielerreichung zu erfüllen.

Im Bereich der **Sportförderung** hat Hamburg in der Dekade 2001 bis 2010 große Schritte gemacht. Die institutionelle Verbandsförderung wurde ausgebaut, die individuelle Athletenförderung und die Strukturförderung im Leistungssport wurden neu eingeführt. Parallel wurde der Olympiastützpunkt Hamburg/Schleswig-Holstein strukturell stark erweitert. Zudem wurden mit den „Partnerhochschulen des Spitzensports“ und den „Partnerunternehmen des Spitzensports“ im Rahmen der Sportlerbörse Hamburg Strukturen geschaffen, um Sportler in Schule, Ausbildung, Studium und Beschäftigung nachhaltig zu unterstützen.

Weniger konsequent wurde dagegen das System der Ziel- und Leistungsvereinbarungen ausgebaut und die Evaluierung der Sportförderung systematisiert. Weil die finanziellen Mittel der öffentlichen Hand, aber auch aus der Wirtschaft für die Sportförderung nicht unbegrenzt auszuweiten sein dürften, ist ein noch effizienterer Einsatz dieser Mittel zwingend geboten. Eine Vergabe der Mittel darf deshalb nur auf der Grundlage eines klaren Konzeptes, einer konkreten Vorgabe von zu erzielenden Leistungen und einer transparenten Evaluierung erfolgen.

Das Unterziel für den Bereich Sportförderung lautet also:

Hamburg baut sein System der Leistungssportförderung finanziell bedarfsgerecht aus, macht es durch weitergehende Verzahnung der Förderelemente noch effizienter und überprüft es anhand konkret definierter Förderziele regelmäßig auf seine Wirksamkeit hin.

Im Bereich der **Sportveranstaltungen** hat Hamburg in der Dekade 2001 bis 2010 große Enttäuschungen erlebt, namentlich bei den Bewerbungen um die Olympischen Sommerspiele 2012, die Universiade 2015 und die Schwimm-Weltmeisterschaft 2013. Zugleich wurden aber eigene, international vielbeachtete Marken gesetzt. Vor allem das Straßenradrennen Cyclastics und der Hamburg-Triathlon – gekrönt durch die Weltmeisterschaft 2007 – haben innerstädtische Sportformate mit besonderem Reiz ausgeprägt. Mit dem Hamburg Marathon existiert zudem eine dritte Veranstaltung dieser Prägung. Traditionell hier ansässige Wettbewerbe wie zum Beispiel die German Open im Tennis und das Spring- und Dressurderby wurden erfolgreich weitergeführt und ausgebaut.

Die aus den negativen Erfahrungen mit Bewerbungen um internationale Großveranstaltungen zu ziehende Erfahrung ist, dass Bewerbungen um internationale Sportgroßveranstaltungen mit besonderer öffentlicher Aufmerksamkeit von den Entscheidungsgremien nicht nur unter sportfachlichen Aspekten beurteilt werden, sondern auch nationale Partikularinteressen jenseits des Sports einen erheblichen Einfluss auf die Vergabe solcher Sportgroßveranstaltungen haben. Da ein Erfolg nicht zuverlässig abzuschätzen ist, sollte Hamburg sich an diesen Bewerbungen nur noch dann beteiligen, wenn der jeweilige Fachverband ein ausdrückliches, belastbares Interesse an einer Ausrichtung in Hamburg hat. Umso stärker sollte sich die Stadt um die Ausrichtung internationaler Nachwuchswettbewerbe in den Hamburger Schwerpunktsportarten bewerben. Hier ist das internationale Interesse an einer Ausrichtung deutlich geringer, die sportfachliche Bewerbung steht im Vordergrund. Parallel sollten die Veranstaltungen im „Hamburger Format“⁴³ ausgebaut und durch geeignete Wettbewerbe ergänzt werden, wobei die vorhandenen Traditionsveranstaltungen unbedingt zu halten sind. In diesen Bereichen ist die Stadt Hamburg Herrin des Verfahrens, und sollte ihre Mittel gezielt in eine attraktive Ausrichtung dieser Formate einsetzen.

⁴³ Siehe Erläuterungen auf S. 49.

Das Unterziel für den Bereich Sportwettbewerbe lautet also:

Hamburg konzentriert sich auf die Ausrichtung seiner Traditionsveranstaltungen sowie nationaler Meisterschaften und internationaler Nachwuchswettbewerbe in den Schwerpunktsportarten, zudem wird das Angebot international attraktiver Veranstaltungen im „Hamburger Format“ weiter ausgebaut.

Im Bereich der **Sportinfrastruktur** ist es schon aus finanziellen Gründen unmöglich, in allen denkbaren Sportarten die jeweils besten Sportstätten zu errichten und zu betreiben. Ferner ist es unrealistisch, Sportstätten zu schaffen, die grundsätzlich geeignet sind, internationale Meisterschaften auszurichten. Solche Wettbewerbe erfordern eine Besucherkapazität, wie sie eben nur bei internationalen Meisterschaften benötigt wird, die im regulären Betrieb aber nie ausgeschöpft würde. Bezogen auf die für Hamburg wichtigen Sportdisziplinen (siehe Kapitel F) sind also die jeweils vorhandenen Sportanlagen so zu ertüchtigen oder neue Sportanlagen zu schaffen, dass die eigentlichen Sportstätten internationalen Wettkampfbedingungen entsprechen, jedoch nur Zuschauerkapazitäten haben, wie sie für nationale Meisterschaften im Nachwuchsbereich erforderlich sind. Weitergehende Kapazitäten – beispielsweise für internationale Nachwuchswettbewerbe – sollten konstruktiv für eine temporäre Ergänzung vorgesehen werden.

Das Unterziel für den Bereich Sportinfrastruktur lautet also:

Hamburg hält seine öffentlichen Sportanlagen auf hohem Niveau und schafft für seine Schwerpunktsportarten bedarfsgerechte Sportstätten, die technisch internationalen Wettkampfvoraussetzungen entsprechen und grundsätzlich geeignet sind, nationale Meisterschaften und internationale Nachwuchswettbewerbe auszurichten.

Der Bereich der **Sportorganisation** hat eine große Bedeutung für die Effizienz des Sportsystems und trägt wesentlich dazu bei, das wirtschaftliche Potenzial des Sports auszuschöpfen. Er kann deshalb bei der Zielfestlegung nicht unberücksichtigt bleiben. Hamburg hat starke Akteure im Sport, auch im Leistungssport. Neben den Profi-Sportvereinen sind dies im Besonderen der Hamburger Sportbund, das Sportamt der Stadt und der Olympiastützpunkt Hamburg/Schleswig-Holstein; als Vertretung der Sportwirtschaft und als Förderer des Leistungssports aber auch die Handelskammer. Deren Handeln in der Vergangenheit konnte aber teilweise den Eindruck erwecken, dass über Ziele, Zuständigkeiten und erforderliche Maßnahmen im Sport keine generelle Einigkeit besteht. Dies ist sowohl für die aktiven Sportler als auch für die in der Sportförderung engagierte Wirtschaft ungünstig.

Hamburgs Sport sollte insbesondere im Bereich des Leistungssports mit einer Stimme sprechen und vermeiden, dass bei den beteiligten Akteuren – im Ehrenamt wie im Hauptamt – Doppelarbeit verrichtet wird. Dabei ist grundsätzlich der Sport in der Verantwortung. Andererseits ist es wegen des erheblichen Einsatzes öffentlicher Mittel im Sport legitim, dass die Politik die Grundzüge der Sportpolitik für Hamburg festlegt. Die Umsetzung sollte jedoch durch die Akteure in eigener Verantwortung erfolgen, nicht zuletzt wegen deren Nähe zu aktiven Sportlern.

Für den Bereich des Leistungssports sind klare Strukturen und ein einheitliches Auftreten umso wichtiger, um einerseits gegenüber den nationalen und internationalen Entscheidern ein klares Bild von Hamburg zu vermitteln und andererseits für unterstützungsbereite Unternehmen der Wirtschaft gut aufgestellte und professionelle Partner zu sein.

Das Unterziel für den Bereich Sportorganisation lautet also:

Hamburg schafft sich eine Sportorganisation, die effiziente Strukturen und klare Zuständigkeiten hat und mit einer Stimme spricht.

F. Maßnahmen für den Erfolg

Hamburg braucht ein umfassendes, ausreichend dotiertes Sportförderungssystem, regelmäßige national wie international stark beachtete Sportwettbewerbe, eine optimale Sportinfrastruktur und eine effizient arbeitende Sportorganisation, will es die in Kapitel E. I formulierten Zielsetzungen erreichen. Es reicht aber nicht aus, sich nur auf einen Bereich oder eine spektakuläre Maßnahme zu konzentrieren. Der Weg zum Ziel führt vielmehr über eine große Zahl kleinerer Schritte, die in dieselbe Richtung wirken und in ihrer Gesamtheit einen Aufbruch im Hamburger Sport erzeugen.

Dieser Prozess bedarf einerseits einer klaren Bestimmung von Prioritäten und andererseits ein ausreichendes Maß an Geduld, nicht zuletzt, um mit den zur Verfügung stehenden Mitteln auszukommen. Eine Prioritätensetzung kann nur im Einvernehmen aller Akteure erfolgen. Dabei sind politische Zielsetzungen und Wünsche potenzieller Förderer aus der Wirtschaft so einzubeziehen, dass sie damit im Einklang stehen. Die im Weiteren unterbreiteten Maßnahmenvorschläge sind deshalb als Anregungen zu verstehen, wie die sportliche Entwicklung in Hamburg – und damit einhergehend die wirtschaftliche Bedeutung des Sports – in überschaubarer Zeit und mit den zur Verfügung stehenden Mitteln voran gebracht werden kann; sie sind im weiteren Verlauf mit den anderen Akteuren der Sportstadt abzustimmen.

Zunächst – und übergreifend für die nachfolgenden Abschnitte – ist zu bestimmen, was die Kernsportarten für Hamburg sind. Bestimmungsfaktoren für Schwerpunktsportarten sollten sein:

- langjähriger Hamburger Traditionssport mit breiter Verankerung in der Vereinslandschaft
- Übereinstimmung mit dem Markenprofil Hamburgs als „internationale Metropole am Wasser“⁴⁴

- Hamburg ist mit einer Mannschaft in der jeweiligen Profi-Bundesliga vertreten
- Internationale Aufmerksamkeit in der Sportöffentlichkeit
- Landesfachverband mit einem nachhaltigen Leistungssportkonzept

Auf Basis dieser Kriterien drängen sich folgende Sportarten als Kernsportarten für Hamburg auf:

- Hockey, Rudern, Segeln
- Schwimmen, Beachvolleyball, Triathlon
- Fußball, Handball, Eishockey, Volleyball
- Leichtathletik, Basketball
- Badminton, Judo

Diese Aufzählung erhebt nicht den Anspruch auf Vollständigkeit, sie sollte auch in mehrjährigen Zeiträumen auf Aktualität hin überprüft werden. Gleichwohl ist sie Grundlage für die nachfolgenden Maßnahmenvorschläge, soweit sie sportartenspezifisch sind.

I. Maßnahmen im Bereich Sportförderung

Hamburger Sportförderung

In den letzten Jahren ist es gelungen, die einzelnen Elemente der Leistungssportförderung in Hamburg so zu verstetigen und zu ergänzen, dass es kaum noch gravierende Schwachstellen gibt. Die noch anstehende Aufgabe liegt deshalb darin, noch vorhandene Lücken zu schließen und das Fördersystem als Ganzes wahrnehmbar und kommunizierbar zu machen.

Dadurch würden national Talente angezogen, die spätestens nach Ende ihrer sportlichen Laufbahn auch der Hamburger Wirtschaft als

⁴⁴ Quelle: Brandmeyer-Markenstudie 2009.

leistungsfähige Nachwuchskräfte zur Verfügung stünden.

Die „Hamburger Sportförderung“ besteht aus einem institutionellen Förderbereich und aus einem individuellen Förderbereich, in denen die Athleten Rahmenbedingungen und persönliche Unterstützung erfahren, die eine volle Konzentration auf den Sport ermöglichen.

In den jeweiligen Bereichen sollten folgende Verbesserungen noch erzielt werden:

Strukturelle Förderung

Eine besondere Herausforderung liegt darin, Kinder möglichst früh an den Sport heranzuführen, insbesondere an die Sportarten, die keinen automatischen Zulauf haben wie z. B. im Fußball. Dies geht idealerweise über Wettbewerbe, in denen Schulkinder im jeweils günstigen Alter gegeneinander antreten. Beispielgebend ist der von der Stiftung Leistungssport Hamburg in Kooperation mit dem Hamburger Leichtathletikverband ausgerichtete Laufwettbewerb Rapido.

Talentwettbewerb Rapido

Rapido ist ein von der Stiftung Leistungssport Hamburg initiiertes Wettbewerb im Sprint für Schülerinnen und Schüler der 5. Klassen aller Hamburger Schulen. Der vom Hamburger Leichtathletikverband jährlich ausgerichtete Wettbewerb, an dem 2009 mehr als 1 700 Kinder aus fast 80 Schulklassen teilgenommen haben, läuft über mehrere regionale Zwischenläufe, in denen die Finalteilnehmer ermittelt werden. Für die Sieger gibt es neben der Sportausrüstung eine beitragsfreie Mitgliedschaft in einem Leichtathletikverein. Ziel des Wettbewerbs ist es, über das Wettkampferlebnis und den sportlichen Erfolg für eine nachhaltige Sportausübung zu motivieren.

Diese Wettbewerbsform ist für alle Hamburger Kernsportarten zu entwickeln, sofern die

Sportart keine einschlägige Vorbildung erfordert, wie z. B. Segeln. Federführend sollte der jeweilige Fachverband sein, die Koordination durch den Hamburger Sportbund erfolgen. Parallel dazu sind vorhandene Wettbewerbe, wie z. B. die Bundesjugendspiele oder Wettkämpfe zwischen Schulen, in ihrer Bedeutung noch auszubauen. Eine Schlüsselstellung im Leistungssport kommt den jeweiligen Verbandstrainern zu. Bundesweit anerkannte Spitzentrainer „ziehen“ die besten Nachwuchssportler nach sich und verhelfen den Spitzenathleten zum Erfolg. Ihre Beschäftigung kollidiert jedoch häufig mit der in Hamburg üblichen Gehaltsobergrenze von 30 000 Euro. Eine Öffnung dieser Grenze ist dringend geboten, wenn Hamburg auch hier erstklassig sein will (siehe Abbildung 17).

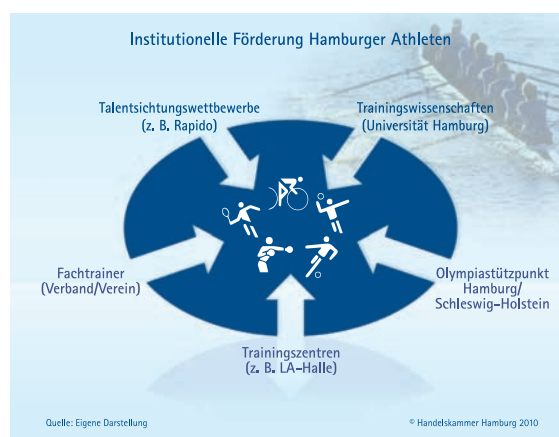


Abbildung 17

Persönliche Förderung

Die Hamburger Kernsportarten zeichnen sich dadurch aus, dass sie einen relativ hohen Anteil studierender Athleten haben. Deshalb ist es sehr wichtig, Studium und Spitzensport miteinander vereinbaren zu können. Zwölf Hamburger Hochschulen haben mit dem Prädikat „Partnerhochschule des Spitzensports“ ihre Bereitschaft erklärt, Spitzensportler entsprechend zu unterstützen, eine in Deutschland vorbildliche Situation. Unzufriedenstellend ist jedoch die Situation für Studienanfänger. Es ist noch nicht gelungen „Wild Cards“ für Spitzensportler einzuführen, die nach dem Abitur einen sofortigen Studienbeginn in Hamburg ermöglichen. Dieses sollte kurzfristig durch die zuständige Fachbehörde realisiert werden.

Konkret ist hierzu eine Novellierung des Hamburger Hochschulzulassungsgesetzes erforderlich. Wie bereits in Nordrhein-Westfalen seit 2009 realisiert, in Baden-Württemberg derzeit in der gesetzlichen Umsetzung und in Bayern politisch fest vereinbart, ist im Hochschulzulassungsgesetz zu regeln, dass Leistungssportlern mit entsprechendem Kaderstatus eine eigene Quote („Profilquote“) beim Hochschulzugang eingeräumt wird. Derzeit fallen in Hamburg die an einem Studienplatz interessierten Spitzensportler unter die sogenannte Härtefallregelung, der 7,5 Prozent der Studienplätze vorbehalten sind. Dort konkurrieren sie – zumeist vergeblich – mit chronisch Kranken, Pflegenden, Alleinerziehenden etc. Diese Problematik führt dazu, dass Sportler derzeit häufig „umorientiert“ werden in Studiengänge mit leichteren Zulassungsanforderungen. Dies führt später zu beruflichen Enttäuschungen, verhindert aber vor allem, dass der Gesellschaft das besondere Potenzial der betreffenden Sportler in den für sie idealen Berufsfeldern zugute kommt. Angesichts von über 40 000 Studierenden in Hamburg sollte es keine unüberwindbare Herausforderung sein, durchschnittlich 20 Sportlern pro Jahr einen privilegierten Hochschulzugang rechtssicher zu ermöglichen.

Parallel dazu sollten auch die Ausbildungs- und Beschäftigungsmöglichkeiten von Leistungssportlern in Hamburger Unternehmen und der Verwaltung weiter ausgebaut werden. Die Vereinbarkeit von Beruf und Sport ist für die Mehrzahl aller Leistungssportler unverzichtbar, um deren materielle Existenz abzusichern. Die Handelskammer steht hier mit einem umfassenden Beratungsangebot be-

reit, Unternehmen mit einer entsprechenden Bereitschaft zu helfen.

Um die Hamburger Vereine und die hier trainierenden Sportler über die vielfältigen Fördermöglichkeiten in der Stadt zu informieren, aber auch, um Leistungssportler außerhalb Hamburgs zu erreichen, ist eine klare und übersichtliche Darstellung der Hamburger Sportförderung im Internet unverzichtbar. Unter Federführung des Olympia-Stützpunktes sollte eine solche Präsentation schnell ausgearbeitet und mit den Internetseiten aller an der Sportförderung beteiligten Organisationen verbunden werden. Ziel sollte es sein, die „Hamburger Sportförderung“ zu einem Begriff zu machen, der in der gesamten deutschen Sportwelt bekannt und angesehen ist (siehe Abbildung 18).

Qualitätssicherung in der Leistungssportförderung

Mit 15 Millionen Euro aus öffentlichen Mitteln und zusätzlich gut 250 000 Euro aus Mitteln der Stiftung Leistungssport Hamburg investiert Hamburg regelmäßig erhebliche Mittel in die laufende Förderung des Leistungssports. Die Vergabe der Mittel erfolgt im Wesentlichen über den Landesausschuss Leistungssport (LA-L) des Hamburger Sportbunds. Wie die in Kapitel F. IV aufgezeigte Entwicklung im Leistungssport belegt, waren Erfolge Hamburger Sportler in der vergangenen Dekade nachweisbar, ohne dass es aber einen Durchbruch bei den Individualsportarten gab. Damit wird ganz zwangsläufig die Frage aufgeworfen, ob die Mittel richtig eingesetzt und deren Einsatz ausreichend überprüft werden.

Für die Bewilligung institutioneller Förderung Hamburger Sportfachverbände sollten Standards entwickelt und durchgesetzt werden, die sich eng an den bundesweit üblichen „100-Punkte-Schlüssel“⁴⁵ des DOSB anlehnen. Zur zwingenden Voraussetzung sollte ein spezifisches Leistungssportkonzept gemacht wer-

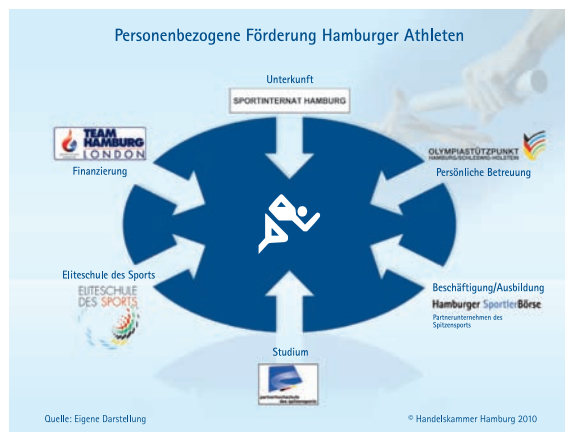


Abbildung 18

⁴⁵ Der „100-Punkte-Schlüssel“ ist ein Bewertungssystem von Sportarten innerhalb des DOSB-Nachwuchsleistungssports – Rahmenrichtlinien zur Förderung des Nachwuchsleistungssports (August 2009). Die Gesamtbewertung erfolgt über vier Jahre.

den, das die neuesten sport- und trainingswissenschaftlichen Erkenntnisse berücksichtigt und dessen konsequente Umsetzung durch entsprechende Kompetenz in den Verbandsgremien sichergestellt ist. Die Vergabe sollte grundsätzlich im Olympiazzyklus erfolgen, um den Verbänden eine ausreichende Zeit für die jeweilige Leistungsentwicklung zu lassen. Die Hamburger Kernsportarten sollten eine gewisse Privilegierung erfahren, jedoch nur so weit, dass objektive Bearbeitungskriterien nicht übergangen werden.

Zum Jahresende sollte der Hamburger Sportbund einen Sportförderbericht vorlegen, in dem der Mitteleinsatz und die Entwicklung in allen geförderten Sportarten dargestellt werden. Der Sportförderbericht ist öffentlich zu machen, um den Wettbewerb unter den Fachverbänden zu intensivieren.

Eine solche Intensivierung der Förderung muss einhergehen mit einem kontinuierlichen Anwachsen der öffentlichen Mittel für die Sportförderung. Analog zur Entwicklung der Sportinfrastruktur sollten die jeweiligen Haushaltstitel – einschließlich der Mittel im Rahmen des Sportfördervertrags – in der kommenden Dekade jährlich um jeweils 5 Prozent erhöht werden. Dies würde bei allen Akteuren starke Anreize setzen und Planungssicherheit geben, Hamburg würde einen Aufbruch im Leistungssport erleben. Angesichts des umfassenden Dienstleistungsangebots des HSB für seine unmittelbaren Mitglieder – das über die Vereine und Verbände auch den einzelnen Vereinsmitgliedern zugute kommt – sollte mittelfristig angestrebt werden, dass dieser Bereich des HSB aus dem organisierten Sport heraus finanziert wird. Die Zuwendungen der Stadt Hamburg und deren kontinuierliche Erhöhung dürfen dadurch jedoch nicht gekürzt werden, sondern sind auf die Sportförderung zu konzentrieren.

Um den Einsatz verbotener Mittel zur Leistungssteigerung wirksam zu unterbinden, ist mit jeder Förderung die uneingeschränkte Anwendung der nationalen Anti-Doping-Regeln einzufordern. Bei Verstoß hiergegen sind unabhängig von der Schuldfrage die gesamte im jeweiligen Olympiazzyklus gewährte Förderung zurückzuzahlen und dauerhafte Funk-

tionsverbote für die in der Verantwortung hierfür stehenden Funktionäre auszusprechen.

II. Maßnahmen im Bereich Sportveranstaltungen

Klassische Verbandswettbewerbe

Die Ausrichtung von Europa- oder Weltmeisterschaften in Sportarten mit hoher öffentlicher Aufmerksamkeit steht national wie international in einem starken Wettbewerb. Über die Vergabe solcher Turniere entscheidet in der Regel der internationale Dachverband einer Sportart. Der ausrichtende Standort tritt als Franchise-Nehmer des internationalen Dachverbands auf, nach dessen Regeln die Ausrichtung erfolgen soll. Das Vergabeverfahren ähnelt einer Auktion: Bieter geben ein Angebot aus einem Leistungspaket diverser quantitativer und qualitativer Komponenten ab, mit dem sie den Zuschlag zur Ausrichtung des Turniers ersteigern möchten. Dabei sind nicht nur Leistungen in der jeweiligen Stadt verbunden, sondern auch allgemeine Leistungen gegenüber dem jeweiligen Dachverband. Die Dachverbände haben diese Situation in den letzten Jahrzehnten genutzt, um die Qualitätsanforderungen an die Ausrichter kontinuierlich zu erhöhen. Hinzu kommt, dass die Kriterien, nach denen der Zuschlag vergeben wird, oft intransparent sind. Dies erlaubt den Dachverbänden einen diskretionären Entscheidungsspielraum und hat zur Folge, dass der Druck auf die Bieter, dem ausrichtenden Verband Leistungen anzubieten, ständig weiter ansteigt.

Nach den einschlägigen Erfahrungen in der Vergangenheit sollte sich Hamburg hieran nicht weiter beteiligen. Gerade das Ergebnis bei der Bewerbung um die Schwimm-WM 2013 hat verdeutlicht, dass die Vergabe nicht nur nach sportfachlichen Kriterien erfolgt: Hamburg wurde allseits für die hohe sportfachliche Qualität seines Konzeptes gelobt, den Zuschlag hat jedoch – mit klarem Vorsprung – Dubai erhalten. Weil Hamburg bei einem faktischen „Höchstgebotsverfahren“ wegen der demokratischen und transparen-

ten Verfahren in der Stadt selten siegen wird, sollte die Stadt an solchen Verfahren nicht weiter teilnehmen.

Um national und international den Ruf als Sportstadt zu festigen und auch das Interesse an den klassischen Verbandswettbewerben zu dokumentieren, aber auch um die hiermit verbundene Wertschöpfung zu generieren, kann sich Hamburg aber nicht völlig aus der Ausrichtung internationaler Meisterschaften zurückziehen. Der Kompromiss könnte darin liegen, sich auf die Ausrichtung von Nachwuchsmeisterschaften zu konzentrieren, wie dies z. B. mit der U-17-Basketball-WM 2010 erfolgte. Hamburg zeigt auf diese Weise ebenso seine Organisationskompetenz und Sportbegeisterung, es präsentiert sich dem nationalen und internationalen Fachverband und festigt seinen Ruf, Hochburg der Nachwuchsförderung zu sein. Ein willkommener Nebeneffekt ist zudem, jungen Leistungssportlern aus aller Welt die Stadt zu präsentieren, auch als zukünftigen Ausbildungs- oder Studien-

standort; im Wettbewerb um Talente ein nicht zu vernachlässigender Umstand.

Anzustreben ist, mindestens alle zwei Jahre eine internationale Nachwuchsmeisterschaft auszurichten und im jeweils dazwischenliegenden Jahr eine nationale Meisterschaft; vorzugsweise in den Hamburger Kernsportarten. Statt eines Strohfeuers würde ein solches Programm zu einer nachhaltigen Positionierung Hamburgs bei vielen internationalen Fachverbänden führen.

Unter Berücksichtigung der bisherigen Vergaben der internationalen Sportverbände und unter Beteiligung aller Hamburger Akteure sollte ein „Hamburger Sportkalender“ bis 2025 aufgesetzt werden. Hierüber sollte dann eine endgültige Abstimmung mit der Sportpolitik erfolgen, die dann auf hohem professionellem Niveau in die entsprechenden Bewerbungen umzusetzen ist. Hierfür kommen grundsätzlich folgende Wettbewerbe in Frage (siehe Tabelle 11):

Sportart	Wettbewerb
Schwimmen:	FINA Open Water Swimming Grand Prix Deutsche Meisterschaft FINA 10 km Marathon Swimming
Beach-Volleyball:	FIVB Junior World Championship FIVB Beach-Volleyball World Cup Olympic Qualification Tournament Deutsche Meisterschaft
Rudern:	World Rowing Junior Championships World Rowing Championships World Rowing Ergometer Championships Bundesfinale Jugend trainiert für Olympia
Badminton:	Deutsche Meisterschaften DBV Ranglistenturnier World Junior Championships Europameisterschaften U19
Multisport	Universiade
Triathlon:	Deutsche Triathlon Meisterschaften ASICS Triathlon JugendCup Triathlon European Championships
Hockey:	Euro Hockey Youth Nations Championships U18 Girls Euro Hockey Indoor Junior Nations Championship Männer

Tabelle 11: Deutsche Meisterschaft und internationale Nachwuchsbewerbe in Hamburger Kernsportarten, ohne Anspruch auf Vollständigkeit

Die Konzentration auf die Durchführung von Nachwuchsmeisterschaften in der Dekade 2011 bis 2020 schafft die Voraussetzung, Hamburg auch als Austragungsort für „richtige“ Weltmeisterschaften in der darauffolgenden Dekade ins Spiel zu bringen. Dies sollte dann zur gegebenen Zeit nach dem Motto erfolgen „Hamburg ist gern bereit, Ausrichterstadt zu werden, wenn der internationale Fachverband dies wünscht; Hamburg ist aber nicht bereit, um jeden Preis den Zuschlag zu holen“.

Wettbewerbe im Hamburger Format

Während aus genannten Gründen Zurückhaltung bei der Akquise von internationalen Meisterschaften geboten ist, sollte Hamburg mit Nachdruck auf die Entwicklung und Durchführung von hochkarätigen, außergewöhnlichen und kreativ durchgeführten Sportveranstaltungen unter aktiver wie passiver Einbeziehung möglichst weiter Bevölkerungskreise setzen. Im Idealfall sollten diese regelmäßig durchgeführt werden und so auch durch ihre weit überregionale mediale Wahrnehmbarkeit zu einem festen und verlässlichen Bestandteil der Außendarstellung Hamburgs werden.

Eckpunkte für solche Sportveranstaltungen im „Hamburger Format“ sind:

- Austragung an exponierter Stelle in Hamburg („Die Stadt ist das Stadion“)
- Wettkampf internationaler Spitzensportler
- Durchführung parallel laufender Wettbewerbe im Nachwuchs- und Breitensport – Einbeziehung des Vereins- und Schulsports
- Herstellung außergewöhnlicher Nähe der Zuschauer am Wettkampfgeschehen
- Kreative und außergewöhnliche Inszenierung von traditionellen und modernen (trendigen) Sportarten an ungewöhnlichen Orten

Die Sportwettbewerbe Marathon, Cyclastics und Triathlon entsprechen schon weitgehend dem so definierten Hamburger Format. Zur

Ergänzung dieses Angebots sind aber weitere Wettbewerbe nötig.

An drei Beispielen soll im Folgenden dargestellt werden, welches Potenzial vor allem in den olympischen Kernsportarten, aber auch in den an Bedeutung gewinnenden sogenannten Trendsportarten in diesem Bereich besteht.

1. Hamburg Aquatics – Hamburg geht Schwimmen

Innovationen sind auch in der klassischen olympischen Kernsportart Schwimmen möglich, wenn sich Hamburger Kreative um neue Konzepte, ungewöhnliche Lösungen und das Entstauben scheinbar unveränderlicher Sportstatuten kümmern.

Im Jahr 2009 hatten sich die Stadt und der Deutsche Schwimm Verband (DSV) gemeinsam beim Internationalen Schwimmverband (FINA) um die Durchführung der Schwimm-Weltmeisterschaften 2013 in Hamburg förmlich beworben. Hamburg ist zwar im Wettbewerb um die Ausrichtung gegen Dubai gescheitert, setzte aber mit seinem Ideenreichtum im Durchführungskonzept nach Ansicht vieler Fachleute Maßstäbe.



Hamburg Aquatics 2006

Viele völlig neue Ideen und Erfahrungen aus der Hamburger Bewerbung stammten von den „Hamburg Aquatics“, die 2006 stattgefunden hatten und als ein erfolgreiches Beispiel des innovativen Hamburger Formats bei Sportveranstaltungen gelten können. Diese Schwimmveranstaltung basierte auf der gezielten Einladung von Spitzenschwimmern. Die weltbesten Schwimmer wurden in den umgebauten

Centercourt der Tennisanlage am Rothenbaum geholt, die mit einem mobilen 25-m-Becken zum kompakten Schwimmstadion umgerüstet wurde und weltweite Bekanntheit bot. Die teilnehmenden Spitzensportler zeigten sich schnell begeistert von der geglückten Mischung aus Unterhaltung und Weltklassesport. Eine zukunftsweisende Präsentation vor den Starts, um die einzelnen Athleten selbst in den Mittelpunkt zu stellen, war ebenso unverzichtbarer Bestandteil wie Bademodeschauen am Beckenrand, Prominentenwettbewerbe im Pool oder die launige Moderation jenseits von nur renntechnischen Durchsagen.

Die regelkonformen Wettkämpfe unter den Augen des Präsidenten der FINA, der Präsidentin des DSV und vieler weiterer Offizieller aus der internationalen Schwimmszene waren hochklassig und spannend. Mehrere nationale Rekorde wurden gebrochen und sogar ein Weltrekord wurde vom Weltmeister Roland Schoeman in 50 Meter Freistil erzielt. Geboten wurde Spitzensport von Weltklasseniveau in neuer, hochattraktiver Inszenierung. Leider konnte der ursprünglich in der nahe gelegenen Alster geplante Langstrecken-Wettkampf, der auch das Breitensport-Element vorsah, nicht durchgeführt werden. Bedauerlich insbesondere deshalb, weil beeindruckende Hubschrauberbilder vom Wettkampf und der einzigartigen „Stadion-Location“ mitten in der Hamburger City mit einer noch größeren medialen Verbreitung auf das Konto Hamburgs eingezahlt hätten.

Als Erkenntnis aus den Aquatics 2006 bleibt, dass ein innovatives Konzept die so traditionsbewusste Sportart Schwimmen vorantreibt und geeignet ist, die internationale Schwimmelite nach Hamburg zu locken. Die außergewöhnliche Inszenierung im Tennisstadion am Rothenbaum wurde von den Schwimmern, dem Publikum und vor allem auch von den nationalen und internationalen Medienvertretern ausnahmslos sehr gelobt. Bei Neuauflage dieses Formats ließen sich die Finals ganzjähriger Schulschwimmveranstaltungen und -wettbewerbe im „Rapido-Format“ integrieren. Jedermann-Wettbewerbe ließen sich ebenso problemlos ins Event einfügen, auch unter Einbeziehung der Alster als Stadion.

Eine derart attraktiv aufgestellte Schwimmveranstaltung kann insbesondere über die starke mediale Wirkung dem Ziel dienen, Hamburg dauerhaft als kreativen Wettkampfort in der Weltschwimmszene zu verorten. Die eigene Jugend- und Nachwuchsarbeit in Vereinen, Schulen und am hochleistungssportverantwortlichen Olympiastützpunkt würden ebenso nachhaltig gestärkt wie die (sport-)touristische Attraktivität Hamburgs. Mit einigen wenigen Änderungen und Aktualisierungen wäre ein derartiger, jährlich wiederkehrender Schwimmwettbewerb eine ideale Ergänzung im Hamburger Sportkalender.

2. Hamburg Athletics – Hamburg rennt, springt und fliegt

Die olympische Kernsportart Leichtathletik führt in Hamburg leider aktuell ein Schattendasein. Jahrelang wurde bis 2002 im Hammer Park als eher „familiäre“ Veranstaltung das „Internationale Leichtathletik Meeting“ durchgeführt. Im November 2006 wurde in Hamburg eine hochwertige Leichtathletik-Trainingshalle in Betrieb genommen, die in Europa ihresgleichen sucht. Über ein hochkarätiges internationales Leichtathletikereignis wurde zwar häufig diskutiert, ohne dass ein solches bisher Umsetzungsreife erlangte.

Ein Event mit solchem Anspruch braucht nicht zwingend das komplette Wettkampfprogramm einer regelkonformen Meisterschaft zu umfassen. Vielmehr sollte sich eine Veranstaltung im Hamburger Format aus einer sinnvoll zusammengestellten Mixtur verschiedener Disziplinen zusammensetzen, die medial erfolgreich sind und für die Zuschauer im Stadion optimal mitzuverfolgen sind. Es muss auch bei einem solchen Veranstaltungstypus gewährleistet sein, dass die Zuschauer zuvorderst durch die sportlichen Leistungen der Weltklasseathleten in den Bann gezogen werden. Gestaltungsmotto muss also sein, nur absolute Topstars der Leichtathletik für einen Einladungswettkampf in speziellen Disziplinen nach Hamburg zu holen.

Den Zuschauern muss die Möglichkeit gegeben werden, hautnah am Geschehen zu sein. Dies ist in einem normalen Leichtathletiksta-

dion wegen der großen Entfernungen nicht zu realisieren. Daher muss für eine moderne und zukunftsweisende Präsentation der Leichtathletik ein temporäres und disziplinbezogenes Stadion in einer möglichst spektakulären Lage der Stadt erbaut werden. Zu einer solchen Veranstaltung, die internationale Maßstäbe setzen will, gehören auch Unterhaltungs- und Showelemente, die den Sportcharakter der Veranstaltung nicht verwässern, jedoch die Attraktivität der Leichtathletik präsentieren. Vorgeschlagen wird die Durchführung von Sprintwettbewerben (100 m, 110 m Hürden), Weitsprung, Hochsprung und Stabhochsprung in einem Stadion mit V-förmigen Zuschauertribünen beiderseits der Laufbahn, das dem Vorbild der Antike entspricht.

Auch bei dieser Veranstaltung muss entsprechend den Vorgaben des Hamburger Formats dem Interesse der Stadt (und des Verbandes) an einer nachhaltigen generellen Weiterentwicklung der Leichtathletik in Hamburg entsprochen werden. Eine enge Verbindung mit dem Schulsport ist folglich ebenso unverzichtbar wie die Integration des Vereinssports, da beide die erste Möglichkeit zur Talententfaltung bieten. Daneben sind auch hier Finals von Wettkämpfen in der Breitensportorientierten Leichtathletik denkbar, die am Wochenende des Profi-Events ihren Höhepunkt in attraktiver Umgebung haben, z. B. der Endlauf des Talentwettbewerbs Rapido.

Durch die Einbindung des Breiten- und Schulsports wäre eine ganzjährige Präsenz eines



Vision für ein temporäres Leichtathletik-Stadion in der HafenCity

völlig neuen Sportfeldes für die Stadt garantiert. Ein buntes und völlig neu choreografiertes Weltklasseevent der Leichtathletik würde über die Grenzen Hamburgs hinaus wahrgenommen werden. Durch die Lage des mobilen Stadions wäre Hamburgs Attraktivität wiederum international gut im Bild, was die Vermarktungsinteressen stark begünstigt.

3. Hamburg alpin – Weltklasseklettern im Flachland

Auf den ersten Blick ist begeisterter Alpinismus in Hamburg so ungewöhnlich wie die schweizerische Handelsmarine aus der Sicht einer Hafenstadt. Doch in aller Stille hat sich in Hamburg seit einigen Jahren eine alpine Sportart etabliert. Das Indoor-Climbing ist in den letzten zehn Jahren vom Trend zum unverzichtbaren Sportangebot in Vereinen, Schulen und Freizeitsport geworden. Allein die Kletteranlage des Deutschen Alpenvereins e.V. (DAV) in Lokstedt lockt aktuell mit über 2 500 qm Kletterwänden und Hunderten von Routen zum Freeclimbing mitten in der Hansestadt. Im Rahmen der internationalen Gartenschau „IGS 2013“ auf der Elbinsel Wilhelmsburg wird aktuell im Süden Hamburgs eine zweite Kletteranlage errichtet. Neben spektakulärer Architektur wird diese privatwirtschaftliche Anlage dann sogar noch mehr Kletterflächen und -routen bieten als die DAV-Kletterhalle. Spätestens dann ist Hamburg zusammen mit den bestehenden rund 50 schulischen, weit einfacher gestalteten Kletterwänden zum Kletterzentrum Norddeutschlands aufgestiegen. Auch die Ausrüster und Bergsportspezialisten registrieren seit Jahren stark steigende Umsätze und setzen auf einen stabilen Trend in fast allen Altersklassen. Diese Ausstattung an Spezialsportstätten bietet eine hervorragende Basis für eine regelmäßig stattfindende Kletterveranstaltung „Hamburg alpin“ im kreativen Hamburger Format.

Kern muss ein ungewöhnlich inszeniertes Event an ungewöhnlichem Ort für Spitzenkletterer als hochklassiger Wettbewerb sein, der durch das international herausragende Niveau der Sportler fasziniert. Die weltbesten Kletterer zeigen ihre teilweise schon un-

glaublichen Fähigkeiten am künstlichen Berg vor den sehr nahe positionierten Zuschauertribünen.

Diese Veranstaltung wird gleichzeitig zum Kristallisationspunkt für weitere Events, die zuvor oder im Umfeld der Hauptveranstaltung angesiedelt werden. Hierbei wäre zu denken an:



Sportklettern

- medial begleitete Schulwettkämpfe als Höhepunkt regelmäßigen Trainings im Klettern „Nord gegen Süd“ mit einer ähnlichen Dramaturgie wie die Schachwettbewerbe „Rechtes gegen linkes Alsterufer“
- Workshops und Schnupperveranstaltungen für Einsteiger, „Seilschaften“ (Firmen-, Vereinsteam, Neugierige) und Gruppen, die bisher noch keinen Zugang zum Klettern gefunden haben
- Materialteste und Verkaufsmessen, die über die Neuigkeiten am Markt informieren

- Organisation eines gesellschaftlichen Höhepunktes „Biwak der Kletterlegenden“ als internationaler Treff aktueller und ehemaliger Spitzenkletterer in Hamburg
- Organisation eines „Festivals der Bergfilme“, um den Ursprung des Indoor-Kletterns in seiner ganzen Dramatik, natürlichen und ursprünglichen Gefährlichkeit sowie vor allem in seiner begeisternden und mitreißenden Schönheit zu zeigen
- Lesungen und Kunstaktionen zu den Themenkreisen Berg, Klettern, Alpinismus und den kulturhistorischen Wurzeln des Klettersports

Eine derartige Veranstaltung kann in Hamburg nur an einem ungewöhnlichen Ort stattfinden. Gerade die scheinbare Fremdheit der Hafenstadt Hamburg mit einer Sportart wie Klettern bietet ein hohes Potenzial für die mediale Aufbereitung zugunsten eines innovativen Hamburger Formats. Die Handelskammer ist bereit, hierfür ihre Börsensäule zur Verfügung zu stellen, die dieser Veranstaltung einen spektakulären Rahmen geben würden.

Finanzierung von Sportgroßveranstaltungen

Wie in Kapitel B. II aufgeführt, sind mit der Durchführung von Sportgroßveranstaltungen unmittelbar wirtschaftliche Effekte in erheblicher Dimension verbunden. Zudem stiften diese Veranstaltungen einen hohen öffentlichen Nutzen, der der Stadt unmittelbar zugute kommt. Deshalb ist es ebenso geboten wie richtig, dass die Stadt – sofern erforderlich – die Durchführung von Sportgroßveranstaltungen finanziell absichert. Hier ließ die Stadt in den letzten Jahren eine klare Positionierung vermissen. Einerseits wurden zunächst für die Durchführung der Schwimmweltmeisterschaft rund 24 Millionen Euro als Hamburger Anteil bereitgestellt, diese Finanzierung allerdings nur knapp ein Jahr später bei der möglichen Ausrichtung nach der Rückgabe durch Dubai grundsätzlich aber verweigert. Andererseits soll sogar die Zuwendung von 200 000 Euro für die finanzielle Absiche-

rung der Tennis German Open gestrichen werden. Selbst unter Berücksichtigung einer sehr angespannten Haushaltslage ist eine solche Politik für die Positionierung Hamburgs als Sportstadt schädlich.

Die Stadt kann keinen Freibrief für die Finanzierung von Sportgroßveranstaltungen ausstellen. Angesichts der nachgewiesenen wirtschaftlichen Effekte sollten Veranstalter von regelmäßig stattfindenden Sportgroßveranstaltungen mit internationaler medialer Beachtung jedoch den Anspruch haben, bis zu 10 Prozent des Gesamtbudgets als Fehlbetragsfinanzierung zu erhalten; dies entspricht etwa den mit diesen Veranstaltungen verbundenen Steuermehreinnahmen. Bei einmaligen internationalen Meisterschaften sollte dieser Anteil – unter Beachtung der obigen Ausführungen zur Bewerbung – auf bis zu 50 Prozent erhöht werden.

III. Maßnahmen im Bereich Sportinfrastruktur

Wettkampforientierte Sportinfrastruktur

Um sich erfolgreich um nationale Meisterschaften und internationale Nachwuchswettbewerbe bemühen zu können, sind die vorhandenen Sportstätten in den relevanten Kernsportarten baulich zu erweitern. Hierzu zählen vor allem:

- Leichtathletik
- Schwimmen
- Rudern
- Hockey

Bei Ausbau, Umbau oder Neubau der Sportstätten muss eine kontinuierliche Ausnutzung gewährleistet sein.

Aus den Bewerbungsdossiers für vergangene Sportgroßveranstaltungen ist bekannt, dass ein Großteil der heute vorhandenen Sportstätten die von den Fachverbänden erforderlichen Rahmenbedingungen für die Ausrichtung nationaler und/oder internationaler Sportveranstaltungen nicht erfüllen kann. Zur

Schaffung ausreichender Zuschauerkapazitäten sind temporäre Lösungen für Sportstätten sinnvoll, wie beispielsweise bei den Bewerbungen Universiade 2015 und Schwimm-Weltmeisterschaft 2013. Für die Hamburger Kernsportarten sollte jedoch jeweils eine Sportstätte so ertüchtigt werden, dass sie sportfachlich alle Anforderungen für internationale Wettbewerbe erfüllt.

Um unsere Bedeutung als Segelstadt herauszustellen, sollte Hamburg zudem mehr internationale Wettbewerbe auf der Alster ausrichten. Hierzu ist es unter anderem erforderlich, das generelle Werbeverbot auf der Außenalster aufzuheben, sofern der jeweilige Wettbewerb auf der Außenalster bestimmten Mindestkriterien hinsichtlich seiner sportlichen und medialen Bedeutung erbringt.

Sportstätten-Finanzierung

Die Hamburger Sportstätten befinden sich zum überwiegenden Teil im Besitz der Freien und Hansestadt Hamburg (siehe Kapitel D. III). Nach der aktuellen Bilanz der FHH haben diese Sportstätten einen Wert von rund 381 Millionen Euro. Jährlich wendet die Stadt für deren Unterhaltung, Modernisierung und Ergänzung einen Betrag von 7,5 Millionen Euro auf, mithin etwa 2 Prozent des Zeitwertes. Verglichen mit immobilienwirtschaftlichen Kennziffern liegt dieser Betrag deutlich unter dem für die Substanzerhaltung notwendigen Wert, der zwischen 3 und 4 Prozent des jeweiligen Zeitwerts liegt.

Zusätzlich zur laufenden Unterhaltung der eigenen Sportanlagen beteiligt sich die Stadt mit einem Betrag von 900 000 Euro pro Jahr an der Unterhaltung vereinseigener Anlagen. Die Angemessenheit dieses Betrages kann im Rahmen dieses Standpunkts nicht beurteilt werden, weil keine Angaben über den Gesamtwert der Sportanlagen im Vereinsbesitz vorliegen. Er wird jedoch angesichts von 560 Anlagen im privaten Besitz vom Hamburger Sportbund als deutlich zu gering eingestuft.

Heftig umstritten ist die Beibehaltung der derzeit grundsätzlich unentgeltlichen Nutzung der öffentlichen Sportstätten. 2007 versuch-

te die Stadt Hamburg eine Nutzungsgebühr einzuführen, um ihre entsprechenden Ausgaben im Rahmen der Haushaltskonsolidierung zu senken. Der organisierte Sport hat dieses Ansinnen entschlossen abgelehnt und dessen Umsetzung verhindert. Als Kompromiss haben sich die Sportvereine teilweise an der laufenden Pflege der von ihnen genutzten Anlagen beteiligt.

Die Idee, die Nutzer an der Finanzierung der Sportanlagen zu beteiligen, sollte jedoch nicht grundsätzlich verworfen werden. Bei öffentlichen Sportanlagen handelt es sich um ein öffentliches Gut. Grundlage für das öffentliche Vorhalten von Sportstätten ist die Idee, die positiven Wirkungen des Sports, die besonders bei Kindern und Jugendlichen auftreten, durch freien Zugang zu Sportstätten zur Entfaltung zu bringen. Aktuell kann dieses öffentliche Angebot aber auch von Gruppen in Anspruch genommen werden, die nach den üblichen Maßstäben keinen Anspruch auf öffentliche Unterstützung haben. Dies treibt die Kosten für die Gesellschaft insgesamt in die Höhe. Eine Nutzungssteuerung über den Preis nach dem „Pay-as-you-use-Prinzip“ würde diese Ungerechtigkeit beheben und die Nutzungseffizienz deutlich steigern. Zudem würden durch ein mehr als symbolisches Nutzungsentgelt zusätzliche Finanzmittel gewonnen. Schließlich würde es die Wettbewerbsverzerrung zulasten privater Sportstudios relativieren, die ihre Infrastruktur ausschließlich privat finanzieren.

Gegen eine Nutzungsgebühr für öffentliche Sportstätten spricht andererseits die Sorge, dass hierdurch Menschen von der Sportausübung abgehalten würden, insbesondere Kinder und Jugendliche. Bei der Einführung eines allgemeinen Nutzungsentgelts müsste also sichergestellt werden, dass hiervon keine negativen Auswirkungen auf diese Zielgruppen ausgehen. Ferner müsste sichergestellt werden, dass der Vollzug eines Entgeltsystems keine unverhältnismäßigen Verwaltungskosten oder keinen ehrenamtlichen Aufwand erfordert. Schließlich muss gewährleistet sein, dass die erhobenen Nutzungsentgelte zusätzlich für Instandhaltung und Modernisierung der Sportstätten eingesetzt werden und nicht zur Kompensation öffentlicher Mittel.

Unter diesen Prämissen sollte eine Akzeptanz bei den Vereinen und Verbänden zu erzielen sein, weil sie unmittelbar Nutznießer der zusätzlich generierten Gelder würden. Eine solche Nutzerfinanzierung ist beispielsweise in Stuttgart unter dem Begriff „Dusch-Zehnerle“ seit Langem eingeführt.

Die Einführung eines Nutzungsentgelts sollte konsequenterweise mit einer Neuordnung des Sportstättenmanagements und der Sportstättenvergabe einhergehen, um die Effizienz des gesamten Systems deutlich zu erhöhen. Ziel hierbei ist es, dass die öffentliche Verwaltung sich weitestgehend aus dem laufenden Betrieb zurückzieht und nur noch Steuerungs- und Kontrollaufgaben übernimmt. Konkret wird vorgeschlagen, die Sportstätten einschließlich der Schulsporthallen aus der öffentlichen Verwaltung bzw. dem Sondervermögen Schulbau auszugliedern und in ein „Sondervermögen Sport“ zu überführen. Damit würde die Finanzierung der erforderlichen Investitionen erleichtert und die Möglichkeit geschaffen, den laufenden Betrieb der Immobilienwirtschaft zu übertragen. Die Regelung der Sportstättennutzung sollte der Sport selbstverwaltung übertragen werden.

Schließlich ist die Stadt in der Pflicht, selbst mehr in die Erhaltung und den Ausbau ihrer Sportstätten zu investieren. Der diesbezügliche Betrag aus den letzten Jahren (durchschnittlich 7,5 Mio. Euro) sollte in der kommenden Dekade jährlich um jeweils 5 Prozent erhöht werden.

Zur Umsetzung dieser Ideen sollte zwischen Stadt und HSB ein „Hamburger Sportstättenkonzept“ vereinbart werden, das durch folgende Eckpunkte definiert ist:

1. Alle Sportstätten im Eigentum der FHH werden an ein „Sondervermögen Sport“ übertragen (Anstalt öffentlichen Rechts).
2. Das Sondervermögen Sport wird durch einen Aufsichtsrat gesteuert, der von der FHH, HSB und der Handelskammer besetzt wird, die Geschäftsführung obliegt dem Sportamt.

3. Die öffentlichen Mittel für den laufenden Betrieb (inklusive Instandhaltung, Instandsetzung, Modernisierung) werden ausgehend vom Durchschnittsniveau der Jahre 2007 bis 2009 jährlich bis 2020 um jeweils 5 Prozent erhöht, dieser Betrag wird dem Sondervermögen bereitgestellt.
4. Der laufende Betrieb der Sportstätten wird – gegebenenfalls in Losen – in der Immobilienwirtschaft ausgeschrieben.
5. Für die Nutzung der Sportstätten wird eine Gebühr erhoben. Die Gebühr sollte wirksam, aber nicht prohibitiv sein, auf Basis der Soll-Gruppenstärke erhoben werden und dann greifen, wenn mindestens zwei Gruppenmitglieder älter als 30 Jahre sind.
6. Die Nutzungsgebühr wird von den Vereinen erhoben und pro Nutzungseinheit über den HSB an das Sondervermögen Sport abgeführt, die interne Kostenumlage obliegt den Vereinen.
7. Die Vergabe der Sportstättennutzung erfolgt durch den HSB, die bei den Bezirken dafür vorgehaltenen personellen Ressourcen werden an den HSB übertragen. Die Kriterien der Vergabe sind durch den Aufsichtsrat des Sondervermögens zu genehmigen.

IV. Maßnahmen im Bereich Sportorganisation

Organisationen im Hamburger Sport

Will Hamburg seine Ziele im Bereich Sportinfrastruktur, Sportveranstaltungen und Sportförderung erreichen, bedarf es einer effizienten Organisation im Sport. Nur so können die eingesetzten Mittel größten Nutzen stiften und die wirtschaftlichen Effekte des Sports optimiert werden. In Kapitel D wurde aufgezeigt, dass derzeit im Sport mehrere Institutionen tätig sind, die sicher einzeln betrachtet gut organisiert sind und effizient arbeiten, in der Gesamtschau jedoch teilweise durch

erheblichen Abstimmungsbedarf und Doppelarbeit nicht adäquat miteinander agieren.

Die bestimmenden Akteure im Hamburger Sport mit sportartenübergreifender Zuständigkeit sind

- das Sportamt in der Behörde für Inneres und Sport
- der Hamburger Sportbund
- der Olympiastützpunkt
- die Handelskammer

mit den jeweils dazugehörenden Gremien. Ein Blick auf die jeweiligen Organisationspläne zeigt, dass es insbesondere zwischen Sportamt und HSB zu erheblichen Überschneidungen bei den Aufgaben kommt. Um dieses und die damit einhergehenden Abstimmungsprobleme zu vermeiden, sollte eine Reorganisation nach Maßgabe folgender Eckpunkte angestrebt werden:

- Bündelung aller sportfachlichen Aufgaben im Breiten- und Gesundheitssport sowie im Nachwuchsbereich bei der Sportselbstverwaltung (HSB)
- Bündelung aller sportfachlichen Aufgaben im Leistungssport (ab C/D-Kader) im OSP
- Begrenzung der Zuständigkeiten im öffentlichen Bereich auf die ministeriellen Aufgaben (Sportpolitik, Finanzierung) und den Sport in staatlichen Einrichtungen (Schulen, Universitäten)

Für die Beseitigung vorhandener Defizite im Bereich Akquisition von Sportgroßveranstaltungen und Koordination erscheinen entsprechende organisatorische Ergänzungen geboten (siehe Abbildung 19).

Sportagentur Hamburg

Eine besondere Herausforderung ist es, eine effiziente Organisation für die Bewerbung und Durchführung von Sportgroßveranstaltungen aufzustellen. Sportgroßveranstaltungen haben eine starke Wechselwirkung mit der Stadt – die Qualitäten Hamburgs sind ein starkes Argument jeder Bewerbung, die Aus-



Abbildung 19

richtung wiederum prägen das Bild von Hamburg mit, zudem sind sie ohne ein wesentliches finanzielles Engagement der Stadt und ergänzend der Wirtschaft nicht zu finanzieren. Schließlich leisten sie einen erheblichen Beitrag zur Wertschöpfung des Sports. Deshalb erscheint es nicht sinnvoll, die Zuständigkeiten hierfür der Sportselbstverwaltung oder dem Sportamt zu übertragen.

Für die Bewerbungen um die Olympischen Sommerspiele 2012 und die Universiade 2015 wurden eigene Gesellschaften in Form einer GmbH gegründet, die sich nach dem Scheitern bzw. der Aufgabe der jeweiligen Bewerbung wieder auflösten. Dieses Modell, an dem Stadt, Wirtschaft (Handelskammer) und HSB (nur Olympia) beteiligt waren, ist grundsätzlich geeignet, als dauerhafte Einrichtung die Zuständigkeiten für Sportgroßveranstaltungen wahrzunehmen.

Vorgeschlagen wird deshalb die Gründung einer „Sportagentur Hamburg GmbH“, der mindestens die Gesellschafter FHH, HSB und Handelskammer Hamburg angehören. Diese

Gesellschaft wäre der zentrale Ansprechpartner für jeden Externen, der eine Sportveranstaltung in Hamburg durchführen will, und würde die Funktion eines „Lotsen“ auf dem Weg zu den erforderlichen Genehmigungen übernehmen. Ferner würden hier die Interessen der Stadt, des Sports und der Wirtschaft an der Bewerbung um Sportgroßveranstaltungen koordiniert. Maßgabe hierfür sollten die Ausführungen in Kapitel F. II sein. Wenn die Entscheidung über eine Bewerbung getroffen wurde, hat die Sportagentur zusammen mit dem jeweiligen Hamburger und gegebenenfalls deutschen Fachverband ein Projekt aufzusetzen, in dem das Bewerbungskonzept entwickelt und umgesetzt wird. Für die Marketing-Aufgaben sollte – sofern wegen der Wettbewerbssituation erforderlich – die Hamburg Marketing GmbH eingeschaltet werden. Die operative Arbeit sollte regelmäßig einem in Hamburg ansässigen Sportdienstleister übertragen werden. Hierdurch könnte die dauerhafte Ausgestaltung der Agentur auf einen Geschäftsführer mit Assistenz begrenzt werden; sinnvollerweise würde das Büro bei einem der Gesellschafter einge-

richtet. Im Gegenzug könnte das entsprechende Projektteam aufgelöst werden.

Sofern eine Sportgroßveranstaltung zur Durchführung kommt oder eine entsprechende Bewerbung überdurchschnittliche Komplexität hat, könnte kurzfristig ein entsprechendes Projektteam temporär eingestellt werden, dessen Finanzierung aus dem jeweiligen Projekt erfolgt. Damit kann die Agentur sehr flexibel auf stark schwankende Arbeitsbelastungen reagieren, ohne jeweils aufwendige Gesellschaftsänderungen vornehmen zu müssen. Die Basisfinanzierung der Agentur sollte zu überwiegenden Teilen aus öffentlichen Mitteln erfolgen, weil die Stadt aus der Durchführung dieser Veranstaltungen einen unmittelbaren monetären Nutzen hat (siehe Kapitel B. II), und die entsprechenden Kosten im Sportamt entfallen.

Sportrat Hamburg

Mit dem Leistungssport in Hamburg befasst sich eine Vielzahl von Organisationen und Gremien, was grundsätzlich richtig ist, jedoch einer guten Koordination bedarf (siehe Abbildung 19).

Deshalb sollte ein „Sportrat Hamburg“ unter Leitung des für den Sport zuständigen Staatsrats eingerichtet werden. Dem Sportrat sollten die für den Leistungssport zuständigen Vertreter des HSB, des OSP und der Handelskammer sowie einige ausgewiesene Fachleute, auch aus dem Bereich der Medien, angehören. Im regelmäßigen Rhythmus sollten alle relevanten Themen erörtert und abgestimmt werden mit hoher Verbindlichkeit für alle Beteiligten. So wäre sicherzustellen, dass zumindest im Leistungssport die Sportstadt Hamburg durch alle Beteiligten „mit einer Stimme“ spricht.

Mitwirkung in Sportgremien

Ein Manko des Hamburger Sports ist bislang seine unzureichende Vertretung in den bundesdeutschen und internationalen Sportgremien (siehe Kapitel D. II). Eine solche Mitwirkung ist sinnvoll, weil so die Interessen des

Hamburger Sports in sportpolitische Entscheidungen der nationalen Fachverbände und des DOSB eingebracht werden können. Gleichzeitig kann so ein Netzwerk aufgebaut werden, über das die Entwicklung der Sportstadt national und international kommuniziert werden kann. Schließlich können auf diesem Wege Erfahrungen und Trends aufgenommen werden und in die weitere Entwicklung des Sports in Hamburg einfließen.

Die Mitarbeit in nationalen und internationalen Sportgremien ist in der Regel ehrenamtlich und mit hohem persönlichen Einsatz verbunden. Zudem bedarf es einer profunden Kenntnis der jeweiligen Thematik, die zumeist die Erfahrungen aus langjähriger Mitwirkung in Hamburger Sportgremien voraussetzt.

Der HSB sollte zusammen mit den Sportfachverbänden ein Konzept für die nachhaltige Erhöhung der Zahl Hamburger Sportvertreter in überregionalen Gremien erarbeiten, das dem Prinzip „Fördern und Fordern“ folgt. Einerseits sollte der HSB einschlägige Lehrgänge anbieten, um potenzielle Kandidaten vorzubereiten und im Rahmen eines regelmäßigen Erfahrungsaustausches die Funktionsträger betreuen. Ferner ist in Abstimmung mit den Fachverbänden eine angemessene Aufwandsentschädigung für Funktionsträger auszuloben.

Andererseits ist mit den Fachverbänden, die institutionelle Förderung erhalten, ein verbindlicher Plan zu erarbeiten, in welchen Zeiträumen und in welche Gremien Hamburger Vertreter entsendet werden. Die Nichteinhaltung des jeweiligen Plans ist dann im Rahmen der Förderung über ein Bonus-Malus-System zu bewerten. Die Pläne sollten in Abhängigkeit vom Förderstatus des jeweiligen Fachverbandes differenziert werden. Gleiches sollte analog für den HSB selbst gelten.

Landessportbund Nord

Die kleinteilige Gliederung Norddeutschlands schwächt die Interessenvertretung der jeweiligen Anliegen im föderalen System der Bundesrepublik und verhindert Synergiegewinne, die in größeren Einheiten möglich wären. Deshalb haben viele Organisationen die Län-

der Grenzen zumindest zwischen Schleswig-Holstein und Hamburg überwunden und die jeweiligen Landesverbände zusammengeführt, von den Gewerkschaften über die Unternehmensverbände bis hin zu den Kirchen. Keiner dieser Zusammenschlüsse ist bislang rückgängig gemacht worden.

Im Sport gibt es den Hamburger Sportbund und den Landessportbund Schleswig-Holstein. Beide Sportspitzenverbände decken ein gleiches Aufgabenspektrum ab, wenngleich auch in unterschiedlich gewachsenen Organisationsstrukturen. Gemeinsam ist beiden auch, dass sie zwar erfolgreich im jeweiligen Bundesland arbeiten, aber nicht zu den „starken“ Verbänden im bundesdeutschen Sport zählen.

Es gibt aber auch den Olympiastützpunkt Hamburg/Schleswig-Holstein mit Stützpunkten in Hamburg, Kiel und Ratzeburg, der Athleten aus beiden Bundesländern betreut und somit eine Größe hat, die seine Existenz erst rechtfertigt. Vor diesem Hintergrund liegt es nahe, die Frage aufzuwerfen, ob die Fusion beider Landessportverbände zu einem „Landessportbund Nord“ sinnvoll ist. Im Rahmen dieses Standpunkts ist eine vertiefte Erörterung dieser Idee nicht möglich, sie sollte auch nicht von außen erfolgen. Gleichwohl wäre es aus Sicht der Wirtschaft sehr sinnvoll, eine gemeinsame Arbeitsgruppe beider Sportverbände einzusetzen, die die Möglichkeiten einer stärkeren Kooperation bis hin zur Fusion überprüft.

Durch die zuvor ausgeführten Vorschläge in den Bereichen Sportinfrastruktur und Sportorganisation könnte Doppelarbeit vermieden, Vollzugsdefizite beseitigt, Entscheidungsprozesse beschleunigt und die finanzielle Verantwortung des Sports für den Sport erhöht werden. Mit der Verlagerung bisher im Sportamt wahrgenommener Aufgaben auf andere Akteure im Sport müsste natürlich die Verlagerung der personellen und finanziellen Ressourcen einhergehen, dabei scheinen erhebliche Effizienzgewinne möglich.

V. Sportcluster Hamburg

Die in den Kapiteln F. I bis F. IV dargelegten Vorschläge für die Weiterentwicklung der jeweiligen Sportbereiche werden schon für sich mittelfristig zu einer nachhaltigen Stärkung der Sportwirtschaft in Hamburg führen. Gleichwohl ist zu überlegen, wie die Sportwirtschaft in Hamburg über die unmittelbare Sportentwicklung hinaus gefördert werden kann. Hierfür bietet sich die Einrichtung eines „Sportclusters Hamburg“ mit einem eigenen Clustermanagement an. Ziel eines solchen Clusters wäre es, der heterogenen Sportwirtschaft eine Kontur zu geben, die vielfältigen Akteure zu vernetzen, spezifische Dienstleistungen für die Entwicklung der einzelnen Unternehmen anzubieten, den Technologie- und Wissenstransfer aus den Hochschulen zu befördern und die spezifischen Interessen der Sportwirtschaft gegenüber Senat und Bürgerschaft effektiv zu vertreten.

Die Voraussetzungen für ein funktionierendes Cluster wurden von unserer Handelskammer 2006 in einem eigenen Standpunkt ausführlich dargestellt.⁴⁶ Demnach sind folgende Kriterien relevant:

1. Kritische Masse in räumlicher Nähe

Mit über 3 000 Unternehmen allein in Hamburg und sicher mehreren Hundert in der Metropolregion Hamburg ist diese Anforderung erfüllt. Zusätzlich sind die Sportvereine und -verbände mit wirtschaftlichem Geschäftsbetrieb trotz abweichender Rechtsform als Teil der Sportwirtschaft anzusehen.

2. Gemeinsame Bedürfnisse

Die Clusterakteure haben zwar – abweichend von den klassischen Industrieclustern – keine auf die (Produktions-)Technologie gerichteten gemeinsamen Bedürfnisse, gleichwohl gibt es mehrere gemeinsame Interessen. Diese liegen sowohl im wissenschaftlichen (u. a. Wirkung von Sponsoring, Einfluss der Medien, be-

⁴⁶ Standpunktpapier der Handelskammer Hamburg: Eckpunkte für eine Industriepolitik Hamburg. Cluster – richtig auswählen und entwickeln, Dezember 2006.



Abbildung 20

etriebswirtschaftliche Kennziffern, volkswirtschaftliche Wirkungen) als auch im politischen Bereich (u. a. gesellschaftliche Positionierung, Motivation der Bevölkerung für Sport, Entwicklung von Förderung und Infrastruktur). Zudem besteht ein gemeinsames Interesse an spezifischen Ausbildungsgängen, das unter anderem zum Berufsbild Sport- und Fitnesskaufmann geführt hat.

3. Entwicklungschancen

Die Sportwirtschaft hat in Hamburg angesichts der hohen Sportaffinität der Bevölkerung und der Bedeutung der Stadt bei Sportgroßveranstaltungen gute Entwicklungschancen. Diese liegen sowohl in einer noch höheren Nachfrage nach Sportequipment als auch in einer Ergänzung und Ausweitung der kommerziellen Sportgroßveranstaltungen, inklusive des Profisportbereichs. Durch die hohe Dichte der unterschiedlichen Akteure dürfte auch eine gezielte Akquisition weiterer Unternehmen der Sportwirtschaft für Hamburg aussichtsreich sein. Weiterhin besteht auch

ein deutliches Entwicklungspotenzial der Sportwirtschaft über die Landesgrenzen Hamburgs hinaus.

4. Bereitschaft zur Zusammenarbeit

Das gemeinsame Bewusstsein, dass die „Sportstadt Hamburg“ noch ausbaufähig ist, bildet eine gute Grundlage für eine enge Kooperation in der Sportwirtschaft. Hierfür ist aber zunächst die Kenntnis voneinander notwendig, für die nicht zuletzt gemeinsame Veranstaltungen und Aktionen erforderlich sind.

5. Clustermanagement

Die vorhandenen Cluster in der Hamburger Wirtschaft haben unterschiedliche Organisationsformen; häufig geschieht dies in Form von durch Stadt und Wirtschaft gemeinsam getragene GmbHs. Für den Aufbau eines Sportclusters Hamburg bietet sich jedoch zunächst eine niedrighschwelligere Organisationsform an. Beispiel hierfür ist das Cluster

Finanzwirtschaft, dass über den eingetragenen Verein Finanzplatz Hamburg e.V. betreut wird; der Verein hat wiederum einen Geschäftsbesorgungsvertrag mit der Handelskammer Hamburg abgeschlossen.

Zur weiteren Förderung der Sportwirtschaft wird unsere Handelskammer im kommenden Jahr ein Sportwirtschaftscluster initiieren. Dieses soll analog zur Finanzwirtschaft zunächst in Form eines eingetragenen Vereins geschehen, der allen Unternehmen sowie den Akteuren in Wissenschaft und Medien offensteht. Unter dem Namen „Sportwirtschaft Hamburg e.V.“ soll die Vernetzung der Akteure vorangetrieben werden. Bei gemeinsamen Branchentreffen sollen neben der Behandlung aktueller Themen auch die sportwirtschaftlichen Handlungserfordernisse bestimmt werden. Eine Übersicht über die Struktur des Sportwirtschaftsclusters gibt Abbildung 20.

G. Fazit

Hamburg ist bereits heute die wohl bedeutendste Sportstadt Deutschlands. Die Stadt hat eine sportinteressierte und sportaktive Bevölkerung, die meisten Bundesliga-Vereine, die meisten Großveranstaltungen, verfügt über ein hervorragendes Sportförderungssystem und eine in vielen Bereichen bereits gute Sportinfrastruktur.

Die umfangreichen sportlichen Aktivitäten finden ihren Niederschlag auch in der Wirtschaft: Die Wertschöpfung in der Hamburger Sportwirtschaft liegt mit 1,2 Milliarden Euro pro Jahr in Ihrer Bedeutung zwischen dem Maschinenbau, Verlags- und Rundfunkwesen und der Bauwirtschaft. Hieraus resultiert u. a. ein Steueraufkommen von rund 120 Millionen Euro pro Jahr für die Stadt. Auf der anderen Seite gibt Hamburg gut 21 Millionen Euro jährlich in den Sport. Sportgroßveranstaltungen bringen zusätzliche Wertschöpfung und öffentlichen Nutzen, sie sind auch wichtige Werbeträger im Stadtmarketing.

Die Hamburger Sportorganisation ist vielfältig aufgestellt. Zwischen den einzelnen Akteuren – insbesondere zwischen dem Hamburger Sportbund und der öffentlichen Verwaltung – gibt es unklare Schnittstellen und Doppelarbeit. Die Finanzierung der Sportselbstverwaltung ist nur mittelfristig geregelt, sie sollte verstetigt werden bei einem steigenden Anteil der Eigenfinanzierung aus dem Sport. Die Wirtschaft ist mit einer Vielzahl kommerzieller Angebote ein wichtiger Akteur im Sport und hat sich zudem seit Anfang der 2000er-Jahre verstärkt auch fördernd im Hamburger Sport eingebracht und engagiert.

Die Erfolge im Hamburger Sport sind gut, könnten aber – insbesondere bei den Individualsportarten – noch deutlich größer werden. Als Standort für Großveranstaltungen ist Hamburg trotz drei empfindlicher Fehlschläge gut angenommen. Das Angebot an Sportstätten ist in den letzten Jahren qualitativ und quantitativ deutlich ausgeweitet worden und in vielen Bereichen bedarfsgerecht.

Dass Hamburg trotz objektiv beeindruckender Fakten nicht als die Sportstadt in Deutschland wahrgenommen wird, liegt vor allem an der Vielzahl der hier handelnden Akteure, deren geringer Koordination und einem fehlenden gemeinsamen Ziel. Der Anspruch Hamburgs als Sportstadt sollte langfristig darin liegen, nach den Olympischen Winterspielen 2018 in München Olympische Sommerspiele an der Elbe auszurichten; dies muss das gemeinsame Ziel von Sport, Stadt und Wirtschaft für die Dekade 2021 bis 2030 sein. Um hierfür optimal aufgestellt zu sein, sollten sich Sport und Sportpolitik in der vor uns liegenden Dekade 2011 bis 2020 auf den Leistungssport konzentrieren und hierfür Rahmenbedingungen in den Bereichen Sportförderung, Sportveranstaltungen und Sportstätten schaffen, die deutschlandweit für Aufmerksamkeit sorgen. Die Hamburger Sportorganisation ist zur Verfolgung dieses Ziels so effizient wie möglich aufzustellen. Dabei sind Aufgabenlücken zu schließen, Verantwortlichkeiten klar zuzuordnen und eine laufende Koordination der Akteure sicherzustellen.

Um den Sport als identitätsstiftenden Faktor und als bedeutenden Wirtschaftsfaktor nachhaltig zu stützen, stellen wir uns folgende Maßnahmen vor:

Im Bereich Sportförderung

- Entwicklung von Nachwuchswettbewerben in allen Hamburger Schwerpunktsportarten nach dem Vorbild „Rapido“
- Einführung einer „Profilquote“ für den Hochschulzugang von Kaderathleten
- Darstellung der „Hamburger Sportförderung“ im Internet
- Konsequente Evaluierung der Sportförderung und jährliche Berichterstattung in einem „Sportförderbericht“
- Kontinuierliche Aufstockung der öffentlichen Sportfördermittel um jeweils 5 Prozent pro Jahr bis 2020

Im Bereich Sportveranstaltungen

- Intensive Anstrengungen um die Ausrichtung von Verbandswettbewerben in den Hamburger Kernsportarten als deutsche Meisterschaften und internationale Jugend-/Nachwuchsmesterschaften
- Absicherung der Hamburger Traditionsveranstaltungen mit internationaler Medienresonanz sowie der Veranstaltungen im „Hamburger Format“ durch die Bereitstellung einer Fehlbetragsfinanzierung aus öffentlichen Mitteln bis zur Höhe von 10 Prozent des Veranstaltungsbudgets
- Ergänzungen der Veranstaltungen im „Hamburger Format“ durch:
 - Hamburg Aquatics – Hamburg geht Schwimmen
 - Hamburg Athletics – Hamburg rennt, springt und fliegt
 - Hamburg alpin – Weltklasseklettern im Flachland

Im Bereich Sportinfrastruktur

- Ausbau vorhandener Sportstätten auf die Anforderungen für internationale Wettkämpfe in den Bereichen Leichtathletik, Schwimmen, Rudern und Hockey
- Öffnung der Alster für internationale Segelwettbewerbe
- Einführung einer zweckgebundenen Nutzungsgebühr für öffentliche Sportanlagen für Nutzungen im Seniorenbereich
- Überführung aller öffentlichen Sportanlagen in ein Sondervermögen Sport und Übertragung des laufenden Betriebs an die Immobilienwirtschaft
- Kontinuierliche Aufstockung der öffentlichen Mittel für Instandsetzung, Instandhaltung, Modernisierung und laufenden Betrieb der öffentlichen Sportanlagen um jeweils 5 Prozent bis 2020
- Übertragung der Nutzungsvergabe der öffentlichen Sportstätten von den Bezirken auf den Hamburger Sportbund

Im Bereich Sportorganisation

- Klare Aufgabenabgrenzung zwischen Hamburger Sportbund, Olympiastützpunkt und Sportamt, dabei Begrenzung der Aufgaben des Sportamtes auf die ministeriellen Aufgaben und den Sport in staatlichen Einrichtungen
- Schaffung einer „Sportagentur Hamburg GmbH“, die verantwortlich ist für die Akquisition von Sportgroßveranstaltungen
- Schaffung eines „Sportrates Hamburg“ als Koordinierungsgremium für die Belange des Leistungssports
- Erhöhung der Anzahl Hamburger Vertreter in nationalen und internationalen Sportfachverbänden
- Prüfung der Schaffung eines Landessportbundes Nord aus den Landessportbünden in Hamburg und Schleswig-Holstein

Im Bereich der Wirtschaft

- Einrichtung eines Clusters „Sportwirtschaft Hamburg“ mit eigenständigem Clustermanagement

Zur Umsetzung dieser Maßnahmen sind alle gefordert – Sport, Stadt und Wirtschaft. Weil der Erfolg nicht primär eine Frage des Geldes ist, sondern es vor allem auf Sportsgeist in allen Bereichen ankommt, sollte es keine grundsätzlichen Widerstände geben. Denn unabhängig von der Entscheidung, ob Hamburg die Stadt der nächsten Olympischen Sommerspiele in Europa wird, ist die Vorbereitung hierauf von hohem Nutzen für alle.

In unserer Reihe „Standpunkte“ (S 1 bis S 25) sind folgende Publikationen erschienen:

- S 1 Nur radikale Maßnahmen helfen (1996)
Hamburg und sein Staatshaushalt
- S 2 Arbeitsmarkt auf dem Prüfstand (1997)
10 Punkte für mehr Beschäftigung
- S 3 Die Zeitenwende schaffen (1997)
Forderungen an die neue Bürgerschaft und den neuen Senat
- S 4 Raum für Wachstum (1998)
Gewerbeflächenangebot auf die Zukunft ausrichten
- S 5 Wege zu Wachstum und Wohlstand (1998)
Forderungen zum Ausbau des Hamburger Straßennetzes
- S 6 Innere Sicherheit – eine Gemeinschaftsaufgabe (1999)
Kriminalität bekämpfen statt verwalten
- S 7 Pro statt Contra Transrapid (1999)
Technologiestandort Deutschland in der Schwebe
- S 8 Hamburger Hochschulen reformieren (1999)
Mehr Freiheit für unternehmerisches Handeln
- S 9 Vision für die Metropole (1999)
Leitlinien für die Hafen-City in Hamburg
- S 10 Tourismusstandort Hamburg (2000)
Die Zukunft liegt am Wasser
- S 11 Metropolregionen im Wettbewerb (2000)
Zentralitätsfunktionen im Wettbewerb
- S 12 Hamburgs Zukunft unternehmen (2001)
Forderungen an die Bürgerschaft und den Senat 2001–2005
- S 13 Hamburgs Schulen auf Leistungskurs bringen (2001)
Schüler auf das Berufsleben vorbereiten
- S 14 Mehr Markt für den Arbeitsmarkt (2002)
Mit dem Dreisprung zu mehr Beschäftigung
- S 15 Herausforderungen und Chancen (2003)
Die Auswirkungen der EU-Osterweiterung auf die Hamburger Wirtschaft
- S 16 Maßnahmen für den Mittelstand (2003)
Gemeinsame Positionen von Handelskammer Hamburg und Handwerkskammer Hamburg
- S 17 Metropole der Dynamik (2003)
Hamburgs Weg in die europäische Spitze

- S 18 Forderungen der Hamburger Wirtschaft an die Bürgerschaft und den Senat 2004–2008 (2004)
- S 19 Mit mutigen Reformen Wachstums- und Beschäftigungsbremsen lösen (2005)
Forderungen der Handelskammer Hamburg zur Bundestagswahl 2005
- S 20 Kultur in Hamburg unternehmen! (2004)
Positionspapier der Handelskammer Hamburg zur Kulturpolitik in Hamburg
- S 21 Eckpunkte für eine Industriepolitik in Hamburg (2006)
Cluster – richtig auswählen und entwickeln
- S 22 Hamburgs Wachstumskurs fortsetzen (2007)
Forderungen der Hamburger Wirtschaft an die Bürgerschaft und den Senat 2008 bis 2012
- S 23 Erfolgreicher Technologie- und Innovationstransfer braucht neue Strukturen (2008)
- S 24 Wirtschaftspolitische Herausforderungen annehmen (2009)
Forderungen der Handelskammer Hamburg an den Bundestag und die Bundesregierung 2009 bis 2013
- S 25 Der Standort der Universität Hamburg im Chancen-Dreieck von Universtitäts-, Hafen- und Stadtentwicklung (2009)

Die Standpunkte-Papiere stehen Ihnen als Download unter www.hk24.de, Dokument-Nr. 25965, zur Verfügung.

Herausgeber:
Handelskammer Hamburg
Adolphsplatz 1 | 20457 Hamburg
Postfach 11 14 49 | 20414 Hamburg
Telefon 040 36138-138
Fax 040 36138-401
service@hk24.de
www.hk24.de

Herstellung: Wertdruck GmbH & Co. KG, Hamburg

Gedruckt auf chlorfrei gebleichtem Papier

November 2010