McKinsey & Company

Mehr als nur ein Spiel

Die wirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung der Bundesliga



Februar 2025

Inhalt

Einleitung **5**

Der Report in Kürze **6**

Wirtschaftliche Bedeutung des Profifußballs in Deutschland **8**

Zentrale Kenngrößen der wirtschaftlichen Bedeutung 8

Schlüsselaspekte der Wachstumsdynamik 14

Die gesellschaftliche Strahlkraft und Relevanz der Bundesliga 19

Aktueller Kontext 20

Einflüsse der Bundesliga auf die Gesellschaft 20

Grundpfeiler der gesellschaftlichen Bedeutung der Bundesliga 24

Ausblick: So bleibt die Bundesliga „mehr als nur ein Spiel“ **27**

Endnoten **29**



Einleitung

„Fußball ist ein einfaches Spiel: 22 Männer (Frauen) jagen einem Ball hinterher, und am Ende gewinnen die Deutschen.“ Dieser berühmte Spruch der englischen Stürmerlegende Gary Lineker fasst treffend die Simplizität des Fußballs und die zahlreichen Erfolge der Deutschen zusammen. Doch ist der Fußball einfach nur ein Spiel?

Die 1. und 2. Bundesliga bilden das Herzstück des professionellen Fußballs in Deutschland und sind zugleich ein bedeutender Wirtschaftsfaktor, der maßgeblich zur Wertschöpfung und zum Wachstum beiträgt. Darüber hinaus übernimmt die Bundesliga eine wichtige gesellschaftliche Funktion. In Zeiten von Unsicherheit und Veränderung ist sie eine verlässliche Konstante. Sie bietet Gelegenheiten und Orte, an denen Menschen mit unterschiedlichen Hintergründen zusammenkommen, um sich auszutauschen – auch über gesellschaftliche Entwicklungen und Herausforderungen.

Ist Fußball also mehr als nur ein einfaches Spiel? Mit „Mehr als nur ein Spiel“ legt McKinsey die vierte Studie zur ökonomischen Bedeutung des professionellen Fußballs in Deutschland vor. Erstmals wird diese Analyse durch eine Untersuchung der gesellschaftlichen Relevanz der Bundesliga ergänzt, da wirtschaftliche Bedeutung und gesellschaftliche Verankerung eng miteinander verknüpft sind. Wie schon in den Jahren 2010, 2015 und 2020 hat McKinsey die Studie unabhängig und in Eigenregie durchgeführt. Die Deutsche Fußball Liga GmbH (DFL) stellte hierfür Sekundärdaten bereit und fungierte zudem als Diskussionspartner für McKinsey sowie als Vermittler für Experteninterviews.

Die vorliegende Studie untersucht erneut die wirtschaftliche Bedeutung der ersten beiden Bundesligen anhand von volkswirtschaftlichen Kenngrößen wie Wertschöpfung, Beschäftigung und Nettoeinnahmen des Staates. Dank der unveränderten Methodik und weitgehend identischer Betrachtungsumfänge lassen sich direkte Vergleiche mit früheren Ergebnissen ziehen sowie belastbare Aussagen zur Wachstumsentwicklung und volkswirtschaftlichen Bedeutung des „Systems Profifußball“ in Deutschland treffen. Berücksichtigt wird dabei das um den professionellen Fußball entstandene Ökosystem aus Zulieferern, Begünstigten und Vermarktern.

Zusätzlich liegt der Fokus dieser Untersuchung darauf, die Rolle der Bundesliga im sozialen Gefüge Deutschlands zu verstehen. Dies hilft, die Bedeutung des Profifußballs für die Menschen hierzulande zu erfassen, seine Wirkungsweise zu analysieren und die Grundpfeiler dieser Bedeutung zu identifizieren. Die gewonnenen Erkenntnisse verdeutlichen, wie verschiedene Akteure im Profifußball zusammenarbeiten können, um die Bundesliga auch in Zukunft als Plattform für gesellschaftlichen Austausch und Zusammenhalt zu stärken. Zugleich eröffnen sie Ansätze, um aktuelle und künftige Herausforderungen einzuordnen und ihnen entgegenzuwirken.

Wir danken den Gesprächspartnern herzlich für den inspirierenden Austausch und ihre wertvollen Anregungen.

Der Report in Kürze

Wachstumsentwicklung und wirtschaftliche Bedeutung des Systems Profifußball in Deutschland

— **Wachstum im Vergleich zur deutschen Gesamtwirtschaft.** Der Profifußball bleibt auch in der Saison 2023/24 ein Wachstumsmotor der deutschen Volkswirtschaft. Dabei wird durch das System Profifußball eine Wertschöpfung von 14,2 Mrd. EUR erzielt – das entspricht einer Steigerung von rund 30% seit 2018/19. Inflationsbereinigt wächst das System Profifußball jährlich um rund 1,5% und damit etwa dreimal so schnell wie die deutsche Gesamtwirtschaft im gleichen Zeitraum (0,4% pro Jahr).

— **Verstärkte Effekte in angrenzenden Branchen.** Der wirtschaftliche Erfolg des Profifußballs strahlt zunehmend auf angrenzende Branchen wie Vermarkter, Begünstigte und Zulieferer ab. Für 100 EUR, die Clubs und die Liga erwirtschaften, werden in angrenzenden Branchen 203 EUR zusätzliche Wertschöpfung generiert (+15% im Vergleich zu 177 EUR in 2018/19). Die Wertschöpfung in angrenzenden Branchen wächst in der Betrachtungsperiode damit zum ersten Mal stärker als der Profifußball selbst (+5,7% pro Jahr im Vergleich zu +2,9% pro Jahr).

— **Anstieg der Beschäftigungsintensität.** Das System Profifußball leistet weiterhin einen starken Beitrag zum deutschen Arbeitsmarkt. Seit der Saison 2018/19 wurden rund 20.000 zusätzliche Vollzeitstellen geschaffen. 2023/24 bietet das System nahezu 150.000 Vollzeitstellen – mehr als die weltweite Anzahl an Vollzeitstellen von 34 der 40 Unternehmen im DAX 40. Dabei entstehen nur knapp 10% dieser Vollzeitstellen direkt im Kerngeschäft des Profifußballs, während die restliche Beschäftigung in den angrenzenden Bereichen angesiedelt ist. Dadurch profitiert insbesondere die breite Gesellschaft, wobei die Spielergehälter in der Betrachtungsperiode unterproportional gestiegen sind.

— **Erhöhter Beitrag zu den Staatseinnahmen.** Der Profifußball bleibt eine wichtige Quelle von Steuereinnahmen. Die staatlichen Nettoeinnahmen aus dem Profifußball belaufen sich aktuell auf rund 4,6 Mrd. EUR pro Jahr, was einer Steigerung von etwa 25% seit 2018/19 entspricht. Diese Einnahmen übersteigen damit z.B. die öffentlichen Ausgaben des Bundes für Wohngeld, die 2023 bei rund 4,3 Mrd. EUR lagen, sowie die Kosten für die Bundespolizei, die im Bundeshaushalt 2024 mit 4,2 Mrd. EUR veranschlagt waren.

Die gesellschaftliche Relevanz der Bundesliga – Einfluss, Wirkung und Grundpfeiler

— **Hohe gesellschaftliche Relevanz.** Für 41% der Befragten stellt die Bundesliga einen bedeutenden Lebensinhalt dar, während z.B. die Kirche im Vergleich bei 12% liegt. Kaum eine andere Kultur- oder Freizeitaktivität vereint so viele verschiedene Gesellschaftsgruppen – unabhängig von Alter, Wohnort oder Einkommen.

— **Verbindendes Element der Gesellschaft.** Der positive Einfluss der Bundesliga zeigt sich vor allem in ihrer Fähigkeit, Menschen zusammenzubringen. Die Bundesliga bietet einem großen Teil der Bevölkerung einen physischen Treffpunkt, fördert die Motivation

zum sozialen Engagement, stärkt die Identifikation mit der Region, vermittelt Werte und stärkt den Zusammenhalt. In drei der fünf genannten Dimensionen übertrifft sie alle weiteren relevanten Kultur- und Freizeitaktivitäten in Deutschland (z.B. Sport treiben, Medienkonsum, Kunst und Kreativität, Kirche). Gleichzeitig spiegeln sich jedoch auch gesellschaftliche Herausforderungen und Spannungsfelder im Scheinwerferlicht der Bundesliga wider.

— **Rückzugsort für das Individuum.** Die Bundesliga wirkt nicht nur im Kollektiv, sondern bietet den Menschen einen Rückzugsort aus den Herausforderungen ihres Alltags. Sie fördert soziale Verbindungen, schafft Identifikation, ermöglicht Ablenkung und weckt Emotionen. Im Vergleich mit anderen Kultur- und Freizeitaktivitäten befindet sich die Bundesliga in diesen Dimensionen unter den Top 3.

— **Gesellschaftliche Wirkung ist kein Selbstläufer.** Die Analyse zeigt eine hohe gesellschaftliche Relevanz und einen positiven Einfluss der Bundesliga. Dieser Erfolg beruht besonders auf vier Säulen, die kontinuierlich gepflegt und weiterentwickelt werden sollten, um die gesellschaftliche Bedeutung zu erhalten:

  - **Breite Zugänglichkeit.** Die Bundesliga sollte weiterhin allen Bevölkerungsgruppen Zugang ermöglichen – sowohl physisch im Stadion als auch digital. Ungefähr 40% der Befragten würden weitere Maßnahmen zur Förderung der Zugänglichkeit befürworten.

  - **Gemeinsames Erleben von Emotionen.** Die Bundesliga bietet einen Rückzugsort aus dem Alltag und schafft verbindende Rituale sowie Möglichkeiten für ein aktives Miteinander. Dabei ist es zentral, dass Veranstalter, Fans und Behörden eine verantwortungsvolle Balance zwischen freier Fankultur und Sicherheitsbedürfnis aller Gesellschaftsgruppen finden.

  - **Schulterschluss mit lokalen und sozialen Initiativen.** Eine enge Kooperation mit lokalen und sozialen Initiativen sowie dem Breitensport stärkt die Verbundenheit der Gesellschaft mit dem Fußball und der Bundesliga.

  - **Balance zwischen Tradition und Moderne.** Viele Menschen in Deutschland betrachten die Bundesliga als eine feste Konstante in ihrem Leben – unsere Umfrage zeigt jedoch kein homogenes Bild. Während einige die Tradition und Authentizität schätzen, kritisieren sie die zunehmende Kommerzialisierung. Gleichzeitig verändert sich das Mediennutzungsverhalten, wodurch traditionelle Fankultur für andere in den Hintergrund tritt. Daher ist eine ausgewogene Balance zwischen Tradition und Moderne nötig, um ihre gesellschaftliche Verankerung zu stärken.

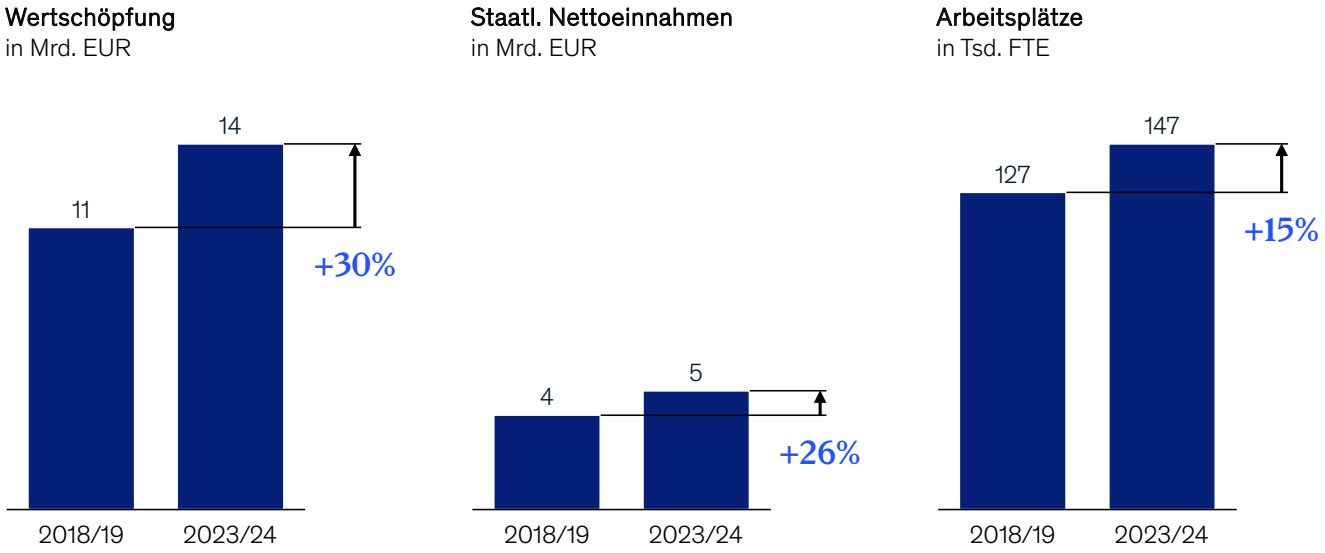
Wirtschaftliche Bedeutung des Profifußballs in Deutschland

Zentrale Kenngrößen der wirtschaftlichen Bedeutung

Das System Profifußball in Deutschland verzeichnet weiterhin signifikantes Wachstum in den drei volkswirtschaftlichen Kenngrößen Wertschöpfung, staatliche Nettoeinnahmen und Arbeitsplätze (Abbildung 1).

Abbildung 1

Wirtschaftskraft des Systems Profifußball

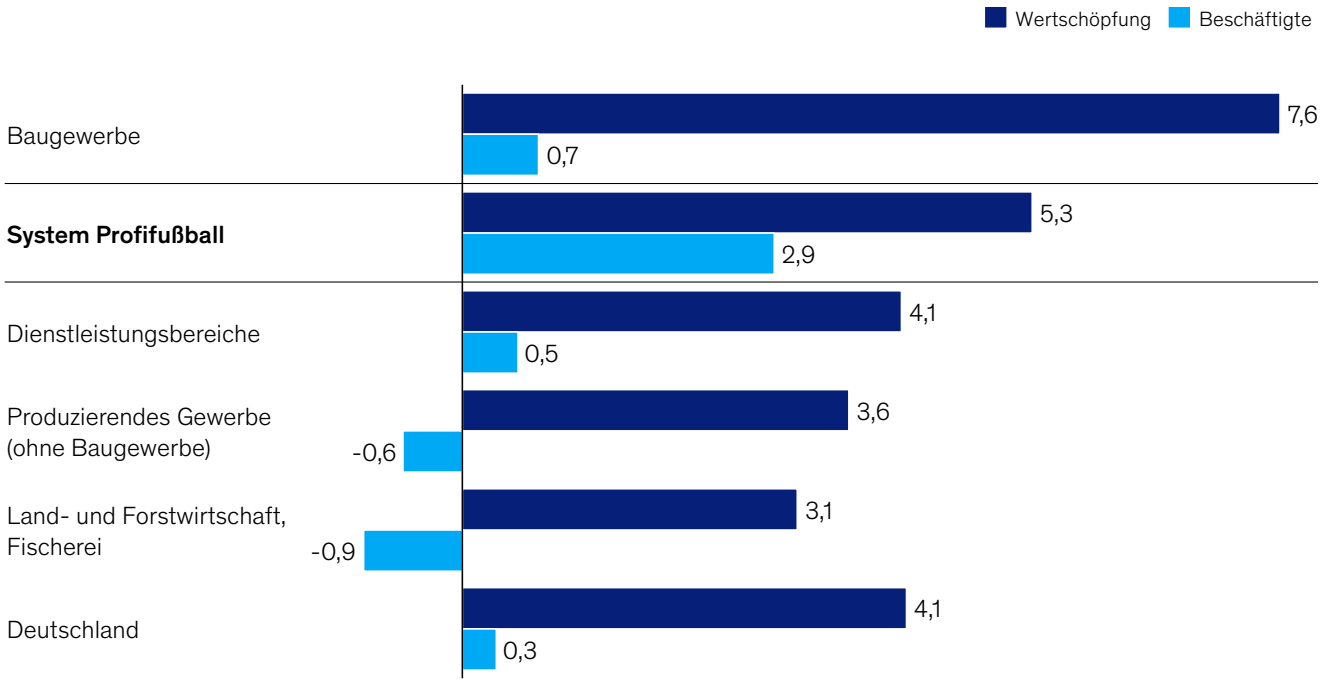


Wertschöpfung im Profifußball. In der Betrachtungsperiode 2023/24 erzielt der Profifußball in Deutschland eine jährliche Wertschöpfung von 14,2 Mrd. EUR. Damit hat die durch das System Profifußball generierte Wertschöpfung seit 2018/19 überproportional zum deutschen Bruttoinlandsprodukt zugenommen. In der Saison 2018/19 betrug die Wertschöpfung noch 11,0 Mrd. EUR, während sie 2013/14 bei 7,9 Mrd. EUR lag. Im Jahr 2024 trägt der Profifußball somit knapp jeden 305. EUR zum deutschen Bruttoinlandsprodukt bei (rund 0,33%) – in 2008/09, dem Jahr der ersten Untersuchung, war es lediglich knapp jeder 500. EUR. Obwohl die Gesamtwertschöpfung des Profifußballs weiterhin deutlich hinter den führenden Branchen in Deutschland zurückbleibt, erreicht sie bereits knapp die Hälfte der Gesamtwertschöpfung etablierter Industrien wie der Land-/Forstwirtschaft und Fischerei (rund 34 Mrd. EUR bzw. 0,8% des deutschen Bruttoinlandsprodukts in der Betrachtungsperiode 2023/24).[1] Obwohl das nominale Wachstum leicht abgenommen hat (5,3% jährliches Wachstum von 2018/19 bis 2023/24 im Vergleich zu 6,8% jährliches Wachstum von 2013/14 bis 2018/19), zählt das Wachstum des Systems Profifußball weiterhin zur Spitzengruppe im bundesweiten Vergleich (Abbildung 2). Das reale bzw. inflationsbereinigte Wachstum ist im Vergleich zur vorausgegangenen Periode von 5,7% auf 1,5% zurückgegangen.

Abbildung 2

Entwicklung der Wertschöpfung und Beschäftigten in Deutschland

CAGR 2018/19-2023/24, in Prozent



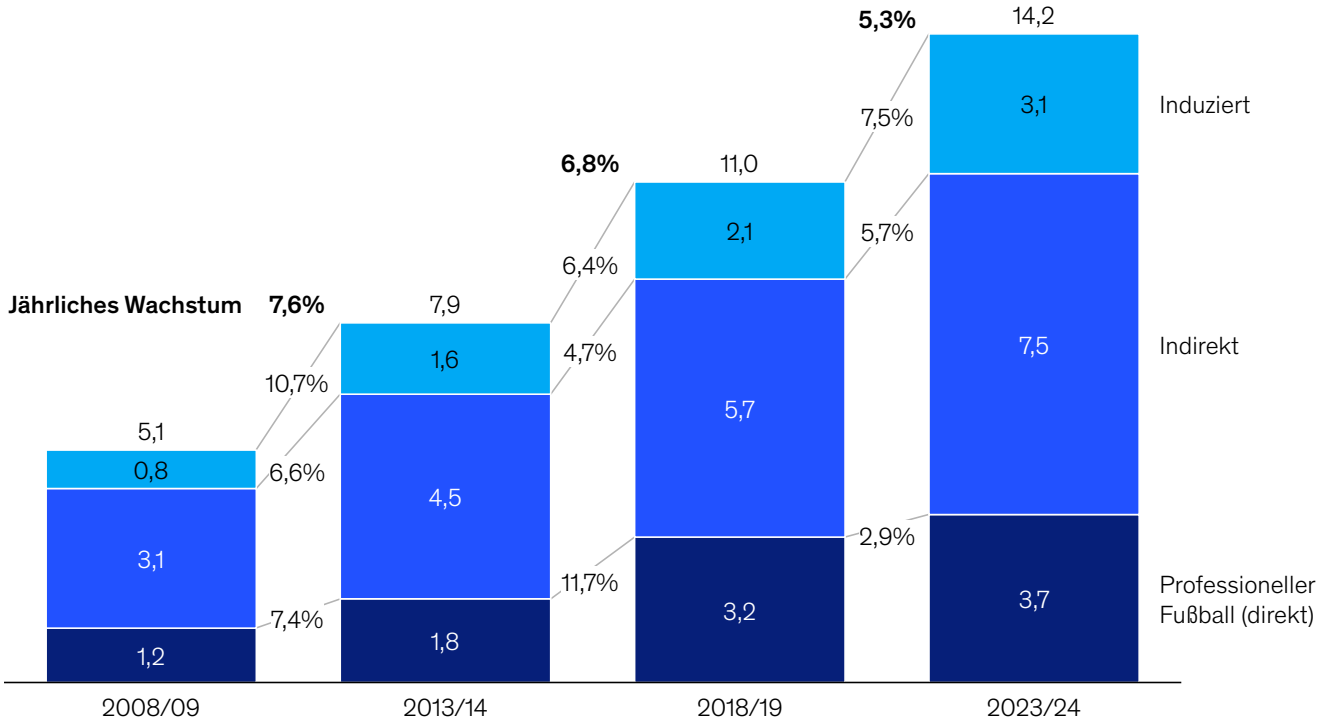
Hinweis: Die Inflation in Deutschland betrug von 2018/19 bis 2023/24 3,7% p.a.
Quelle: Destatis

Im Vergleich zu 2018/19 entfällt heute mit 3,7 Mrd. EUR ein prozentual kleinerer Anteil der Wertschöpfung direkt auf den professionellen Fußball, d.h. auf die Clubs der 1. und 2. Bundesliga sowie die DFL (Abbildung 3). Einen großen Anteil der Gesamtwertschöpfung im System Profifußball in Höhe von 7,5 Mrd. EUR erzielt das Umfeld, bestehend aus Zulieferern, Vermarktern und Lizenznehmern sowie anderen vom Fußball profitierenden Unternehmen. Zusätzliche 3,1 Mrd. EUR an Wertschöpfung entfallen auf induzierte Effekte, d.h. Konsumausgaben der direkt und indirekt Beschäftigten. Dementsprechend dient der Profifußball als Quelle für die Wertschöpfung in zahlreichen indirekt profitierenden Industriezweigen.

Abbildung 3

Wertschöpfung

in Mrd. EUR



Hinweis: Aufgrund von Rundungen können sich geringfügige Differenzen bei der Addition ergeben.
Quelle: Destatis

Profifußball als Steuerzahler. Die Nettoeinnahmen des Staates aus dem Profifußball – d.h. die Differenz zwischen Steuereinnahmen und staatlichen Ausgaben – steigen kontinuierlich. Derzeit erhält der Staat von allen Beschäftigten und Beteiligten der Branche, inklusive Sportwettsteuer und nach Abzug staatlicher Ausgaben, rund 4,6 Mrd. EUR pro Jahr – vor fünf Jahren waren es 3,7 Mrd. EUR. Während die staatlichen Einnahmen im Vergleich zu 2020 um rund 25% gestiegen sind, haben sich die öffentlichen Ausgaben für den Profifußball seit 2018/19 um etwa 15% erhöht. Diese Ausgaben betreffen insbesondere die staatlichen Kosten für Polizeieinsätze, aber auch sonstige Bereiche wie Investitionen in den Ausbau und die Instandhaltung von Stadien sowie die finanzielle Unterstützung des öffentlichen Personennahverkehrs.

Mit den staatlichen Nettoeinnahmen in Höhe von jährlich knapp 4,6 Mrd. EUR ließe sich z.B. das Wohngeld des Bundes in Deutschland in Höhe von 4,3 Mrd. EUR (2023) vollständig finanzieren. Alternativ könnten auch die Gesamtausgaben für die Bundespolizei, die im

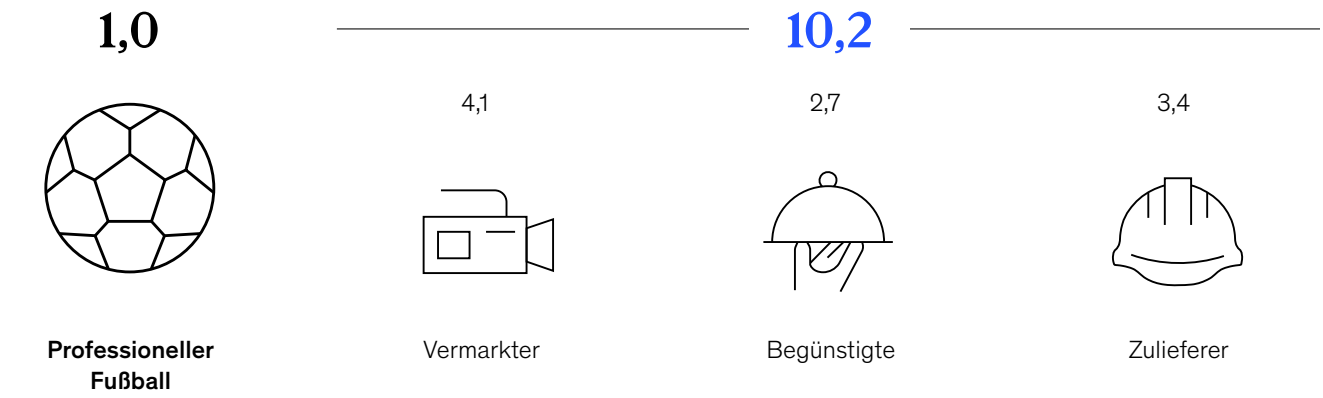
Haushalt 2024 mit 4,2 Mrd. EUR geplant waren, mit den staatlichen Nettoeinnahmen gedeckt werden. Rund 42% dieser Steuern und Abgaben zahlt der professionelle Fußball selbst; die verbleibenden 58% entrichten Vermarkter, Lizenznehmer (z.B. Medienunternehmen, Sponsoren oder Ausrüster) sowie Zulieferer und Begünstigte des Profifußballs. Der größte Anteil entfällt dabei auf Lohn- und Mehrwertsteuer.

Profifußball als Arbeitgeber. Das System Profifußball hat seit 2018/19 rund 20.000 zusätzliche Vollzeitstellen in Deutschland geschaffen. Somit stellt der Fußball in der Saison 2023/24 rund 214.000 Beschäftigungsverhältnisse in Deutschland bereit, was etwa 147.000 Vollzeitstellen entspricht. Davon entsteht nur ein Teil im professionellen Fußball selbst, also in den Clubs der 1. und 2. Bundesliga oder in der DFL. Der Lizenzfußball verfügt über eine starke Multiplikatorfunktion, indem er Umsätze in den meist personalintensiven Serviceindustrien generiert (z.B. Catering, Gastronomie). Diese Position wird weiter gestärkt durch die zahlreichen Teilzeitstellen, die aus der starken saisonalen Prägung des Profifußballs (z.B. durch spieltagabhängige Beschäftigung) entstehen, so dass insgesamt mehr als 200.000 Stellen einen Bezug zum professionellen Fußball haben. Lässt man die induzierten Effekte außer Acht, schafft jeder direkte Arbeitsplatz im Profifußball indirekt mehr als zehn Arbeitsplätze in anderen Branchen (Abbildung 4). Insgesamt trägt der Profifußball damit erheblich zur Beschäftigung in Deutschland bei.

Abbildung 4

Profifußballbezogene Vollzeitbeschäftigung in anderen Branchen proportional zu 1,0 Vollzeitbeschäftigten im Profifußball[1]

in FTE



1. Keine Betrachtung induzierter Beschäftigung

Beim Vergleich des durchschnittlichen jährlichen realen Wachstums der Wertschöpfung (+1,5%) mit dem durchschnittlichen jährlichen Wachstum der im System Profifußball geschaffenen Arbeitsplätze (+2,9%) zeigt sich, dass die Beschäftigungsintensität gestiegen ist. Dabei ist ein Wachstum in der Beschäftigung über alle Bereiche des Systems Profifußball hinweg festzustellen, d.h. sowohl im Profifußball als auch in den angrenzenden Bereichen. Die Gesellschaft profitiert demnach vom Anstieg der Beschäftigungsintensität. Dies zeigt sich auch im Vergleich zur Entwicklung der Gehälter der Fußballprofis, die im Gegensatz zur Gesamtwertschöpfung während der Betrachtungsperiode nur unterproportional gestiegen sind (3,1% pro Jahr im Vergleich zu 5,3% pro Jahr).

Methodische Grundlage der Analyse zur wirtschaftlichen Bedeutung

Bereits in der ersten Untersuchung von 2010 wurde die gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Systems Profifußball in und für Deutschland anhand von drei Fragen bewertet. Diese Fragen sind nach wie vor relevant und bilden daher auch in dieser Ausgabe die Grundlage des Berichts.

Welche Indikatoren sind am besten geeignet, um die wirtschaftliche Bedeutung des professionellen Fußballs zu beurteilen?

Die wirtschaftliche Bedeutung lässt sich anhand der folgenden drei Indikatoren bewerten:

— **Wertschöpfung.** Bewertung des Beitrags des deutschen Profifußballs zum Bruttoinlandsprodukt; dies entspricht der Summe der im System Profifußball generierten Bruttoeinkommen aus unselbstständiger Arbeit, Abschreibungen, Steuern/Abgaben und Unternehmensgewinnen. Die Wertschöpfung stellt somit nur einen Teil des Umsatzes der beteiligten Unternehmen dar.

— **Beschäftigung.** Analyse der Beschäftigungswirkung des deutschen Profifußballs.

— **Nettoeinnahmen des Staates.** Bewertung der durch den deutschen Profifußball generierten Zuflüsse des Staates aus Steuern und sonstigen Abgaben.

Wie lässt sich der Wirtschaftsbereich Profifußball abgrenzen und welche Wettbewerbe sollten in die Untersuchung der Wirtschaftskraft einbezogen werden?

In der Untersuchung wurden die Vereinswettbewerbe der 1. Bundesliga, 2. Bundesliga, des DFB-Pokals sowie Inlandseffekte der Teilnahme von Bundesligisten an europäischen Wettbewerben betrachtet. Darüber hinaus wurde die Nationalmannschaft in die Untersuchung einbezogen, da Bundesligaclubs die meisten deutschen Nationalspieler ausbilden und abstellen. Um Vergleichbarkeit zu den letzten Reports herzustellen, wurde die Heim-EM als Ganzes in unserer Untersuchung nicht berücksichtigt. Die 3. Liga[2], der Amateurfußball, der Frauenfußball sowie weite Teile des eSports[3] sind nicht Teil der Untersuchung, um die Vergleichbarkeit mit Vorstudien zu gewährleisten. Auch in der diesjährigen Studie basieren die Zahlen und Berechnungen wieder auf tendenziell konservativen Annahmen. Die Berechnung der Wertschöpfung berücksichtigt z.B. nicht, dass den Werbeausgaben von Sponsoren Erträge in gleicher oder größerer Höhe gegenüberstehen.

In welchem Umfang muss die wirtschaftliche Bedeutung gemessen werden, um den volkswirtschaftlichen Nutzen des Systems Profifußball angemessen zu erfassen?

Aus dem Spielbetrieb der genannten Wettbewerbe ergeben sich wirtschaftliche Verflechtungen, Zahlungsströme und Beschäftigungswirkungen, die verschiedene Bereiche der deutschen Volkswirtschaft betreffen. Unterschiedliche Gruppen sind ökonomisch am professionellen Fußball beteiligt und profitieren von ihm (Abbildung 5). Die Gruppen sind aus Gründen der Vergleichbarkeit konsistent mit den Vorperioden, wobei neu aufkommende und stark wachsende Geschäftsfelder wie User-Generated Content (UGC) und digitale Geschäftsmodelle zum ersten Mal in die Betrachtung einbezogen wurden.

Auch die Auswirkungen des Fußballs auf verschiedene Gruppen sind unterschiedlich. Daher differenziert die Untersuchung zwischen direkten, indirekten und induzierten Effekten:

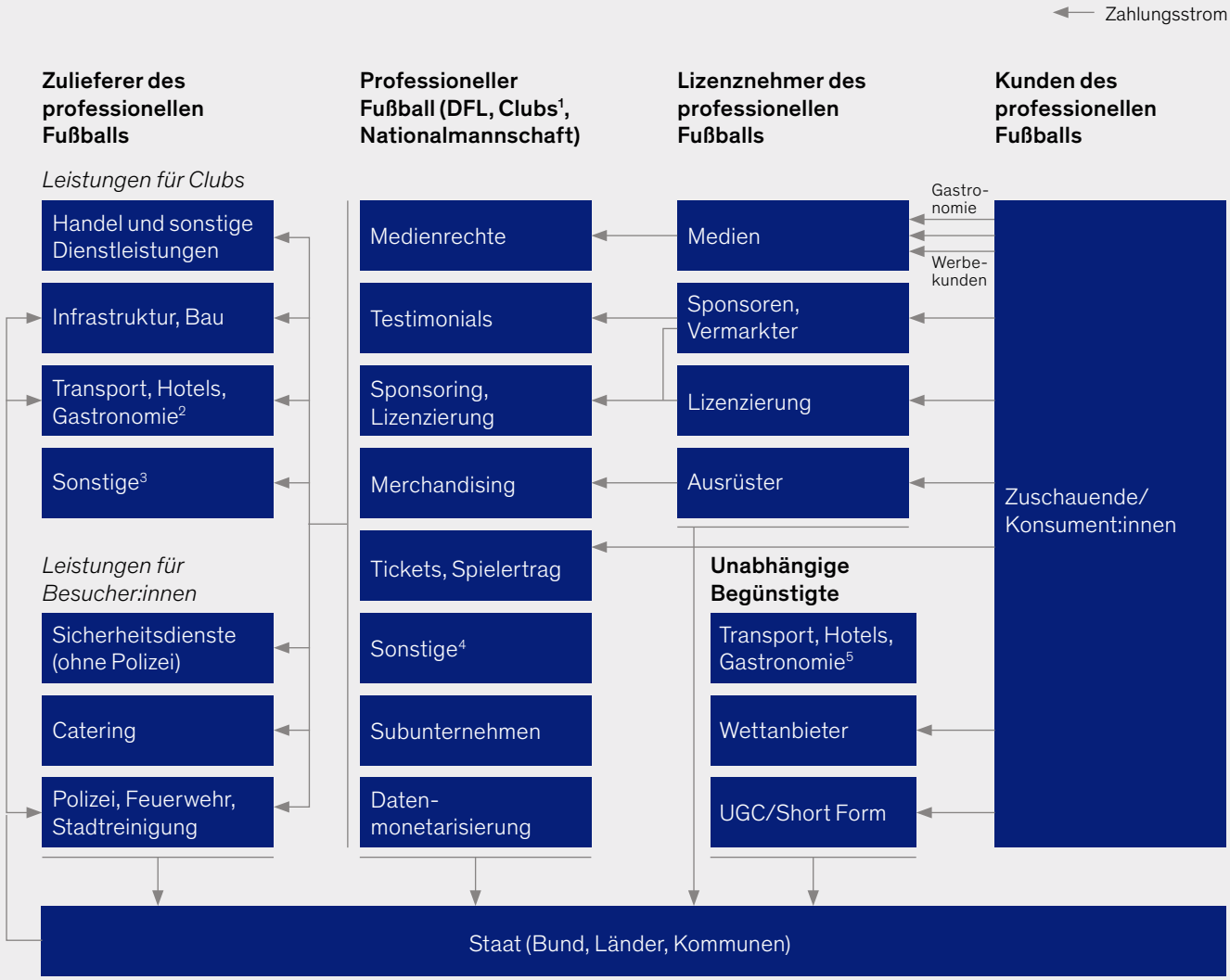
— **Direkter Effekt.** Umsatz, Wertschöpfung und Beschäftigung entstehen unmittelbar bei den Anbietern des professionellen Fußballs, etwa den Clubs und der DFL.

— **Indirekter Effekt.** Umsatz, Wertschöpfung und Beschäftigung entstehen im Umfeld des professionellen Fußballs, etwa bei Lizenznehmern, Zulieferern und unabhängigen Begünstigten.

— **Induzierter Effekt.** Umsatz, Wertschöpfung und Beschäftigung entstehen außerhalb des Profifußballs durch den Konsum der Beschäftigten des Systems, etwa durch Autokäufe oder Restaurantbesuche von Vereinsmitarbeitenden.

Abbildung 5

Beteiligte Gruppen und Zahlungsströme im professionellen Fußball



1. 1. Bundesliga, 2. Bundesliga, inklusive DFB-Pokal; ohne 3. Liga und Frauen-Bundesliga aus Gründen der Vergleichbarkeit zu Vorstudien
2. Nachgefragt durch DFL, Clubs und Nationalmannschaft
3. Leistungen für Schiedsrichter, Verbandsabgaben etc.
4. Z.B. Spielertransfers, Mitgliedsbeiträge
5. Nachgefragt durch Fans

Diese Studie folgt hinsichtlich der Datenbeschaffung und Bewertungsmethoden dem Vorgehen früherer Ausgaben, um konsistente und vergleichbare Ergebnisse zu gewährleisten. Die Daten zu Umsatz, Beschäftigung und Abgaben der Beteiligten stammen aus öffentlich zugänglichen Quellen (z.B. Geschäftsberichten) und wurden in zahlreichen Interviews mit Expert:innen der beteiligten Parteien (z.B. Clubs, Zulieferer, Lizenznehmer) anhand interner Unternehmensdaten validiert. Dabei wurde auf den Ergebnissen der Interviews aus den vorherigen Untersuchungen aufgebaut.

Die vorliegende Untersuchung greift auch auf den DFL Wirtschaftsreport 2024 zurück, der Zahlen zu Beschäftigung, Steuern und Abgaben im Lizenzfußball enthält, die auf internen Daten der Clubs basieren. Diese Studie geht jedoch weit über die Analysen des DFL Wirtschaftsreports 2024 hinaus: Sie berechnet und berücksichtigt zusätzlich indirekte und induzierte Effekte zur Bewertung der volkswirtschaftlichen Relevanz des Systems Profifußball und analysiert die Treiber historischen und zukünftigen Wachstums.

Vor diesem Hintergrund werden im Folgenden die zentralen Kenngrößen der wirtschaftlichen Bedeutung des Systems Profifußball in Deutschland sowie die wesentlichen Aspekte seiner Wachstumsdynamik beleuchtet.

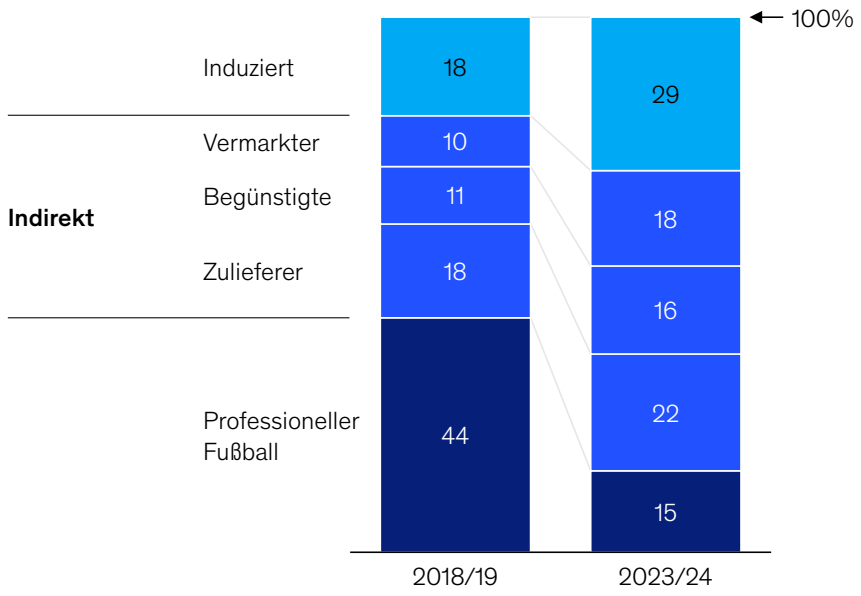
Schlüsselaspekte der Wachstumsdynamik

Das System Profifußball wächst, wenn auch leicht verlangsamt (Abbildung 3). Auffällig ist, dass sich das Wertschöpfungswachstum gegenüber 2018/19 zunehmend verlagert – der Profifußball zieht wirtschaftlich immer größere Kreise und erzielt Wachstum über das Kerngeschäft hinaus. Davon profitieren in der aktuellen Betrachtungsperiode insbesondere die Vermarkter, Begünstigten und Zulieferer, die für 85% des Wachstums verantwortlich sind und jeweils einen deutlich erhöhten Anteil am Gesamtwachstum aufweisen als in der Vorperiode (im Vergleich zu 56% des Wachstums in der Vorperiode, Abbildung 6). Der Profifußball ist damit der Ursprung, aus dem wirtschaftliches Wachstum in anderen Branchen entsteht.

Abbildung 6

Wachstum der Wertschöpfung

in Prozent



Hinweis: Aufgrund von Rundungen können sich geringfügige Differenzen bei der Addition ergeben.

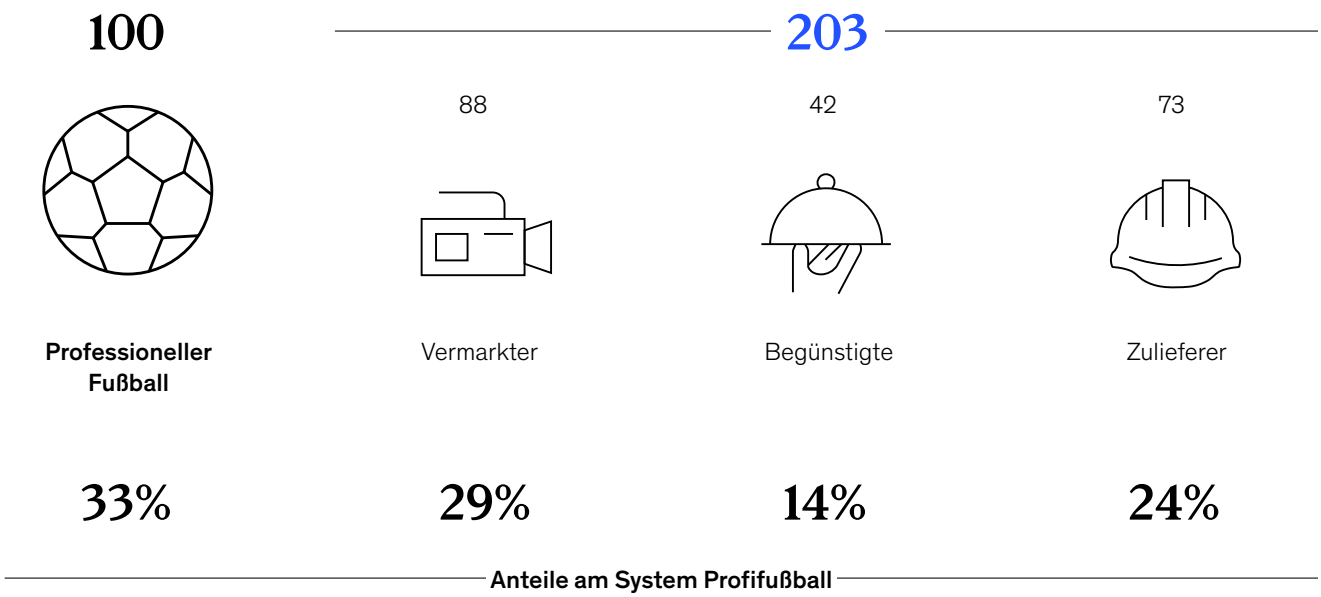
Profitierendes System. Während die Grundlage des Wachstums zwar weiter die Clubs und ihre Spieler als Protagonisten des Profisports bilden, haben in der aktuellen Betrachtungsperiode insbesondere Vermarkter, Begünstigte und Zulieferer überproportional zugelegt, also diejenigen, die vom System Profifußball profitieren. Dies spiegelt sich im verstärkten „Abstrahleffekt" des Profifußballs auf angrenzende Bereiche wieder: 100 EUR an Wertschöpfung, die der Profifußball direkt erwirtschaftet, führen zu einer zusätzlichen Wertschöpfung von 203 EUR in angrenzenden Branchen (im Vergleich zu 177 EUR in 2018/19, Abbildung 7). Zwei Drittel der Wertschöpfung werden somit außerhalb des Profifußballs generiert, was die starke Multiplikatorenwirkung des Fußballs auf die Gesamtwirtschaft unterstreicht. Daher ist es entscheidend, bei der Betrachtung des professionellen Fußballs in Deutschland und seiner wirtschaftlichen Bedeutung das Gesamtsystem in den Blick zu nehmen.

Die Verschiebung der Wachstumsbereiche im Profifußball zeigt sich auch im höheren Beschäftigungswachstum im Vergleich zum realen Wirtschaftswachstum (Abbildung 2).

Abbildung 7

Profifußballbedingte Wertschöpfung in anderen Branchen proportional zu 100 EUR im Profifußball[1]

in EUR



1. Keine Betrachtung induzierter Beschäftigung

Dies liegt daran, dass Vermarkter, Begünstigte und Zulieferer tendenziell eine höhere Beschäftigungsintensität aufweisen. Das Wachstum verlagert sich zunehmend auf Bereiche, die vom Profifußball profitieren. Dies verdeutlicht, wie einflussreich der deutsche Profifußball für das gesamte angeschlossene Ökosystem ist.

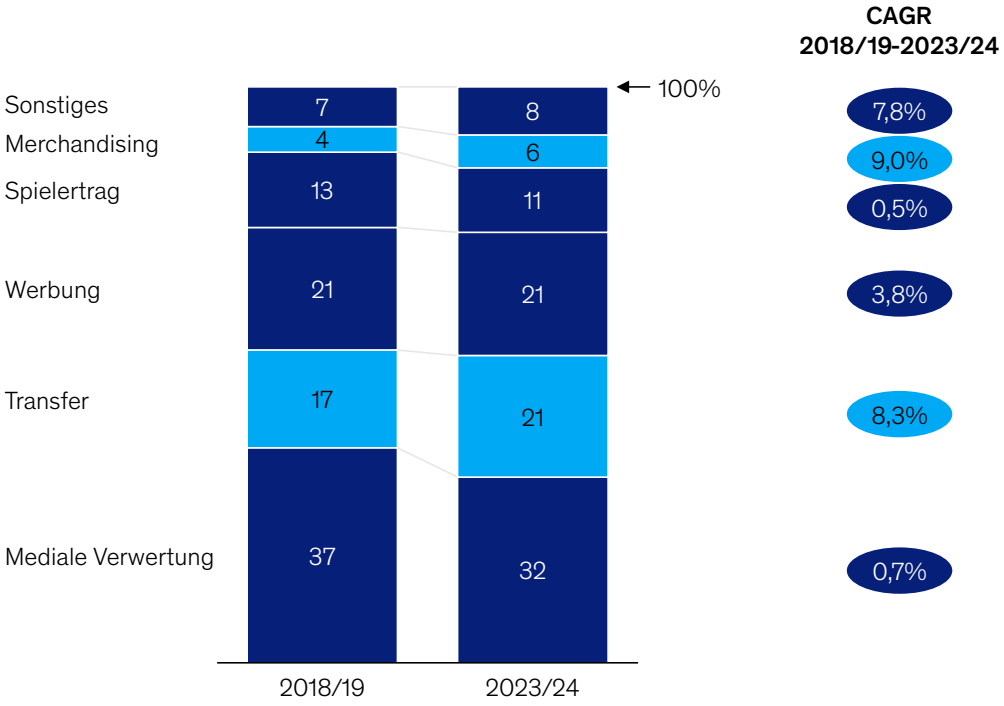
Entwicklungen im Kerngeschäft. Im Kerngeschäft, das die DFL und die Clubs der 1. und 2. Bundesliga umfasst, zeigt der Profifußball eine deutliche Widerstandsfähigkeit. Trotz eines etwas langsameren Wachstums als in der Vorperiode sind die Umsätze vor allem dank gestiegener Transfer- und Merchandising-Einnahmen stetig gewachsen. Das langsamere Wachstum ist neben der durch die Covid-19-Pandemie entstandenen Umsatzeinbußen auch darauf zurückzuführen, dass die Medieneinnahmen, die lange Zeit stark angestiegen waren, im betrachteten Zeitraum stagnierten und nach der Rechtevergabe im Juni 2020 erstmals leicht zurückgingen (Abbildung 8). Trotz dieser nachteiligen Effekte hat es der Profifußball auch in dieser Betrachtungsperiode geschafft, ein positives Wachstum zu erzielen. Zum Teil konnten die höheren Einnahmen aus internationalen Rechten den Rückgang der nationalen Medieneinnahmen ausgleichen. Für die kommende Rechteperiode, die mit der Saison 2025/26 beginnt, wird wieder eine moderate Steigerung der Medieneinnahmen erzielt (Abbildung 9).

Im Vergleich zu den Medieneinnahmen haben sich die Transfer- und Merchandising-Einnahmen in der betrachteten Periode deutlich erhöht. Nachdem sie zuvor nur um 1,3% pro Jahr gewachsen waren, sind die Merchandising-Einnahmen der Vereine von 2018/19 bis 2023/24 knapp 10% pro Jahr gestiegen. Während der Anstieg zum Teil auf eine höhere Zahlungsbereitschaft von Fans und Abstrahleffekte der EM 2024 in Deutschland zurückzuführen ist, spielen hier auch inflationsbedingte Preissteigerungen eine Rolle. Neben den gesteigerten Merchandisingeinnahmen konnten die Clubs auch ihre Erlöse aus Transferentschädigungen in der Saison 2023/24 im Vergleich zur Saison 2018/19 um 332 Mio. EUR, also um 32%, erhöhen.

Abbildung 8

Relative Umsatzverteilung in der Bundesliga

in Prozent

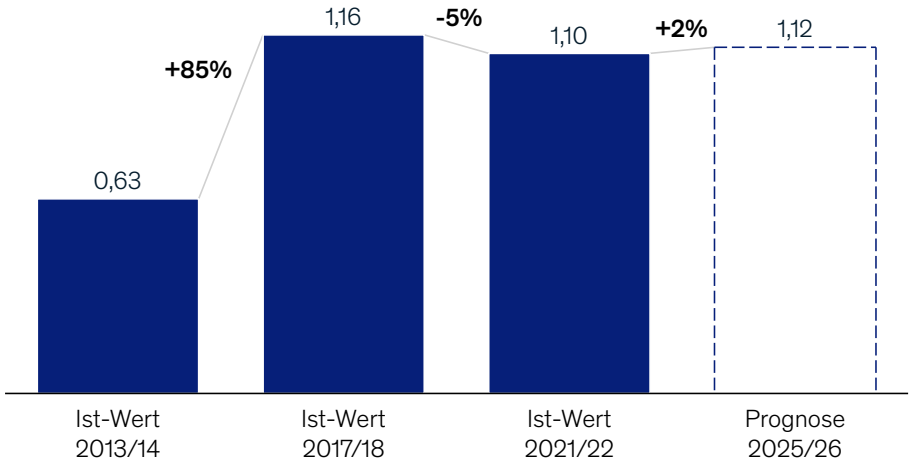


Hinweis: Aufgrund von Rundungen können sich geringfügige Differenzen bei der Addition ergeben.

Abbildung 9

Jährliche Erlöse aus deutschsprachigen Medienrechten

in Mrd. EUR

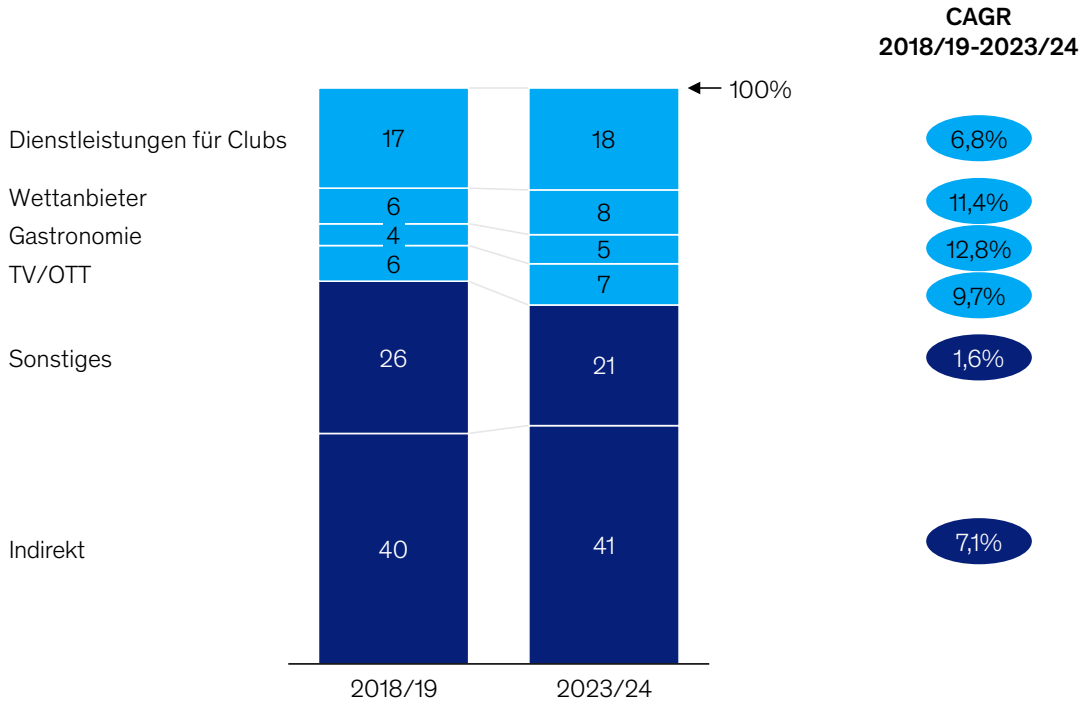


Steigende Relevanz von Vermarktern, Begünstigten und Zulieferern. Der Umsatz aus der Gastronomie wächst am stärksten, gefolgt von Wettanbietern, TV/OTT sowie Dienstleistungen für Clubs – etwa im Einzelhandel, bei Infrastruktur, Bau und Verwaltung. Ein wesentlicher Grund für den Anstieg im Bereich Sportwetten ist die Legalisierung von OnlineSportwetten in Deutschland im Jahr 2020. Dadurch wurden viele Bruttospielerträge, die früher im Ausland erzielt wurden, nun in Deutschland erwirtschaftet. Auch die Umsätze in der Gastronomie und bei den übertragenden TV-Sendern sind im Vergleich zur Vorperiode deutlich gestiegen (Abbildung 10). In der Gastronomie liegt dies vor allem an der höheren Zahlungsbereitschaft der Fans für Fußballerlebnisse in Bars und Restaurants, kombiniert mit generell gestiegenen Preisen.

Abbildung 10

Relative Umsatzverteilung der Vermarkter, Begünstigten und Zulieferer

in Prozent



Hinweis: Aufgrund von Rundungen können sich geringfügige Differenzen bei der Addition ergeben.

Im TV-Bereich hat die Aufteilung der Übertragungen auf Anbieter wie Pay-TV (Sky), OTT (DAZN) und private TV-Sender (ProSiebenSat.1 und Sport1) zu höheren Umsätzen geführt. Zwar hat diese Aufteilung das Wachstum im Bereich Pay-TV verlangsamt, doch mehr Spiele im Free-TV und die zunehmende Bedeutung von OTT-Plattformen sorgten insgesamt für ein jährliches Umsatzwachstum der übertragenden Lizenznehmer um 9,7%.



Die gesellschaftliche Strahlkraft und Relevanz der Bundesliga

Die Bundesliga besitzt eine große wirtschaftliche Bedeutung, was aber nicht zwangsläufig mit gesellschaftlicher Relevanz einhergehen müsste. Doch auch in der Gesellschaft scheint die Bundesliga allgegenwärtig: So zieht die Bundesliga im Schnitt über 350.000 Fans pro Woche in die Stadien, und auch in der 2. Bundesliga sind es mehr als 260.000.[4] Zudem erreichen beide Ligen zahlreiche weitere Zuschauende vor dem Fernseher.[5] Dennoch ist ihre Rolle nicht unumstritten, denn einige Fans empfinden den Fußball als zu kommerzialisiert oder kritisieren die hohen Gehälter im Profifußball.[6,7] Zudem rücken Konflikte zwischen Fangruppen sowie zwischen Fans und Polizei das Thema öffentliche Sicherheit zunehmend in den Fokus politischer Diskussionen.[8]

Für eine ganzheitliche Analyse der Wirkung des Systems Profifußball in Deutschland bleiben daher einige Fragen offen: Welche Relevanz und welchen Einfluss hat die Bundesliga auf die Gesellschaft? Auf welchen Grundpfeilern basiert ihre Relevanz und wie kann sie ihre Rolle in der Gesellschaft stärken?

Die Ergebnisse unserer Analyse vermitteln ein klares Bild: Die Bundesliga zählt nicht nur zu den beliebtesten Freizeitaktivitäten in Deutschland, sondern sie vereint auch viele unterschiedliche gesellschaftliche Gruppen. Ihre Wirkung auf die Gesellschaft ist in vielen Bereichen stark positiv. Die Basis dafür bilden vier Säulen, die kontinuierlich zu pflegen sind, um den gesellschaftlichen Einfluss zu bewahren und zu stärken. Im Folgenden gehen wir auf die genannten Punkte detailliert ein.

Methodische Grundlage der Analyse zur gesellschaftlichen Bedeutung

Die methodische Grundlage der Analyse zur gesellschaftlichen Bedeutung umfasst drei Elemente: eine repräsentative Umfrage, die Integration von Sekundärdaten und Experteninterviews. Zunächst wurde eine repräsentative Umfrage unter mehr als 1.000 Personen in Deutschland durchgeführt, deren Ergebnisse in absoluten Zahlen sowie im Vergleich zu anderen Kultur- und Freizeitaktivitäten analysiert wurden. Darüber hinaus flossen Sekundärdaten in die Analyse ein (z.B. wissenschaftliche Studien, Presseberichte, Vereins- sowie DFL-Daten). Erkenntnisse aus Interviews mit Expert:innen, Fans und weiteren Beteiligten rundeten das Gesamtbild ab.

Definition des gesellschaftlichen Einflusses

Unsere Untersuchung orientiert sich an der OECD-Definition des Begriffs „social impact“ (gesellschaftlicher Einfluss). Laut OECD sind dafür zwei Bereiche relevant: erstens der soziale Wert, den die Aktivitäten einer Organisation verursachen, und zweitens die Veränderung des Wohlbefindens der Menschen sowie ihrer Umwelt.[9] Analysen zum gesellschaftlichen Einfluss unterscheiden außerdem oft zwischen kollektiven und individuellen Auswirkungen auf die Gesellschaft.[10,11] Auch wir unterscheiden zwischen Effekten auf die Gesellschaft als Ganzes (kollektiv) und auf Einzelne (individuell), um den Einfluss der Bundesliga im Detail zu betrachten.

Aktueller Kontext

Der Austausch über gesellschaftliche Herausforderungen und politische Debatten (z.B. soziale Gerechtigkeit[12], Wirtschaft[13], Migration[14]) befindet sich im Wandel. Traditionelle Treffpunkte verlieren an Bedeutung – Vereine und Freiwilligenorganisationen verzeichnen sinkende Mitgliederzahlen.[15] Gleichzeitig führt die zunehmende Arbeit im Homeoffice zu einem reduzierten sozialen Austausch.[16,17] Parallel dazu verbringen die Menschen in Deutschland rund 70 Stunden pro Woche online – Tendenz steigend.[18] Dieser digitale Austausch erfolgt oft anonym oder in der eigenen sozialen Blase („bubble“).[19] Umso wichtiger ist es, einen Ort zu schaffen, der den gesellschaftlichen Austausch sowohl in der physischen Welt als auch im digitalen Raum ermöglicht, ihn gezielt fördert und unter klaren Rahmenbedingungen moderiert.

Einflüsse der Bundesliga auf die Gesellschaft

Die Bundesliga hat das Potenzial, ein solcher Ort des Austauschs zu sein. Unsere Analyse zeigt, dass die Bundesliga zu den beliebtesten Freizeitaktivitäten in Deutschland zählt: 41% der Befragten sehen sie in den Top 3 ihrer Freizeitbeschäftigungen (Abbildung 12). Während etwa jeder 300. EUR, der in der Wirtschaft verdient wird, durch den Profifußball erzeugt wird, beeinflusst dieser gleichzeitig das Leben nahezu jeder zweiten Person in Deutschland.

Die Beliebtheit ist dabei weitgehend unabhängig von Alter, Einkommenslevel und wohnortspezifischen Faktoren. Relevante Abweichungen ergeben sich nur zwischen Männern und Frauen, wobei auch knapp jede dritte Frau die Bundesliga zu ihren Top-3-Aktivitäten zählt (Abbildung 13).

Abbildung 12

Bundesliga unter den Top-3-Kultur- und -Freizeitaktivitäten der Befragten

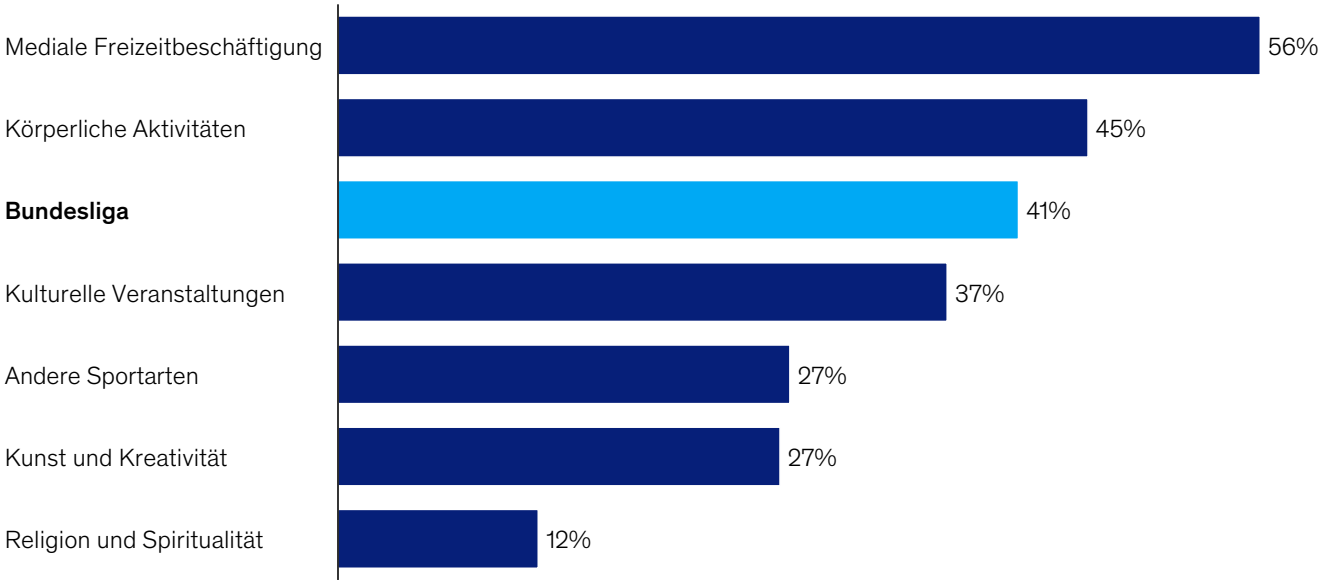
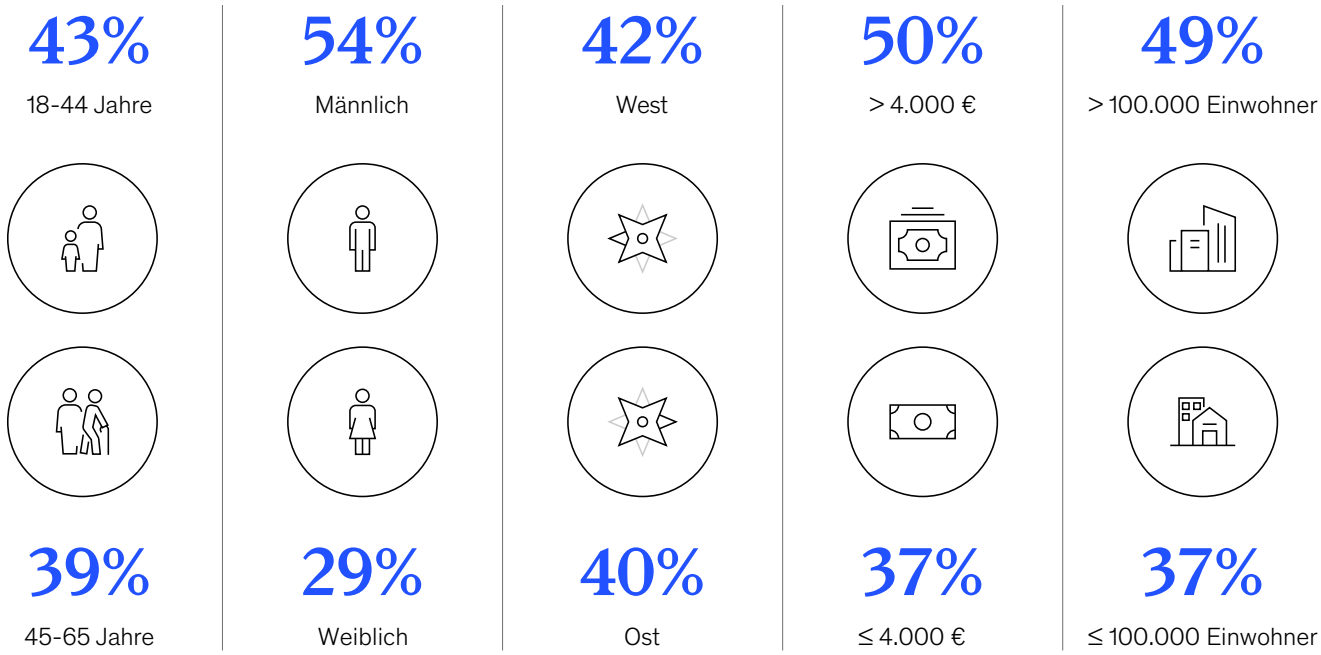


Abbildung 13

Einordnung Bundesliga als Top-3-Aktivität entlang gesellschaftlicher Gruppen



Dimensionen des kollektiven Einflusses der Bundesliga

Unsere Analyse zeigt den positiven kollektiven Einfluss der Bundesliga, d.h. die Auswirkungen auf die Gesellschaft als Ganzes (z.B. Wertegemeinschaften und zivilgesellschaftliches Engagement). Der kollektive Einfluss der Bundesliga manifestiert sich in fünf Dimensionen: Sie bietet Treffpunkte, fördert soziale Projekte und motiviert zum Ehrenamt, repräsentiert Regionen, vermittelt Werte und stärkt den gesellschaftlichen Zusammenhalt (Abbildung 14). In all diesen Aspekten hebt sich die Bundesliga von den meisten anderen Kultur- und Freizeitaktivitäten ab.

Schaffen von Treffpunkten. Mehr als 20% der Befragten sehen die Bundesliga als regelmäßigen Treffpunkt, führend vor anderen Sportarten und kulturellen Veranstaltungen. Weitere Zahlen bestätigen das: Bundesligastadien haben mit 95% die höchste Auslastung in Europa.[20] Zudem bestätigen Fußballinteressierte, dass sie sich im Zuge des Fußballs mit Menschen aus anderen Kulturen austauschen und auch fußballfremde Themen (u.a. Politik und Wirtschaft) diskutieren. Jedoch besteht Bedarf im Hinblick auf die Zugänglichkeit des Treffpunkts Bundesliga: 44% wünschen sich niedrigere Ticketpreise, und die hohe Anzahl an Dauerkarten deutet auf geringe Durchlässigkeit hin.[21]

Förderung von sozialen Projekten und Ehrenamt. Keine andere Freizeitaktivität motiviert so viele der Befragten zu sozialem Engagement wie der Fußball (24%). Andere Datenpunkte bestätigen diesen Eindruck – insgesamt engagieren sich in Deutschland 1,7 Millionen Menschen ehrenamtlich für den Fußball auf allen Ebenen.[22] Die aktiven Fanszenen der Bundesliga organisieren z.B. regelmäßig Spendenaktionen für soziale Zwecke oder Aktionsspieltage.[23,24] Dieses Engagement baut dabei Brücken zwischen dem professionellen Sport und der Gesellschaft. Expert:innen betonen jedoch, dass die Bundesliga (insbesondere die Clubs und die DFL) solche sozialen Projekte glaubwürdig und langfristig gestalten müssen und sie nicht als kurzfristige Marketingaktionen ausüben dürfen.

Repräsentation von Regionen. Die Bundesligavereine haben eine immense Strahlkraft in ihren Regionen und darüber hinaus. Ein Drittel der Befragten sieht sie als Botschafter ihres Wohnorts (34%); unter Fußballfans sind es sogar 84%. Diese Wahrnehmung ist

über Dörfer, Kleinstädte und Großstädte konstant. Acht Vereine der Bundesliga haben mehr als 100.000 Mitglieder, würden also als eigene Großstadt zählen.[25] Der empfundene „Regionalstolz“ übertrumpft dabei oft die sportlichen Leistungen, wie die hohen Zuschauerzahlen bei Traditionsclubs in den unteren Ligen zeigen. Doch es zeigt sich auch der umgekehrte Effekt: Menschen ohne regionalen Bezug – mit Wohnort in Bundesländern ohne Erstligisten – interessieren sich weniger für Fußball und ordnen die Bundesliga weniger häufig unter den Top 3 ihrer Freizeitaktivitäten ein als der Durchschnitt (minus 5 Prozentpunkte).

Vermittlung von Werten. 32% der Befragten bestätigen, dass die Bundesliga zur Förderung gemeinsamer Werte beiträgt. Teilnehmende der Befragung nannten Werte wie Zusammenhalt, Teamgeist, Integration sowie Durchsetzungs- und Leistungsvermögen als besonders relevant im Kontext der Bundesliga. Dabei können sowohl Spieler als auch Funktionäre als Vorbilder dienen und sich öffentlich für Werte einsetzen, etwa gegen Extremismus.[26] Unsere Analyse zeigt jedoch auch einen wahrgenommenen Authentizitätsverlust, was die Vermittlung von Werten erschwert. Einige Fans empfinden den Fußball als zunehmend entfremdet – u.a. aufgrund hoher Spielergehälter und Kommerzialisierung. Zudem wird der Fußball mit negativen Aspekten wie hohem Alkoholkonsum in Verbindung gebracht. Expert:innen verweisen daher auf ein Spannungsfeld: Wo kann (oder muss) der Fußball als Vorbild agieren, und wo stößt er an seine Grenzen der Verantwortung?

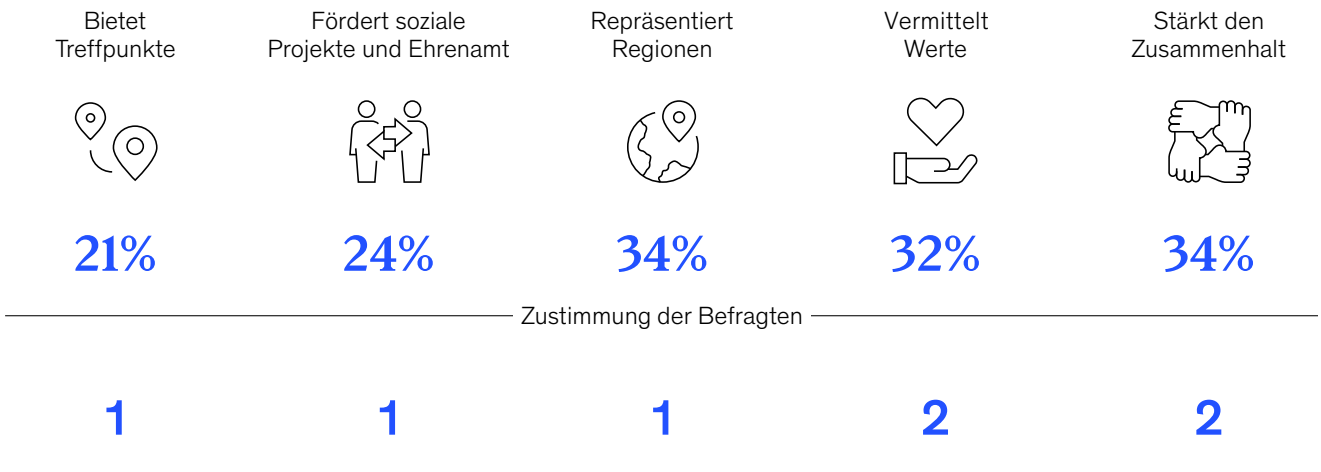
Zusammenführung unterschiedlicher Gesellschaftsgruppen. Mehr als ein Drittel der Befragten (34%) bestätigt, dass die Bundesliga den Zusammenhalt verschiedener Gesellschaftsgruppen fördert. Auch ihre Rolle bei der Integration von Menschen aus dem Ausland wird als hoch eingeschätzt. Mit Spielern aus 60 Nationen zeigt der Profifußball, wie interkultureller Austausch in einer Gesellschaft funktionieren kann.[27]

Dimensionen des individuellen Einflusses der Bundesliga

Neben der kollektiven Wirkung hat der Fußball auch einen starken Einfluss auf das Leben der einzelnen Menschen, vor allem in ihrem Alltag. Unsere Analyse zeigt, dass die Bundesliga in diesem Bereich im Vergleich zu anderen Kultur- und Freizeitaktivitäten überdurchschnittlich gut abschneidet und Menschen auf fünf Ebenen beeinflusst: Sie schafft und stärkt soziale Verbindungen, fördert die Identitätsbildung, bietet Gelegenheit zur Ablenkung, ermöglicht das Ausleben von Emotionen und steigert das individuelle Wohlbefinden (Abbildung 15).

Abbildung 14

Dimensionen des kollektiven Einflusses der Bundesliga



Schaffung und Stärkung sozialer Bindungen. Für fast ein Drittel der Befragten (30%) spielt die Bundesliga eine zentrale Rolle im sozialen Miteinander, unabhängig von Geschlecht und Alter. Sie bietet nicht nur der Mehrheit der Fans (72%) die Möglichkeit, soziale Kontakte aufzubauen, sondern liefert auch 69% der Befragten regelmäßig Gesprächsthemen im Freundeskreis. Expert:innen betonen, dass der Fußball besonders durch seine Konstanz eine starke Wirkung hat und sich dadurch von anderen Sportarten abhebt. Während andere Sportarten oft nur zeitweise im Fokus stehen, bleibt der Fußball das ganze Jahr über präsent und übt seit Jahrzehnten eine Faszination aus.

Förderung der Identitätsbildung. Die Bundesliga ist für viele Menschen ein zentraler Bestandteil ihrer persönlichen Identität. Mit 30% Zustimmung gehört die Bundesliga zu den Top 3 der Freizeitaktivitäten. Gleichzeitig ist die Identifikation mit dem Fußball unabhängig von der Höhe des Haushaltseinkommens. Die große Bedeutung spiegelt sich auch in den hohen Mitgliederzahlen wider: Rund 2 Millionen Menschen sind Mitglied eines Bundesligavereins und betrachten sich als festen Bestandteil ihres Clubs.[28]

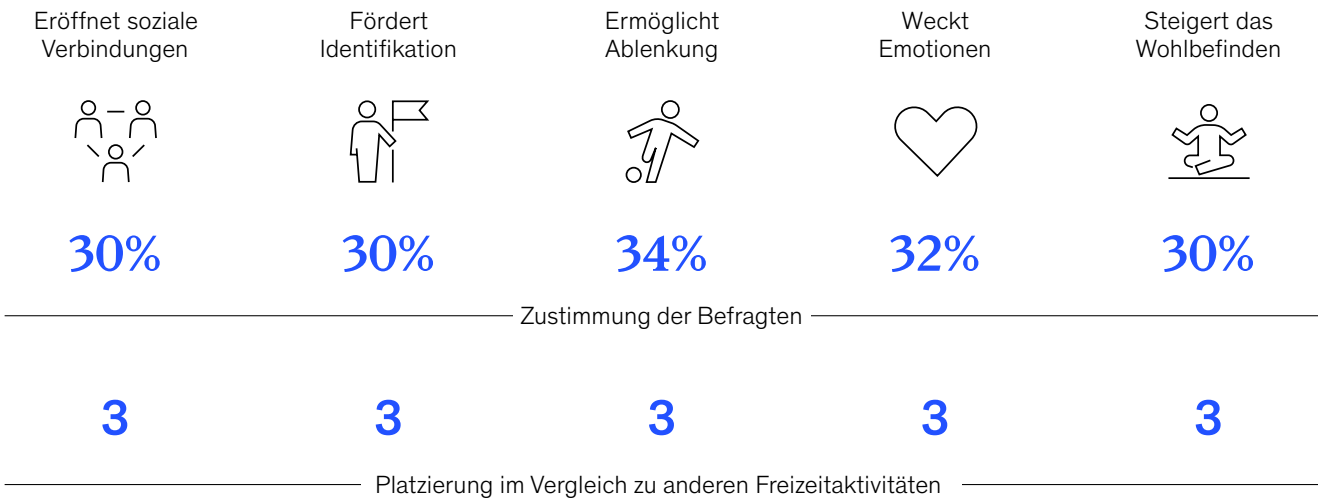
Gelegenheit zur Ablenkung. Für viele Befragte ist die Bundesliga eine willkommene Auszeit vom Alltag: Ein Drittel nutzt sie zur Ablenkung, womit sie den dritten Platz unter den Freizeitaktivitäten belegt – hinter Medienkonsum und sportlicher Betätigung. Besonders geschätzt wird diese Auszeit von der Altersgruppe der 45- bis 54-Jährigen. Für viele ist die Bundesliga ein fester Bestandteil ihrer Routine. Knapp drei Viertel der Befragten mit Interesse an Fußball verfolgen wöchentlich ein Bundesligaspiel, besuchen die Stadien der Liga oder sind Mitglied eines Bundesligavereins.

Ausleben von Emotionen. Für 32% der Befragten – unabhängig von Einkommen oder Geschlecht – ist die Bundesliga eine Gelegenheit, ihre Emotionen auszuleben. Der Fußball weckt dabei eine breite Palette menschlicher Gefühle: von Freude über Anspannung bis hin zu Trauer und Ärger.[29] Er bietet dabei einen Fluchtpunkt aus dem Alltag.

Steigerung des Wohlbefindens. Die Bundesliga sorgt bei vielen Menschen dafür, dass sie sich besser fühlen (30%). Besonders bei jungen Erwachsenen im Alter von 25 bis 34, die sich oft einsam fühlen, steigert die Bundesliga das Wohlbefinden laut unserer Umfrage überdurchschnittlich.[30] Expert:innen warnen jedoch, dass Fußball auch negative Auswirkungen haben kann, wie Sportwettensucht oder übermäßigen Alkoholkonsum.[31,32] Initiativen wie der alkoholfreie Getränkestand am Millerntor beim FC St. Pauli zeigen, dass diese Herausforderungen bereits angegangen werden.[33]

Abbildung 15

Dimensionen des individuellen Einflusses der Bundesliga



Grundpfeiler der gesellschaftlichen Bedeutung der Bundesliga

Die Ergebnisse unserer Analyse unterstreichen die immense gesellschaftliche Relevanz der Bundesliga. Diese stützt sich auf vier tragende Säulen, die sich aus unserer Untersuchung ableiten ließen: breite Zugänglichkeit für alle Bevölkerungsgruppen, gemeinsames Erleben von Emotionen, Schulterschluss mit lokalen und sozialen Initiativen sowie der Fußballbasis und schließlich Balance zwischen Tradition und Moderne (Abbildung 16).

Breite Zugänglichkeit für alle Bevölkerungsgruppen. Die Bundesliga hat durch ihre enorme Reichweite einen Einfluss auf die Gesellschaft. Der professionelle Fußball profitiert von der Vielfalt der Bevölkerungsgruppen, die Austausch, Diskussion und Verbundenheit fördern. Erschwingliche Ticketpreise (44%) und eine breite Zugänglichkeit zu Übertragungen (39%) werden von den Befragten als zentrale Faktoren für die gesellschaftliche Bedeutung des Profifußballs genannt. Hier kann die Bundesliga im Vergleich bereits punkten: Vier der zehn günstigsten Dauerkarten in Europas Top-5-Ligen stammen von Bundesligaclubs.[34] Auch im TV ist die Bundesliga präsent: Mit 1,6 Milliarden Zuschauenden ist sie die zweitmeistgesehene europäische Fußballliga weltweit.[35]

Allerdings könnten wirtschaftliche und soziale Umstände die breite Zugänglichkeit limitieren. Die Kosten für TV-Abonnements (Sky und DAZN) sind deutlich gestiegen, was vor allem für junge Menschen und (Noch-)Nicht-Fußballfans eine Hürde darstellen kann.[36] Zudem zeigen Gespräche mit Expert:innen, dass etablierte Strukturen im Fußball oft dazu führen, dass gelegentliche Stadionbesucher:innen nur schwer Zugang zu Tagestickets erhalten.[37]

Gemeinsames Erleben von Emotionen. Die Bundesliga gewinnt für viele Menschen an Relevanz durch das gemeinsame Erleben emotionaler Momente. Unsere Analyse identifiziert zwei wesentliche Gründe dafür: Erstens verstärkt das Gemeinschaftserlebnis der Bundesliga ihre Reichweite durch Netzwerkeffekte. Häufig erleben Menschen ihr erstes Bundesligaspiel im Familien- oder Freundeskreis, was ihr Interesse weckt. Später ziehen sie bei weiteren Spielen andere Freund:innen mit, die ebenfalls begeistert werden. Zweitens fungiert die Bundesliga auch als verbindendes gesellschaftliches Ritual, dem Menschen regelmäßig zu ähnlichen Zeiten nachgehen. Expert:innen betonen die Flexibilität dieses Rituals: Ob im Stadion, in der Bar oder im eigenen Heim vor dem Fernseher – die Bundesliga vermittelt ein starkes Gemeinschaftsgefühl, unabhängig vom Ort des Erlebens.

Abbildung 16

Vier Grundpfeiler der gesellschaftlichen Bedeutung



Breite Zugänglichkeit für alle Bevölkerungsgruppen



Erleben von Freude, Emotionen und Leidenschaft im Kollektiv



Schulterschluss mit lokalen und sozialen Initiativen sowie mit der Fußballbasis



Balance zwischen der Bewahrung von Traditionen und der Offenheit für Moderne

Das gemeinsame Erlebnis vieler Menschen in Stadien bringt jedoch auch Herausforderungen mit sich. Vereinzelt entstehen Reibungspunkte zwischen langjährigen Traditionen der Fankultur und den Sicherheitsvorschriften für die Veranstalter im Stadion. Expert:innen nennen gegenseitiges Verständnis und einen offenen Austausch zwischen allen Beteiligten – Fans, Clubs und Behörden – als Schlüssel zum Erfolg.

Schulterschluss mit lokalen und sozialen Initiativen sowie der Fußballbasis. Die gesellschaftliche Bedeutung der Bundesliga reicht weit über den Profifußball hinaus und basiert auf der engen Zusammenarbeit mit lokalen und sozialen Initiativen sowie mit dem Jugend-, Amateur- und Seniorenfußball. Vor allem im Jugendbereich sichert der Amateurfußball das nachhaltige Interesse am Sport und fördert die Begeisterung für die Bundesliga. Dieses Engagement ermöglicht es Fußballprofis, als Vorbilder zu wirken und positive gesellschaftliche Impulse zu setzen. Unsere Analyse zeigt, dass für 29% der Befragten die Ausweitung des sozialen Engagements zu den drei wichtigsten Maßnahmen gehört, um die Rolle der Bundesliga in der Gesellschaft zu stärken. Die Bundesliga engagiert sich bereits in verschiedenen Initiativen, etwa für Antidiskriminierung, Wertevermittlung und Umweltschutz. Proficlubs unterstützen zum Teil entsprechende Projekte in ihrer Heimatregion, und Nachhaltigkeit ist inzwischen ein Lizenzierungskriterium der DFL.[38,39] Expert:innen warnen jedoch, dass die zunehmende Professionalisierung der Bundesliga – verbunden mit einem Rückgang des Austauschs zwischen Fans und ihren Idolen – die Bindung zur Basis schwächen könnte.

Balance zwischen Tradition und Moderne. Ein weiterer zentraler Pfeiler der gesellschaftlichen Bedeutung des Fußballs ist die Balance zwischen Tradition und Moderne. Für viele Fans zählen Tradition und Authentizität der Bundesliga zu den wichtigsten Unterscheidungsmerkmalen gegenüber anderen europäischen Ligen und Sportarten. Im Vergleich zur Champions League, Premier League und La Liga wird die Bundesliga als deutlich traditionsbewusster wahrgenommen.[40] Gleichzeitig ist die Kommerzialisierung für 36% der Befragten der Hauptgrund, warum sie sich nicht als Fußballfans bezeichnen. Der Balanceakt zwischen Tradition und Moderne ist daher ein entscheidender Faktor für die künftige gesellschaftliche Bedeutung der Bundesliga.



Ausblick: So bleibt die Bundesliga „mehr als nur ein Spiel“

Unsere Analyse zeigt: Die Bundesliga ist mehr als nur ein Spiel. Die wirtschaftlichen Kennzahlen des professionellen Fußballs in Deutschland im Allgemeinen und des indirekt vom Fußball profitierenden Ökosystems im Besonderen haben sich erneut positiv entwickelt. Diese wirtschaftliche Stärke ist eng verbunden mit der hohen gesellschaftlichen Relevanz der Bundesliga – sowohl auf kollektiver als auch auf individueller Ebene. Beides langfristig zu bewahren, ist jedoch kein Selbstläufer und bringt große Verantwortung mit sich.

Im gesellschaftlichen Bereich stützt sich der Einfluss der Bundesliga auf vier Grundpfeiler: breite Zugänglichkeit, gemeinsames Erleben von Emotionen Zusammenarbeit mit lokalen und sozialen Initiativen sowie die Balance zwischen Tradition und Moderne. Diese Aspekte sollten kontinuierlich geprüft, gepflegt und gemeinsam mit wichtigen Stakeholdern wie z.B. Fanvertretungen weiterentwickelt werden. Vor diesem Hintergrund ergeben sich zwei richtungsweisende Fragen:

— Wie kann die Bundesliga ihre Multiplikatorenwirkung auf wirtschaftlicher Seite ausbauen, um als Impulsgeber den Wirtschaftsstandort Deutschland nachhaltig zu fördern?

— Wie kann die Bundesliga sicherstellen, dass ihre gesellschaftliche Relevanz weiterhin nachhaltige und langfristig positive Auswirkungen auf die Gesellschaft hat?

Die Diskussion dieser Fragen ist in Zeiten wirtschaftlichen Wandels und zunehmender gesellschaftlicher Unsicherheit wichtiger denn je. Gesellschaftliche und wirtschaftliche Belange sind dabei eng miteinander verflochten. Wenn beides gemeinsam betrachtet wird, kann die Bundesliga ihren Einfluss weiter ausbauen und „mehr als nur ein Spiel“ bleiben.

Ansprechpartner

Paul Küderli

E-Mail: Paul_Kuederli@mckinsey.com

Dr. Tilman Tacke

E-Mail: Tilman_Tacke@mckinsey.com

Autoren

Dr. Jörn Küpper – Senior Partner

Dr. Klaus Behrenbeck – Senior Partner

Paul Küderli – Partner

Dr. Tilman Tacke – Partner

Tabi Bude – Junior Partner

Dr. Nicolas Schreiber – Projektleiter

Fabian Degenhardt – Projektleiter

Ulrich Lang – Berater

Moritz Pinkenburg – Berater

Kolja Schmid – Berater

Endnoten

1 Laut Statistischem Bundesamt: Bruttowertschöpfung der Land- und Forstwirtschaft, Fischerei in der Periode von Q3/2023 bis einschließlich Q2/2024 von 34,35 Mrd. EUR

2 Aus Gründen der Vergleichbarkeit der Studienergebnisse wurde erneut darauf verzichtet, die 3. Liga aufzunehmen. Auch der relativ geringe Anteil der 3. Liga am Gesamtumsatz der deutschen Profiligen von ca. 4% rechtfertigt dieses Vorgehen.

3 Durch eSports erzielte Umsätze der DFL sowie von Vereinen der 1. und 2. Bundesliga sind wie in der Vorperiode in der Untersuchung berücksichtigt, nicht jedoch die mit eSports zusammenhängende Wertschöpfung außerhalb von Vereinen oder der DFL.

4 Transfermarkt (2025), Besucherzahlen 23/24: 1. Bundesliga, 2. Bundesliga

5 Der Informationsdienst des Instituts der deutschen Wirtschaft (2024), Die beliebtesten Sportarten in Deutschland

6 DER SPIEGEL (2024), Mehrheit der Stadionbesucher und TV-Zuschauer lehnt DFL-Investorendeal ab

7 Süddeutsche Zeitung (2023), Spiel ohne Grenzen: Bundesliga wird zur Liga der Millionäre

8 Deutschlandfunk (2024), Mangelnde Kommunikation verschärft den Konflikt

9 OECD (2023), Policy Guide on Social Impact Measurement for the Social and Solidarity Economy

10 European Commission (2024), Measuring social impact: a new era for the social economy?

11 Bundeszentrale für politische Bildung (2016), Vom Spiel zum Spektakel: Der gesellschaftliche Erfolg des Fußballs

12 Tagesschau (2023), Wieder mehr Ungleichheit bei Einkommen

13 Destatis (2025), Bruttoinlandsprodukt im Jahr 2024 um 0,2 % gesunken

14 Destatis (2025), Bevölkerung im Jahr 2024 um 100 000 Menschen gewachsen

15 Ziviz (2023), Zivilgesellschaft in Krisenzeiten: Politisch aktiv mit geschwächten Fundamenten

16 Destatis (2024), Erwerbstätige, die von zu Hause aus arbeiten

17 Barmer (2021), Isolation durch Homeoffice – Homeoffice verstärkt soziale Abgrenzung

18 Postbank (2024), Studie: Jugendliche sind wieder mehr online – auch für Schule, Ausbildung oder Studium

19 Max-Planck-Gesellschaft (2022), Wie gefährlich sind digitale Medien für die Demokratie?

20 DFL (2024), Ticketabsatz 2023/24: Deutscher Profifußball sorgt für Rekorde

21 Kicker (2024), Von 6100 bis 55.000: Das Dauerkarten-Ranking der Bundesliga

22 DFL (2024), Der deutsche Fußball sagt „Danke ans Ehrenamt“

23 Faszination Fankurve (2024), Soziale Aktionen der aktiven Fanszenen im Überblick

24 NDR (2024), Demo gegen rechts: HSV-Supporters und St. Pauli rufen zur Teilnahme auf

[25] DFL (2024), Vereinsmitglieder in Clubs der Bundesliga und 2. Bundesliga (internes Dokument)

[26] Deutsche Welle (2024), Vereine der Fußball-Bundesliga protestieren gegen rechts

[27] Transfermarkt (2025), Ausländische Spieler: 1. Bundesliga, 2. Bundesliga

[28] DFL (2024), Vereinsmitglieder in Clubs der Bundesliga und 2. Bundesliga (internes Dokument)

[29] Markus Gerke und Michael Mutz (2019), Fußballturniere als soziale und emotionale Medienevents – Eine empirische Analyse zum Emotionserleben des Fernsehpublikums bei Spielen der deutschen Fußballnationalmannschaft

[30] Bundesinstitut für Bevölkerungsforschung, Pressemitteilung „Einsamkeit im jungen und mittleren Erwachsenenalter hat zugenommen – besonders unter jungen Menschen“, 29. Mai 2024

[31] Frankfurter Rundschau (2024), Experte warnt vor Sportwetten: „Eine unbehandelte Spielsucht ist lebensgefährlich“

[32] Taz (2024), Alkoholkonsum von Fußball-Fans: Keiner soll mehr rein

[33] Ebenda

[34] OneFootball (2024), Most expensive and most affordable season tickets in Europe: Arsenal and Brest lead the lists

[35] Statista (2025), Durchschnittliche Zuschauerzahlen europäischer Fußballligen in der Saison 2024/2025

[36] Statista (2024), Teures Fanleben

[37] Universität Münster (2016), Der durchschnittliche Stadionbesucher

[38] ONE8Y (2021), Studie zum freiwilligen gesellschaftlichen Engagement des deutschen Profifußballs

[39] DFL, Pressemitteillung „Clubs der Bundesliga und 2. Bundesliga beschließen erstmals Nachhaltigkeitskriterien für Lizenzierungsordnung“, 30. Mai 2022

[40] DFL (2023), Grundlagenstudie 2023 (internes Dokument)

Mehr als nur ein Spiel
Die wirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung der Bundesliga
Februar 2025
Copyright © McKinsey & Company

www.mckinsey.com