

Studie

Zielgruppen und Marktchancen im Freizeitsport 2002 - 2010

Das Institut für Freizeitwirtschaft hat 2003 eine Untersuchung „Zielgruppen und Marktchancen im Freizeitsport 2002 – 2010“ durchgeführt.

Ziel dieser Untersuchung ist eine kritische Bestandsaufnahme vor dem Hintergrund der sich immer deutlicher abzeichnenden Grenzen des Wachstums im Wirtschaftsfaktor Sport. Die Marktuntersuchung bietet verlässliche Daten über Verbreitung, Zielgruppenprofil, Motivation, Konsumverhalten und Ausgaben in 40 besonders wichtigen Sportarten 2002. Sie nimmt eine realistische Einschätzung der Trends der nächsten Jahre vor, die die Entwicklungen im Sport und in den einzelnen Sportarten bestimmen werden. Weiterhin werden Hinweise auf Marktlücken, Marktchancen und Entwicklungspotentiale gegeben, die sich für die einzelnen Sportarten und Sportmärkte abzeichnen. Die Studie möchte damit eine Informationsbasis für eine rechtzeitige Anpassung an die Veränderungen der Nachfrage bieten.

Die Studie gliedert sich in 2 Teile. Zunächst werden die heutigen Verhältnisse im Freizeitsport und die Veränderungen der gesellschaftlichen Rahmenbedingungen, die die künftigen Entwicklungen im Sport bestimmen werden, dargestellt. Entwicklungen und Veränderungen in Sportaktivität und Sportverhalten bis 2010 werden ebenso untersucht wie private Ausgaben für den Freizeitsport und die Bedeutung des Sports für Werbung und Marketing.

Der 2. Teil enthält Daten zu 40 in die Untersuchung mit einbezogenen Sportarten.

Auf den folgenden Seiten sind die wichtigsten Grundaussagen aus diesem 730 Seiten umfassenden Werk herausgefiltert.

Freizeitsport 2002

Sportaktivität insgesamt

Insgesamt waren 2002 50,2 Mio. Menschen (72% der Bevölkerung ab 15 Jahren) sportlich aktiv. Als Sportler gelten hier alle Personen, die 2002 wenigstens einmal irgendeine Sportart ausgeübt haben. Davon waren 48,2 % regelmäßig aktiv (mindestens 1x die Woche). Im Schnitt übte jeder Sportler 4,56 Sportarten aus.

Sportaktivität nach Alter und Geschlecht

Mit zunehmenden Alter nimmt die Sportaktivität ab. Es zeigen sich bei der Sportaktivität insgesamt kaum mehr Unterschiede zwischen Männern und Frauen. Signifikant weniger sportlich sind die Frauen nur in der Altersgruppe über 70 Jahre. Erklärt wird dies mit der längeren Lebenserwartung der Frauen. Dadurch ist ihr Anteil an den Hochbetagten und zunehmend Immobilen größer als bei den Männern.

Sportaktivität nach Einkommen

Der Grad der regelmäßigen Sportaktivität nimmt in beiden Teilen Deutschlands mit wachsendem Einkommen relativ stark zu. Zurückgeführt wird dies auf Zusammenhänge indirekter Natur. In der Summe sind Sportler nicht nur jünger und mobiler, sondern auch etwas wohlhabender als der Durchschnitt der Bevölkerung. Bei denjenigen, die regelmäßig Sport treiben liegt das monatliche Nettoeinkommen mit 1.872 € um 16% über dem der Bevölkerung insgesamt.

Sport im Tages- und Wochenrhythmus

Die durchschnittliche Freizeit ist pro Kopf und Jahr seit 1975 um rd. 860 Stunden gestiegen. Großen Einfluss auf das Sportgeschehen hatte die Verlängerung des Wochenendes, Wachstum des Urlaubs, die flexiblere Arbeitszeit, der spätere Einstieg und der frühere Ausstieg aus dem Berufsleben. Auch die höhere Arbeitslosigkeit hat vor allem bei preisgünstigen Sportaktivitäten einen positiven Einfluss. Weniger Einfluss hatte die Verkürzung der täglichen Arbeitszeit, da diese durch längere Wegzeiten, Alltagspflichten und das Fernsehen beansprucht wird.

Der größere Teil der sportlichen Aktivitäten findet am Wochenende statt. Im Jahresdurchschnitt sind pro Wochenende 5,1 Freizeitstunden dem Sport gewidmet, an Wochentagen zusammen nur 4,4 Stunden.

Es werden 17,1% der gesamten Jahresfreizeit mit Sportaktivitäten verbracht.

Weitere Prognose:

Die Urlaubs- und Wochenendfreizeit wird bis 2010 nur noch wenig steigen, die Freizeit an Werktagen dagegen genau soviel wie in den 20 Jahren davor. Gründe sind:

- wachsender Anteil der Rentner mit leicht zunehmenden Interesse am Sport;
- wachsender Anteil an der erwerbstätigen Bevölkerung mit weniger als 100% der Vollarbeitszeit und freiberuflicher oder selbständiger Tätigkeit
- wachsende Tendenz dazu, Überstunden mit Freizeit auszugleichen.

Entwicklung der Rahmenbedingungen für die Sportaktivität bis 2010

Bevölkerung nach Alter und Geschlecht

Für die Gruppe der jungen Erwachsenen im Alter von 25 bis 39 Jahren zeichnet sich ein enormer Rückgang von bisher 18 Mio. auf 15 Mio. im Jahr 2010 ab. Dies ist ein Rückgang um fast 17%. Dies beeinträchtigt die Entwicklung vieler Sportarten, die stark auf diese noch sehr jugendlich-sportliche Zielgruppe hin orientiert sind.

Die Zahl der Erwachsenen in mittleren Jahren (40 bis 54 Jahren) nimmt von 18,1 auf 20,2 Mio. Personen zu, was einem Zuwachs von fast 12 Prozent entspricht. Diese Entwicklung begünstigt vor allem die Life-time-Sportarten.

Die Zahl der „Jungen Alten“ (55 bis 69 Jahre) stagniert und geht bis 2010 leicht um 1,2 Prozent zurück. In dieser Altersgruppe finden sich zu einem großen Teil Menschen, die noch gesund, von Jugend an sportlich interessiert sind und viel Zeit für sportliche Aktivitäten haben.

Die Zahl der Senioren ab 70 Jahren nimmt von 9,8 Mio. auf 12,2 Mio. zu, was einem Zuwachs von rd. 25% entspricht. Die Sportaktivität in dieser Altersgruppe ist stark reduziert, was auch daran liegt, dass Menschen dieser Altersgruppe viele Sportarten in ihrer Jugend nicht lernen konnten und auch daran, dass viele Sportangebote nur auf die Interessen junger Menschen ausgerichtet sind.

→ Im Mittelpunkt des Interesses müssen auch im Sport stärker die Gruppen der 40 – 54-Jährigen und der über 70-Jährigen stehen.

Privathaushalte nach dem Haushaltsnettoeinkommen

Das verfügbare Einkommen der privaten Haushalte wird bis 2010 trotz der konjunkturellen und strukturellen Schwierigkeiten in unserer Wirtschaft nicht stagnieren, sondern weiter steigen. Im Durchschnitt werden die privaten Haushalte im Jahr 2010 real über rund 13,5% mehr Einkommen verfügen als im Jahr 2002.

In den untersten Einkommensgruppen (unter 2.000 € monatliches Haushaltsnettoeinkommen) wird die Zahl der Haushalte langfristig zurückgehen. Die Haushalte mit mittlerem Einkommen (2.000 – 3.500 € mtl. HHnettoeinkommen) werden ihren Anteil leicht erhöhen, und der Anteil der Haushalte mit Nettoeinkommen über 3.500 € wird kräftig steigen (von 11,2% auf 16,2% im Jahr 2010). Die Bandbreite der in den Haushalten monatlich verfügbaren Einkommen drifft weiter auseinander.

Die starke Zunahme der höheren Einkommensklassen bis 2010 begünstigt vor allem teure Sportaktivitäten, aber auch Sportarten, die von vielen Menschen nur im Rahmen eines Urlaubs ausgeübt werden können.

Wirtschaftliche Entwicklungen

Wirtschaftswachstum, Produktivität und Erwerbstätigkeit

Wirtschaftsprognosen gehen trotz der schlechten Situation in 2002/2003 von einem weiteren Wirtschaftswachstum aus. Dieses führt mittelfristig zu besseren Lebensverhältnissen.

Die Entwicklung der gesamtwirtschaftlichen Freizeitmenge erhält im Vorschauzeitraum bis 2010 vor allem Impulse durch die große Freizeitmenge, die einer wachsenden Zahl von nicht

mehr erwerbstätigen älteren Menschen zur Verfügung steht (weniger durch weitere Rückgänge der durchschnittlichen Wochenarbeitszeit).

Verfügbares Einkommen, Konsumausgaben der privaten Haushalte, Ausgaben für Freizeitgüter und Tourismus

Nach Prognosen der Wirtschaftsforschungsinstitute wächst das verfügbare Einkommen bis 2010 um rund 15,3 Prozent. Die Ausgaben für Freizeitgüter wachsen um 17,4%, für den Tourismus um 18,5%. Dagegen werden die Konsumausgaben privater Haushalte mit insgesamt 14,2% etwas langsamer zunehmen.

Entwicklung der jährlichen Freizeitmenge

Freizeitgewinne wird es bis 2010 kaum noch geben. Allerdings wird die Disponibilität der vorhandenen Freizeit zunehmen: Der starre Lebensrhythmus aus 35, 38 oder 40-Stunden-Woche, Feierabend und Wochenende verliert in den nächsten Jahren weiter an Bedeutung. Arbeits- und Freizeitrythmus können mehr als früher nach eigenen Wünschen bestimmt werden und verlaufen daher immer weniger synchron. Die wachsende Flexibilisierung und Individualisierung in den Betrieben wird zu einer weiteren Verkürzung der Wochenarbeitszeit bei der Mehrzahl der Arbeitnehmer in niedrigen und mittleren Positionen führen, andererseits zu einer Zunahme an Arbeitszeit bei bestimmten stark nachgefragten Arbeitnehmern mit besonderer Qualifikation. Damit geht die Bandbreite der individuell verfügbaren Freizeitmenge bei den Erwerbstätigen weiter auseinander – ein ähnlicher Prozess wie bei den verfügbaren Einkommen.

Die größere Zeitsouveränität der Konsumenten kommt auch dem Sport und dem Sporttourismus zugute: Besuche von Sportstätten, Sportausflüge und Sport-Kurzreisen können individuell nach Bedarf und Lust in den jeweiligen Jahresablauf eingefügt werden.

Sport, Freizeitorientierung und Freizeitgrundbedürfnisse

Entwicklungstendenzen bei den Grundmotiven des Freizeitverhaltens

Grundbedürfnisse und Motivationen der Bevölkerungen lassen sich zu einer Reihe von typischen Verhaltensmustern verdichten.

	Bedeutung heute	Bedeutung Zukunft
Bewegung, körperliche Aktivität	hoch	+
Ruhe, Alleinsein, Besinnung	mittel	+
Geselligkeit, soziale Kontakte	hoch	0
Soziale Selbstdarstellung, Prestige	hoch	-
Etwas für gutes Aussehen tun	mittel	+
Mobilität, neue Erfahrungen, neue Dinge kennen lernen	hoch	-
Geistige Auseinandersetzung, Bildung, Kultur	mittel	+
Wettkampf, Leistung, Streben nach Erfolg	mittel	0
Vergnügen, Zerstreuung, Spaß, Unterhaltung	hoch	0
Entspannung, Faulenzen, Dinge ohne Zeitdruck tun	hoch	0
Etwas für die Gesundheit tun	mittel	++
Sinnlich Eindrücke, Genuss, Wohlbefinden	mittel	++

+ = zunehmend; 0 = gleichbleibend; - = abnehmend

Sportinfrastruktur

Versorgung mit Infrastrukturangeboten

Die Infrastruktursituation in den alten Bundesländern ist von Sättigungstendenzen, gewachsenem Wirtschaftlichkeits- und Konkurrenzdruck sowie von der bedarfsgerechteren Aus- und Umgestaltung der Anlagen gekennzeichnet.

Im Osten liegt die Problematik vor allem im Nachholbedarf in vielen Bereichen der Sportinfrastruktur und darin, dass immer noch viele Sportstätten stark sanierungsbedürftig sind. Trotzdem sich die Situation hier verbessern wird ist bis 2010 nicht damit zu rechnen, dass eine den alten Bundesländern vergleichbare Ausstattung mit Sportinfrastruktur geschaffen werden kann. Vor allem die Entwicklungsmöglichkeiten der Sportarten, die teurer Infrastruktureinrichtungen bedürfen, wird längerfristig dadurch begrenzt werden, dass der potentiellen Nachfrage der Bevölkerung – noch – kein entsprechendes Angebot gegenübersteht.

Anbieter von Infrastruktur

Als Anbieter von Infrastruktur betätigen sich sowohl die öffentliche Hand als auch Vereine und private Betreiber oder Betreibergesellschaften. In manchen Sportarten dominiert die eine oder die andere Angebotsform, in anderen existieren mehrere nebeneinander.

Im sportlichen Bereich wurde – vor allem in der Aufbauphase der Nachkriegszeit – auch von Vereinen Erhebliches zum Aufbau der Sportinfrastruktur geleistet.

Durch die starke Zunahme privater Anbieter in fast allen Sparten des Infrastrukturbereichs haben sich die Aktivitäten der Vereine in den alten Bundesländern mehr auf die Organisation des Leistungssports sowie auf Ausbildungs- und Kursangebote, Abnahme von Prüfungen, Aus- und Weiterbildung von Trainern etc. verlagert. Neue Aufgaben wachsen den Vereinen dagegen in den neuen Bundesländern zu, in denen sie mit ihrer Möglichkeit, öffentliche Zuschüsse, private Mittel und Eigeninitiative zu kombinieren, bereits einen erheblichen Beitrag zum raschen Aufbau der benötigten Sportinfrastruktur geleistet haben.

Mit wachsender Freizeit und steigendem Wohlstand wurden Freizeiteinrichtungen immer mehr zur lohnenden Geschäftsmöglichkeit, es etablierten sich daher private Betreiber von Infrastruktureinrichtungen. Eine Reihe sportlicher Aktivitäten wie Fitness, Kegeln, Reiten Skilaufen etc. wird von Angeboten privater Betreiber dominiert.

Künftige Entwicklungsmöglichkeiten der privaten Freizeitinfrastruktur sind in den alten Bundesländern relativ begrenzt, da die rentablen Standorte größtenteils vergeben sind, die Wirtschaftlichkeit durch steigende Kosten eingeschränkt wird, die Genehmigungen für solche Einrichtungen immer schwerer zu erhalten sind. In den neuen Bundesländern werden private Aktivitäten dagegen durch die geringere Finanzkraft der Nachfrage sowie durch Kapitalmangel der potentiellen Anbieter gebremst.

Freizeitsport 2010

Sportaktivitäten insgesamt

Seit den 1960/70er Jahren wurde der Sport nicht nur selbst zum Wachstumsmarkt sondern induzierte auch Wachstum und Beschäftigung in vielen andern Wirtschaftsbranchen von der Bauwirtschaft über die Medien bis hin zum Tourismus.

Allerdings verstellte diese lange und stetige Aufwärtsentwicklung den Blick auf die Grenzen des Wachstums, die sich seit 1990 abzuzeichnen begann, aber erst bis 2010 voll zum Tragen kommen werden. Die Zahl der besonders sportaktiven jungen Erwachsenen wird zurück gehen. Die arbeitsfreie Zeit wird nur noch geringfügig zunehmen und zum großen Teil auf die wenig sportaktiven Rentner entfallen.

Diesen Entwicklungen entgegen wirkt die zunehmende Zahl von Personen in Haushalten mit überdurchschnittlichem Nettoeinkommen pro Kopf – davon werden nur teure oder mit teuren Reisen verbundene Sportaktivitäten profitieren. Weiterhin wird das sportliche Verhalten dadurch positiv beeinflusst, dass Menschen ihre in den vergangenen Jahrzehnten gewonnenen sportlichen Gewohnheiten zum Teil mit ins höhere Alter nehmen werden. Diese Entwicklung betrifft „Life-time-Sportarten“.

Sportaktivität nach Alter und Geschlecht

Der Anteil der älteren Anhängerschaft in vielen Sportarten wird zunehmen. Bereits heute sind mehr als die Hälfte aller Sportler älter als 40 Jahre, schon 2010 werden es fast 60% sein. Wichtiger Aspekt dieser Entwicklung ist nicht sosehr die nachlassende Leistungsfähigkeit der älteren Sportler, sondern eher die Änderung der Leistungsbereitschaft, Einstellung zu und Motivation für sportliche Betätigung. Für ältere Menschen stehen Erhaltung und Förderung von Gesundheit, Fitness und Schlankheit im Mittelpunkt der sportlichen Aktivität. Das Umfeld wird wichtiger, die schöne Landschaft, das angenehme Ambiente, begleitende Angebote, die das Wohlbefinden steigern, das gepflegte Gastronomieangebot. Risiken und Verletzungsgefahren werden nach Möglichkeit vermieden oder nur sehr kalkuliert eingegangen.

Von dieser Entwicklung werden Sportarten profitieren, in denen es möglich ist, den Gesundheits- und Fitness-Aspekt stärker betonen. Eine Reihe von Sportarten wird nicht von der zunehmenden Sportlichkeit älterer Menschen profitieren können, da sie von ihrem Charakter her zu stark nur auf die Fähigkeiten und Interessen junger Menschen ausgerichtet sind. Diese Sportarten werden in Zukunft immer mehr um die abnehmende Zahl junger Sportler konkurrieren müssen.

Reelle Chancen, sich dauerhaft und auf breiter Basis im ohnehin dichten Feld der Sportaktivitäten zu etablieren, haben daher vor allem innovative Sportarten, die ältere Sportler ansprechen und möglichst für beide Geschlechter interessant sind. Die künftige Entwicklung in vielen Sportarten wird auch davon abhängen, inwieweit es ihnen gelingt, Frauen stärker für sich zu interessieren. Noch viel zu wenig genutzt werden Chancen, Frauen durch Kinderbetreuungsangebote Sportaktivitäten tagsüber zu ermöglichen und so auch Sporteinrichtungen gleichmäßiger auszulasten, über Kinder-Trainingsgruppen auch Mütter für den Sport zu interessieren oder ihnen Freiraum für eigene sportliche Aktivitäten zu geben.

Extremsport

In Zukunft dürften die Extremsportarten eher weniger Anhänger finden, da einerseits die Zahl der jungen Männer die sie ansprechen, stark zurückgeht, andererseits immer mehr Menschen Spaß am Sport haben und mit ihm ihrer Gesundheit etwas Gutes tun wollen. Damit wird das Leistungselement, das schon heute nur für 16% aller Freizeitsportler von hoher Bedeutung ist, weiterhin an Gewicht verlieren.

Funnsport

Hauptsächliche Zielgruppe für „Funnsportarten“ sind Jugendliche und ältere Kinder, über die dann auch jugendliche Eltern mit einbezogen werden. Durch die stark sinkende Zahl der Kinder und Jugendlichen wird der Funnsport in Zukunft erheblich an Interesse verlieren. Wichtiger werden dagegen Spaß und Unterhaltung als Element in den verschiedensten Breitensportarten. Sportaktivitäten mit hoher Funkomponente sind etwa Inline-Skating, Wasserskilaufen, Skateboard- und Wakeboardfahren, aber auch das altbekannte Kegeln, Dart und Beach-Volleyball.

Sport und Wellness

Wellness spricht vor allem den wachsenden Teil der Bevölkerung an, der zwar alt werden, aber dabei jung bleiben möchte. Damit hat die Wellness-Bewegung gute Chancen, nicht nur Mode zu bleiben, sondern sich dauerhaft als eigenständiges Angebot, aber auch als Ergänzung und Bereicherung sportlicher Aktivität zu etablieren.

Der Markt für Freizeitsport 2002 – 2010

Der Sportmarkt 2002

Die Ausgaben für Sportausrüstung, Sportbekleidung und die Nutzung der sportlichen Infrastruktur konnten eine enorme Aufwärtsentwicklung erleben. Dabei wurden Sportgeräte von Material und Technik her differenziert und teilweise technisch völlig verändert. Erweitert und differenziert wurde auch das Angebot an Sportbekleidung und -schuhen. Den größten Aufschwung aber nahmen die Ausgaben im Infrastrukturbereich. Die Ausgabe für die Nutzung der Infrastruktur stiegen nicht parallel zur Zahl der Aktivitätsfälle, sondern weit überproportional (ein großer Teil von Aktivitäten, die früher hauptsächlich natürliche Gegebenheiten nutzten, würden zur komfortableren Ausübung in Sporteinrichtungen verlagert).

Auf Basis dieser Entwicklungen konnte der Sportmarkt zu einem der großen Freizeitmärkte werden. So betragen die Ausgaben der privaten Haushalte für den Freizeitsport 2002 insgesamt 36,5 Mrd. €. Dies sind 20,2% aller privaten Ausgaben für Freizeitgüter. Mit 21,2 Mrd. € entfallen 58% der Sportausgaben auf den Dienstleistungsbereich, also die Nutzung von Infrastruktur- und Unterrichtsangeboten.

Entwicklung des Sportmarktes bis 2010

Es gibt Hinweise, dass im Sportmarkt die goldenen Zeiten vorbei sind. Die im Sportmarkt tätigen Hersteller-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen können die Marktchancen, die sich noch bieten, vor allem dann nutzen, wenn sie ihre Angebote besser als bisher auf die wachsende Zahl älterer Sportler ausrichten. Das bedeutet insbesondere, dass im Ausrüstungsbereich weniger auf komplizierte Technik und ständigen Modellwechsel gesetzt werden sollte, dafür mehr auf Qualität, Sicherheit, Komfort und Ergonomie. Die Bekleidung sollte nicht mehr nur jugendlich-figurbetont sein und der Dienstleistungs- und Infrastrukturbereich muss weniger Gewicht auf sportliche Höchstleistungen legen, dafür mehr auf regelmäßiges Training, Gesundheitsförderung, Wellness, Komfort und ansprechendes Ambiente.

Zielgruppen und Marktchancen im Freizeitsport 2002 - 2010

Eine Untersuchung des Institut für Freizeitwirtschaft GmbH
München 2003

Zusammengefasst von:
Deutscher Sportbund
Gudrun Schwind-Gick
Februar 2004