

04.11.2014 - 14:57 Uhr

A.T. Kearney-Studie: Sportindustrie wächst schneller als das Bruttoinlandprodukt vieler Länder / Das Marktvolumen der globalen Sportindustrie steigt von auf 91 Mrd. US-Dollar im Jahr 2017

ATKearney
Winning in the Business of Sports

The sports events market is worth **\$80 billion** in 2014.

Source: A.T. Kearney's "Winning in the Business of Sports"

Düsseldorf/Wien/Zürich (ots) -

- Querverweis: Die Studie liegt in englischer Sprache in der digitalen Pressemappe zum Download vor und ist unter <http://www.presseportal.de/dokumente> abrufbar -

Mit einem durchschnittlichen jährlichen Wachstum von sieben Prozent zwischen 2009 und 2013 ist der Sportmarkt stärker gewachsen als das BIP in den meisten Ländern der Welt. Das gilt insbesondere für große Märkte wie die USA, Brasilien, Großbritannien und Frankreich. Das sind die Ergebnisse einer neuen Studie der Unternehmensberatung A.T. Kearney. Auch die langfristigen Prognosen sind sehr gut, allein der Umsatz mit jährlich wiederkehrenden Veranstaltungen ist kontinuierlich gestiegen, von 58 Milliarden US-Dollar im Jahr 2009 auf 75 Milliarden US-Dollar 2013 und Milliarden US-Dollar 2014. Rechnet man Sportartikel, Bekleidung, Ausrüstung sowie Ausgaben für Gesundheit und Fitness hinzu, generiert die Sportindustrie einen Umsatz von 700 Milliarden US-Dollar jährlich. Das entspricht ein Prozent des globalen BIP.

Das Wachstum ist über alle Sportarten hinweg zu beobachten, wobei der Fußball weiterhin mit großem Abstand führend ist. Insgesamt hat sich das Ranking der sieben Top-Sportarten nicht verändert: Fußball, American Football (NFL), Baseball, Formel 1, Basketball (NBA), Eishockey (NHL) und Tennis. Medienrechte und Sponsorenverträge gehören dabei zu den wichtigsten Einnahmequellen. 2013 entfielen auf jede dieser beiden Kategorien 35 Prozent der Umsätze mit Sport-Events. Der Anteil der Ticketverkäufe lag bei 27 Prozent.

Zahlreiche Marktteilnehmer stehen bereit, um dieses Wachstum für höhere Renditen, Steigerung von Markenwerten und als Antrieb für die wirtschaftliche Entwicklung zu nutzen. Der Markt für Sportveranstaltungen mit Einnahmen aus Ticketverkäufen, Medienrechten und Sponsorenverträgen bietet den Unternehmen enorme Möglichkeiten, wenn sie die wichtigsten Werte pflegen und ihre Geschäftsmodelle sorgfältig gestalten.

Die Studie hat auch gezeigt, dass viele Marktteilnehmer wie Medienunternehmen, Markenhersteller Ligaverbände und Vereine versuchen, sich in diesem Marktsegment ein immer größeres Stück vom Kuchen zu sichern. Dabei fließt das Geld in verschiedene Richtungen - von den Fans zu Pay-TV-Anbietern oder von den Ligaverbänden zu den Vereinen. Hinzu kommen die komplexen Besonderheiten in jedem einzelnen Land.

Hervé Collignon, Partner und Head of Communications, Media and Technology bei A.T. Kearney in Paris, kommentierte die Ergebnisse: "Die Umsätze mit Sport-Events werden in den kommenden Jahren weiter steigen und 2017 voraussichtlich ein Volumen von 91 Milliarden US-Dollar erreichen - das ist ein Zuwachs von 15 Milliarden US-Dollar zwischen 2013 und 2017. Der größte Anteil entfällt dabei auf den Fußball, der weiterhin stabile Zuwachsraten verzeichnet, während andere Sportarten wie Rugby oder Cricket sehr schnell wachsen. Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass der Sport in den nächsten Jahren sehr interessante Möglichkeiten für Unternehmen bietet."

Weltweit bietet der Sport beträchtliche Wachstumschancen. Es gibt einen großen Wettbewerb um die Ausrichtung internationaler Sport-Events, Medienrechte und Sponsorenverträge. Nicolas Sultan, Principal bei A.T. Kearney Middle East in Doha, kommentierte: "Die Sportbranche verzeichnete in den letzten Jahren weltweit ein großes Wachstum. Sport wird immer mehr zu einem Faktor für die wirtschaftliche Entwicklung und öffentliche Wahrnehmung von Städten und Ländern. In Zeiten, in denen das Fernsehpublikum zwischen Hunderten von Kanälen und Internetangeboten wählen kann, ist Sport außerdem für viele TV-Sender die sicherste Möglichkeit, Zuschauer zu binden. Erfolg werden die Marktteilnehmer haben, die ein durchdachtes und publikumswirksames Konzept entwickeln."

A.T. Kearney

A.T. Kearney zählt zu den weltweit führenden Unternehmensberatungen für das Top-Management und berät sowohl global tätige Konzerne als auch führende mittelständische Unternehmen und öffentliche Institutionen. Mit strategischer Weitsicht und operativer Umsetzungsstärke unterstützt das Beratungsunternehmen seine Klienten bei der Transformation ihres Geschäftes und ihrer Organisation. Im Mittelpunkt stehen dabei die Themen Wachstum und Innovation, Technologie und Nachhaltigkeit sowie die Optimierung der Unternehmensperformance durch das Management von Komplexität in globalen Produktions- und Lieferketten. A.T. Kearney wurde 1926 in Chicago gegründet. 1964 eröffnete in Düsseldorf das erste Büro außerhalb der USA. Heute beschäftigt A.T. Kearney rund 3.200 Mitarbeiter in 39 Ländern der Welt. Seit 2010 berät das Unternehmen Klienten klimaneutral. Weitere Informationen finden Sie unter www.atkearney.de und auf Facebook: www.facebook.com/atkearney.de.

Kontakt:

Thomas A. Becker
Director Marketing & Communications
A.T. Kearney GmbH
Kaistraße 16A
40221 Düsseldorf
+49 211 1377 2533
Thomas.Achim.Becker@ATKearney.com

Stefanie Freyer
Marketing Coordinator
A.T. Kearney Ges.m.b.H.
Trattnerhof 1, 5th Floor
1010 Wien
+43 1 53667 146 Direct

Meike Fuhlrott
Marketing Manager

A.T. Kearney (International) AG
Weberstrasse 4
8004 Zürich
+49 211 1377 2275 Direct
+41 79 948 80 23 Mobile

Medieninhalte



Neue Studie von A.T. Kearney zeigt: Sportindustrie wächst schneller als das Bruttoinlandprodukt vieler Länder / Prognose: Das Marktvolumen der globalen Sportindustrie steigt von 80 Mrd. US-Dollar im Jahr 2014 auf 91 Mrd. US-Dollar im Jahr 2017 / Weiterer Text über OTS und www.presseportal.de/pm/15196 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/A.T. Kearney"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001237/100763978> abgerufen werden.