

## Erstligasport – ohne Sponsoren im Abseits

**Die neue Spielzeit im Fußball, Handball, Volleyball, Basketball und Eishockey der Frauen und Männer hat soeben begonnen oder steht unmittelbar bevor. In der Saison 2017/2018 verteilen sich die 135 Teams der ersten Liga deutschlandweit auf 95 Städte. Unangefochtene Hochburg ist die Sportmetropole Berlin mit sieben Teams gefolgt von München mit vier Mannschaften. Dagegen gibt es in Hamburg nur noch einen Verein – ebenso in Mecklenburg-Vorpommern und im Saarland. Inzwischen ist ein dauerhafter Spielbetrieb in der höchsten Spielklasse ohne finanzstarke Sponsoren nicht mehr denkbar. Von Thomas Zimmermann**

### Jedes Bundesland ist vertreten

Beim Blick auf die aktuelle Saison 2017/2018 und die Vereine der obersten Spielklassen von Fußball, Handball, Volleyball, Basketball und Eishockey der Frauen und Männer entsteht ein abwechslungsreiches Deutschlandbild (**Karte 1**). Alle Bundesländer sind mit mindestens einem Verein in der ersten Liga vertreten. Zahlreiche Vereine existieren in den bevölkerungsreichen Ländern Nordrhein-Westfalen (26 Vereine mit Spielstätten in 22 Städten), Baden-Württemberg (25/17) und Bayern (23/17). In Ostdeutschland (ohne Berlin) sind überdurchschnittlich viele Frauenteams vertreten. Zudem werden einzelne Regionen durch bestimmte Sportarten repräsentiert: z. B. Nordbayern vom Basketball, Württemberg und Westfalen vom Handball, das Ruhrgebiet vom Fußball. Berlin ist die unangefochtene Sporthauptstadt. Bei den Männern sind alle fünf Sportarten vertreten, und lediglich beim Frauenhandball und -basketball gehen die Fans leer aus. Aber im benachbarten Potsdam ist immerhin der Frauenfußball beheimatet (siehe auch Bode/Hanewinkel 2011).

### Dauerhafte Präsenz in der ersten Liga

Von Bedeutung für eine dauerhafte Präsenz in der obersten Spielklasse sind finanzstarke Sponsoren sowie eine erstligataugliche Spielstätte, die beispielsweise bestimmte Voraussetzungen im Bereich der Zuschauerkapazität erfüllen muss. **Karte 2** zeigt die Erstliga-Hochburgen. Ausschlaggebendes Kriterium ist, dass die betreffenden Vereine mindestens zehn Mal zwischen der Saison 2005/2006 und 2017/2018 in der höchsten Spielklasse vertreten waren. Das Ruhrgebiet und Berlin sind die Hochburgen für alle fünf Sportarten. In den Verdichtungsräumen von Sachsen, Thüringen, Mecklenburg-Vorpommern und des Saarlandes haben sich die Frauenligen besonders stark etabliert. Außerhalb der Verdichtungsräume gibt es dagegen nur vereinzelt Sporthochburgen.

### Sponsoring – Geld schießt Tore

In den letzten Jahren häufen sich die Fälle, in denen sich Teams aus finanziellen Gründen entweder aus dem Spielbetrieb zurückziehen oder während der Spielzeit einen Insolvenzantrag einreichen (z. B. Basketball-Bundesligist Phoenix Hagen im Oktober 2016 oder Handball-Bundesligist HC Leipzig im Mai 2017). Dies geschieht in der Regel dann, wenn die Hauptsponsoren ihr finanzielles Engagement zurückschrauben oder sich ganz zurückziehen.

Häufig sind es große und mittelständische Unternehmen vor Ort, die als Sponsoren auftreten und den Vereinen erhebliche finanzielle Mittel zur Verfügung stellen. Die regionale Finanzkraft von Firmen ist somit ein wichtiger Standortfaktor für die Existenz erfolgreicher Profiklubs (siehe auch Förster 2014). Ein Blick auf die **Karte 1** offenbart einen räumlichen Zusammenhang zwischen Erstliga-Vereinen und Deutschlands 500 größten Unternehmen. In Regionen ohne bzw. mit wenigen potenziellen finanzstarken Sponsoren können sich Profivereine nicht etablieren – geschweige denn dauerhaft bestehen. Dies ist offensichtlich der Fall im Saarland, in Rheinland-Pfalz, Sachsen-Anhalt,

Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern. Einen unerwarteten und rasanten Abstieg verzeichnete 2016 die finanzstarke Metropole und Sportstadt Hamburg, in der fast 40 der 500 größten Unternehmen beheimatet sind: Nach 14-jähriger Zugehörigkeit zogen sich die Hamburg Freezers aus der Deutschen Eishockey-Liga (DEL) zurück, der HSV Handball stellte nach 13 Jahren den Spielbetrieb in der Handball-Bundesliga ein, und auch die Volleyballerinnen des VT Aurubis suchten vergeblich nach einem neuen Sponsor und beantragten keine Lizenz für die erste Bundesliga – dort spielten sie 15 Jahre.

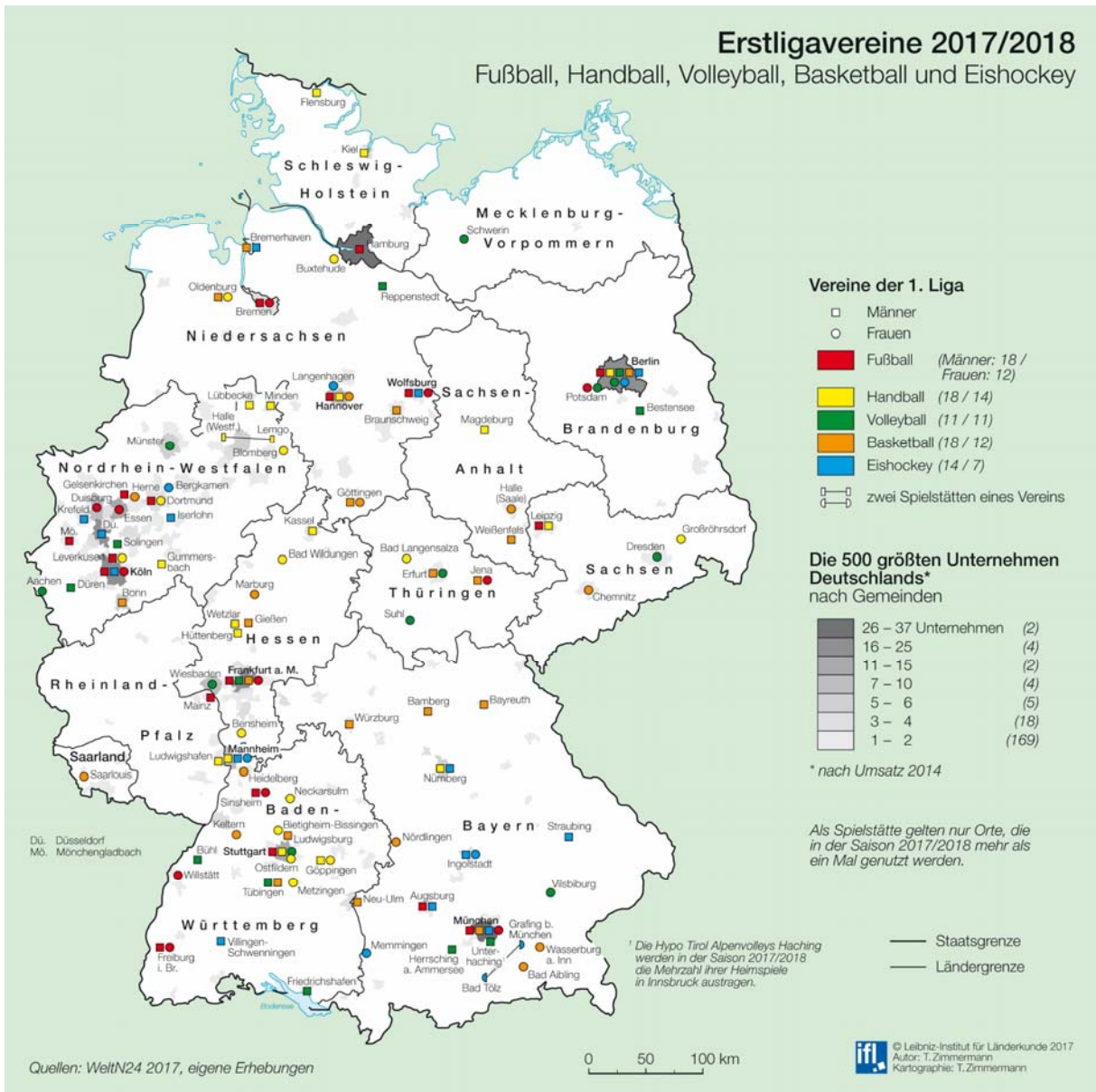
Das Sponsoring kann verschiedene Formen annehmen. Die Spanne reicht von der Trikotwerbung (erstmalig beim Fußball-Bundesligisten Eintracht Braunschweig in der Saison 1972/1973) bis zum Erwerb der Namensrechte an den Spielstätten (z. B. WWK ARENA des FC Augsburg; Allianz Arena in München, Red Bull Arena in Leipzig). Immer mehr Sponsoren bestimmen inzwischen sogar die Vereinsnamen. Besonders deutlich wird dies im Eishockey und Basketball (z. B. ALBA, Bayer, Deutsche Bank, EnBW, Fraport, Generali, ratiopharm, Red Bull).

Mittlerweile werden nicht nur die Vereine, sondern auch die Ligen vermarktet. So erwarben beispielsweise bereits Beko, DKB, Krombacher und Toyota die Namensrechte an der Handball- oder Basketball Bundesliga (BBL) der Männer sowie der DEL für einzelne Spielzeiten. Zudem firmiert die Fußball-Bundesliga der Frauen seit der Saison 2014/2015 unter dem Namen „Allianz Frauen-Bundesliga“.

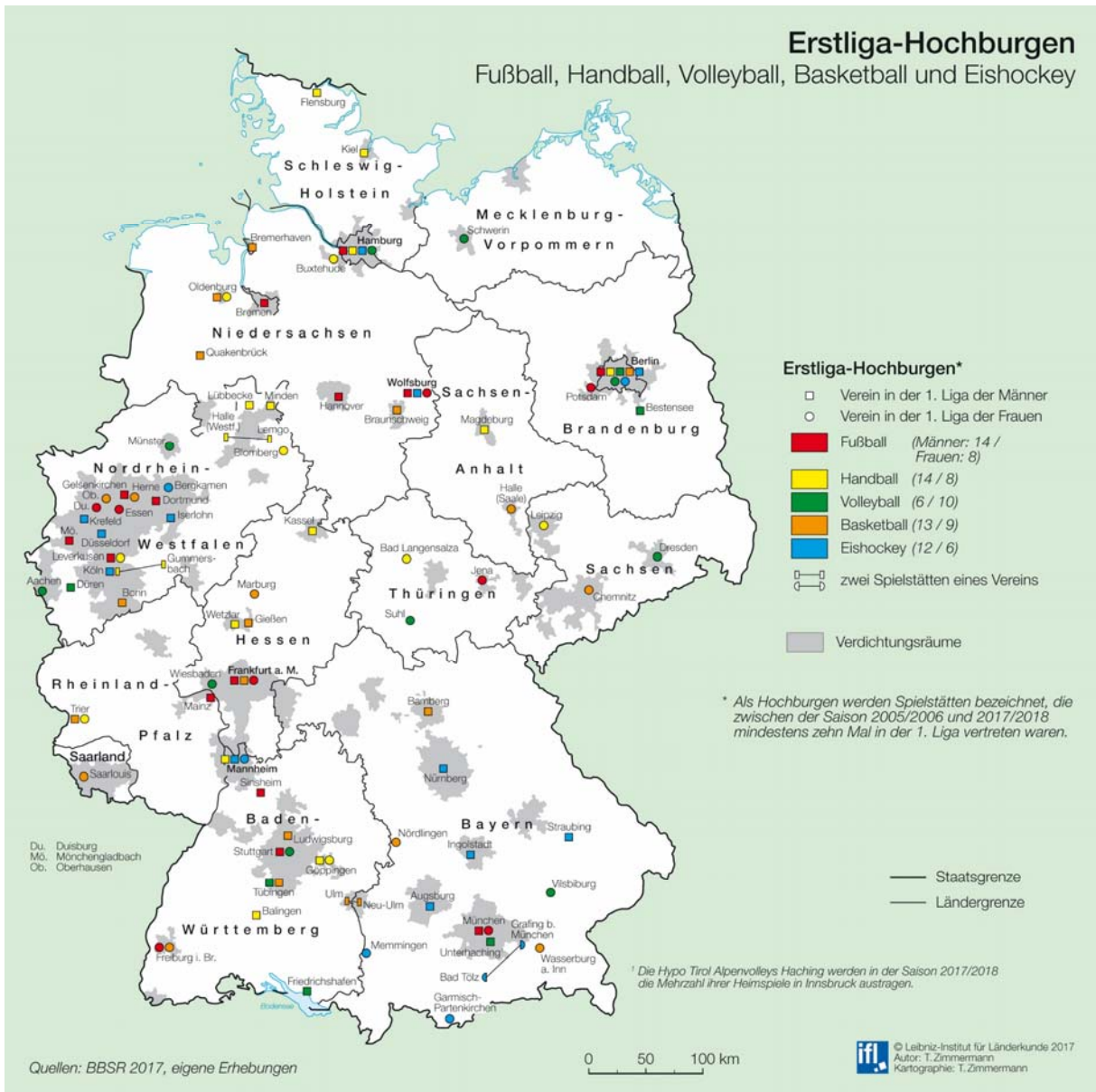
### **Fußball uneinholbar vor Eishockey**

**Grafik 1** veranschaulicht die Entwicklung des Zuschauerzuspruchs je Spiel im Fußball, Handball, Volleyball, Basketball und Eishockey der Frauen und Männer zwischen 2005/2006 und 2015/2016. Absoluter Spitzenreiter bei den Zuschauerzahlen ist die Fußball-Bundesliga der Männer (siehe auch Hanewinkel 2009). In den letzten Spielzeiten besuchten durchschnittlich jede Partie mehr als 40.000 Zuschauer; auf Platz zwei folgt mit deutlichem Abstand Eishockey mit über 6.500 Zuschauern (**Grafik 1**). Aufgrund der großen Stadien der beiden Aufsteiger VfB Stuttgart und Hannover 96 wird für die aktuelle Bundesligasaison 2017/2018 bereits mit deutlich höheren Zuschauerzahlen gerechnet. Zwar erleben aktuell auch andere Sportarten wie American Football oder Wasserball einen stetig wachsenden Zuschauerzuspruch, doch sind sie im Gegensatz zu Fußball, Handball, Eishockey und Basketball nur selten in den Massenmedien vertreten.

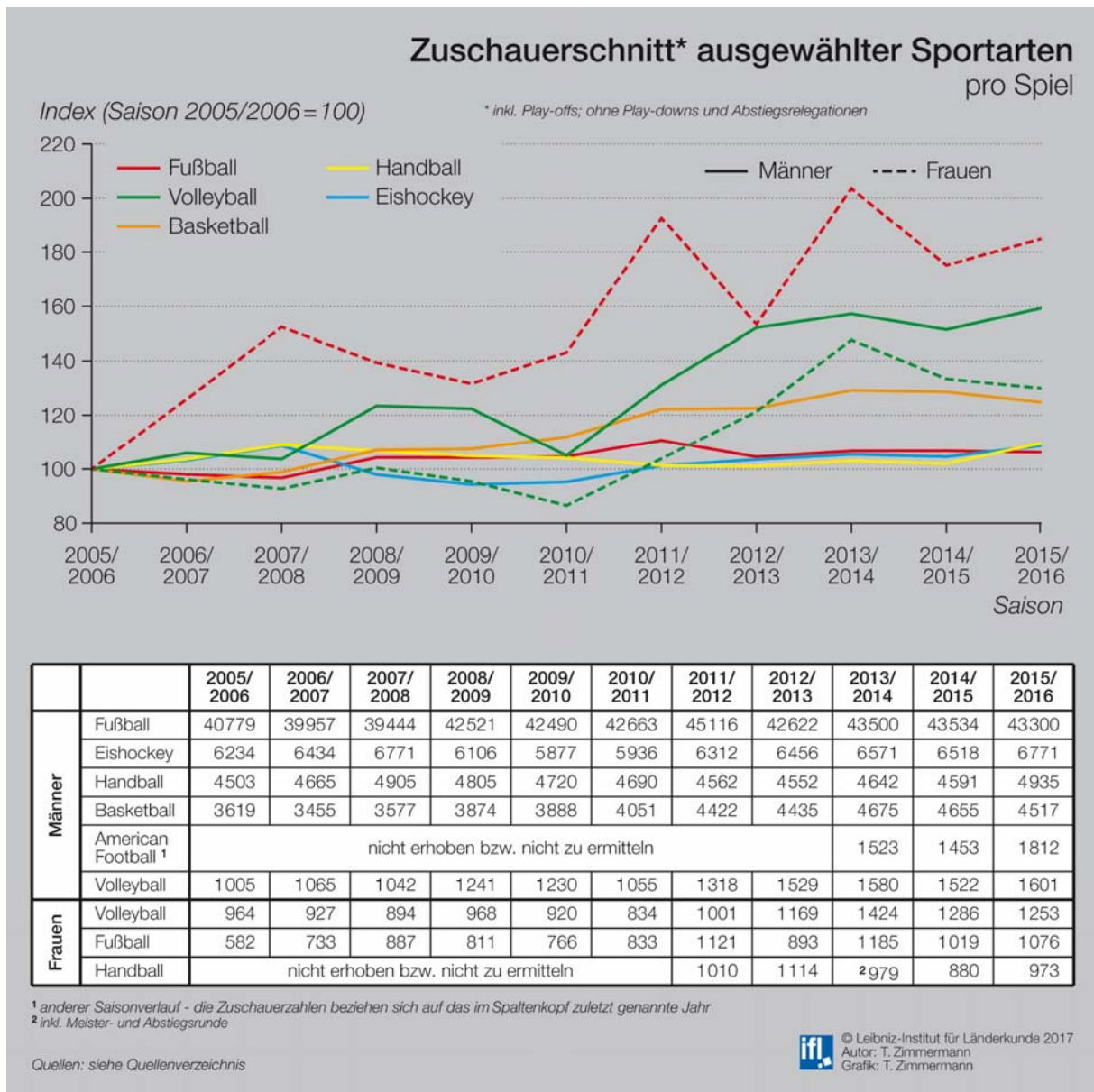
# Karte 1



## Karte 2



# Grafik 1



## Quellen

BBSR (Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung) (Hrsg.) (2017): Verdichtungsräume. URL: <http://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/Raubeobachtung/Raumabgrenzungen/Verdichtungsraeume/vverdichtungsraeume.html>. Abrufdatum: 06.06.2017.

Bode, Volker und Christian Hanewinkel (2011): Frauenfußball in Deutschland. In: Nationalatlas aktuell 5(08.2011) 8 [17.08.2011]. Leipzig: Leibniz-Institut für Länderkunde (IfL). URL: [http://aktuell.nationalatlas.de/frauenfussball-8\\_08-2011-0-html/](http://aktuell.nationalatlas.de/frauenfussball-8_08-2011-0-html/).

Deutscher Fußball-Bund e.V. (Hrsg.) (2013): 50 Jahre Bundesliga: Die erste Trikotwerbung. URL: <http://www.dfb.de/news/detail/50-jahre-bundesliga-die-erste-trikotwerbung-41708/>. Abrufdatum: 06.05.2017.

Förster, Hendrik (2014): „Geld schießt keine Tore“ – oder doch? In: Nationalatlas aktuell – für die Schule 2 (12.2014) 1. Leipzig: Leibniz-Institut für Länderkunde (IfL). URL: [http://aktuell.nationalatlas.de/wp-content/uploads/14\\_12\\_Fussball.pdf](http://aktuell.nationalatlas.de/wp-content/uploads/14_12_Fussball.pdf).

Hanewinkel, Christian (2009): Zuschauermagnet Fußball-Bundesliga. In: Nationalatlas aktuell 3 (06.2009) 5 [11.06.2009]. Leipzig: Leibniz-Institut für Länderkunde (IfL). URL: [http://aktuell.nationalatlas.de/fussball-05\\_05-2009-0-html/](http://aktuell.nationalatlas.de/fussball-05_05-2009-0-html/).

Rentz, Ingo (2014): Allianz erwirbt Namensrechte vom DFB. URL: <http://www.horizont.net/marketing/nachrichten/Frauenfussball-Bundesliga-Allianz-erwirbt-Namensrechte-vom-DFB-120099>. Abrufdatum: 06.05.2017.

WeltN24 GmbH (2017): Die wichtigsten Unternehmen des Jahres 2014. URL: <http://top500.welt.de/list/2014/U/?i=10&s=1&e=500&p=50>. Abrufdatum: 19.01.2017.

### Quellen für Grafik 1

BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga (Hrsg.) (2016): Statistik – Zuschauer. URL: <http://statistik.basketball-bundesliga.de/beko-bbl/statistik/zuschauer.php>. Abrufdatum: 24.11.2016.

BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga (Hrsg.) (2017): Statistiken – Zuschauer – Zuschauer-Statistiken. URL: <http://www.easycrredit-bbl.de/de/statistiken/zuschauer/zuschauer-statistiken/>. Abrufdatum: 10.05.2017.

Framba.de – Frauenfußball (Hrsg.) (2016): Zuschauerzahlen. URL: [http://www.framba.de/content/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1615](http://www.framba.de/content/index.php?option=com_content&view=article&id=1615). Abrufdatum: 24.11.2016 (Seite seit 01.01.2017 nicht mehr verfügbar).

GFL – German Football League (Hrsg.) (2016): Statistics Leaders – Team Statistics – Attendance. URL: <http://stats.gfl.info/gfl/2014/confldrs.htm> bzw. <http://stats.gfl.info/gfl/2015/confldrs.htm> bzw. <http://stats.gfl.info/gfl/2016/confldrs.htm>. Abrufdatum: 24.11.2016.

Handball-Bundesliga GmbH (Hrsg.) (2016): DKB HBL – Saisonstatistik – Zuschauer. URL: <http://www.dkb-handball-bundesliga.de/de/dkb-hbl/statistiken/saisonen/statistiken/saison-14-15/saisonstatistik/zuschauer/> bzw. <http://www.dkb-handball-bundesliga.de/de/dkb->

hbl/statistiken/saisonen/statistiken/saison-15-16/saisonstatistik/zuschauer/. Abrufdatum: 24.11.2016.

HEIM:SPIEL Medien GmbH & Co. KG (Hrsg.) (2016): Deutschland – Bundesliga – Zuschauer – Heimspiele. URL: <http://www.weltfussball.de/zuschauer/bundesliga-2014-2015/1/> [und entsprechende Seiten der anderen Saisons]. Abrufdatum: 24.11.2016.

Schumann, Matthias (2016): Zuschauerentwicklung DEL (1994/95 bis 2015/16). [unveröffentlicht, 17.11.2016].

Volleyball Bundesliga GmbH (Hrsg.) (2016): Medien - Zuschauerstatistiken – Zuschauerstatistiken zum Download. URL: [http://www.volleyball-bundesliga.de/cms/home/die\\_liga/medien/zuschauerstatistiken.xhtml](http://www.volleyball-bundesliga.de/cms/home/die_liga/medien/zuschauerstatistiken.xhtml). Abrufdatum: 24.11.2016.

Volleyball Bundesliga GmbH (Hrsg.) (2017): Medien – Downloads – Zuschauerstatistik. URL: <http://www.vbl-wiki.de/wiki/Download#Zuschauerstatistik>. Abrufdatum: 10.05.2017.

Volleyball Bundesliga GmbH (Hrsg.) (2017): Zuschauerstatistik 2015/16. URL: [http://wiki-uploads.vbl-wiki.de/PR-Presse/Zuschauerstatistik/Zuschauerstatistik\\_Saison1516.pdf](http://wiki-uploads.vbl-wiki.de/PR-Presse/Zuschauerstatistik/Zuschauerstatistik_Saison1516.pdf). Abrufdatum: 24.11.2016.

Webers, Sven (2016): Zuschauerbilanzen 1. Bundesliga Männer – Zuschauer 1. Bundesliga nach Saison (1977 - 2016). URL: <http://bundesligainfo.de/>. Abrufdatum: 24.11.2016.

Wendt, Christoph (2016): HBF-Zuschauerstatistik 2015/16. [unveröffentlicht, 23.11.2016].

Wendt, Christoph (2016): Zuschauertabellen 1. Bundesliga Frauen (2011/12 bis 2014/15). [unveröffentlicht, 18.11.2016].

### **Offizielle Internetseiten der Ligen**

BBL GmbH Gesellschaft der Basketball-Bundesliga (Hrsg.) (2017): Gesamttabelle. URL: <http://www.easycrredit-bbl.de/de/saison/tabelle/gesamt/>. Abrufdatum 10.05.2017.

DBBL GmbH (Hrsg.) (2017): Meisterschaft. URL: <http://planet-photo.dbbl.de/de/meisterschaft/1-bundesliga>. Abrufdatum: 10.05.2017.

Deutsche Eishockey Liga GmbH & Co. KG (Hrsg.) (2017): Spiele/Tabelle. URL: <https://www.telekomeishockey.de/del/spielplan>. Abrufdatum: 10.05.2017.

Deutscher Eishockey Bund e.V. (Hrsg.) (2017): Teams – Frauen Bundesliga. URL: <http://www.deb-online.de/teams/frauen-bundesliga/>. Abrufdatum: 10.05.2017.

Deutscher Fußball-Bund e.V. (Hrsg.) (2017): Allianz Frauen-Bundesliga – Spieltag/Tabelle. URL: [http://www.dfb.de/allianz-frauen-bundesliga/spieltagtable/?no\\_cache=1](http://www.dfb.de/allianz-frauen-bundesliga/spieltagtable/?no_cache=1). Abrufdatum: 06.06.2017.

DFL Deutsche Fußball Liga GmbH (Hrsg.) (2017): Bundesliga – Tabelle. URL: <http://www.bundesliga.de/de/liga/tabelle/>. Abrufdatum: 06.06.2017.

Handball Bundesliga Frauen e.V. (Hrsg.) (2017): Tabelle. URL: <http://www.hbf-info.de/o.red.r/erstebundesliga.php>. Abrufdatum: 06.06.2017.

Handball-Bundesliga GmbH (Hrsg.) (2017): Gesamt-Tabelle. URL: <http://www.dkb-handball-bundesliga.de/de/dkb-hbl/tabelle/saisonen/tabelle/saison-16-17/gesamt-tabelle/>. Abrufdatum: 12.06.2017.

Volleyball Bundesliga GmbH (Hrsg.) (2017): Hauptrunde | 1. Bundesliga Frauen. URL: [http://www.volleyball-bundesliga.de/cms/home/1blf/1blf\\_scoresstats/1blf\\_tabelle/1blf\\_normal.xhtml](http://www.volleyball-bundesliga.de/cms/home/1blf/1blf_scoresstats/1blf_tabelle/1blf_normal.xhtml). Abrufdatum: 10.05.2017.

Volleyball Bundesliga GmbH (Hrsg.) (2017): Hauptrunde | 1. Bundesliga Männer. URL: [http://www.volleyball-bundesliga.de/cms/home/1blm/1blm\\_scoresstats/1blm\\_tabelle/1blm\\_normal.xhtml](http://www.volleyball-bundesliga.de/cms/home/1blm/1blm_scoresstats/1blm_tabelle/1blm_normal.xhtml). Abrufdatum: 10.05.2017.

#### Zitierweise

Zimmermann, Thomas (2017): Erstligasport – ohne Sponsoren im Abseits. In: Nationalatlas aktuell 11 (08.2017) 7 [25.08.2017]. Leipzig: Leibniz-Institut für Länderkunde (IfL).  
URL: [http://aktuell.nationalatlas.de/Erstligasport.7\\_08-2017.0.html](http://aktuell.nationalatlas.de/Erstligasport.7_08-2017.0.html).



## Autor



**Thomas Zimmermann, M.Eng.**

Liebknechtstraße 49

08523 Plauen

E-Mail: [thomas-zimmermann@hotmail.de](mailto:thomas-zimmermann@hotmail.de)