

Die wirtschaftlichen Effekte in Berlin

Sportliche Großereignisse rufen in Berlin nicht nur regelmäßig besondere Hochstimmungen hervor, sondern bewirken auch positive wirtschaftliche Effekte und keine andere Stadt kann mit so vielen sportlichen Großveranstaltungen aufwarten. Seien es die jährlichen Highlights wie der Berlin-Marathon, das ISTAF und die DFB-Pokalendspiele oder die Meisterschaften wie die Beachvolleyball-WM 2005, die Fußballweltmeisterschaft 2006, die Fünfkampf-WM 2007, die Finalrunde in der Basketball Euroleague und nun die in 190 Länder übertragene Leichtathletik-WM 2009. Im August, wenn hunderttausende Gäste die Leichtathletik-WM besuchen, steht Berlin erneut vor der großen Herausforderung und der Chance, sich als Sportmetropole zu positionieren. Auch für die Berliner Wirtschaft dürfte die weltgrößte Sportveranstaltung dieses Jahres ein großer Erfolg werden. Zu den neun Veranstaltungstagen werden aus den 213 Mitgliedsverbänden des Leichtathletik-Weltverbandes IAAF rund 3.500 Athletinnen und Athleten mit ihren Betreuern, 3.500 Medienvertreter sowie 500.000 Zuschauer in Berlin erwartet. Hinzu kommen die Besucher des vielseitigen kulturellen Rahmenprogramms. So wird zusätzlich zu den sportlichen Wettkämpfen der Leichtathletik-Elite auf dem Pariser Platz am Brandenburger Tor ein „KulturStadion“ errichtet, in dem sich die vielen Besucher aus aller Welt auch ohne Eintrittskarte treffen und feiern können.

Wichtigstes Sportereignis des Jahres 2009

Vom 15. bis 23. August 2009 findet in Berlin das weltgrößte Sportevent des Jahres 2009 statt. Die Athleten treten im Kampf um die Medaillen in 47 Disziplinen im Berliner Olympiastadion an. Vormittags finden dort die Vorkämpfe statt, in den „Finals“ am Nachmittag und Abend werden die Medaillen vergeben. ARD und ZDF wollen die Wettkämpfe 55 Stunden lang live übertragen. Aber nicht nur im Olympiastadion werden die Wettkämpfe ausgetragen, die Straßenwettbewerbe im Marathon und im Gehen finden erstmalig im Zentrum der Stadt statt. Dabei geht es vom Start- und Zielpunkt Brandenburger Tor aus an den wichtigsten Sehenswürdigkeiten Berlins und hunderttausenden Fans vorbei. Ein vielfältiges kulturelles Rahmenprogramm am Stadion und in der ganzen Stadt rundet die sportlichen Veranstaltungen ab.

Rund um das Brandenburger Tor werden Berlinern und Gästen der Stadt vom 15. bis 23. August 2009 zahlreiche Veranstaltungen geboten. Bereits im Vorfeld stimmt eine Open-Air-Ausstellung auf die weltgrößte Sportveranstaltung des Jahres ein. Die Straße Unter den Linden dient dabei als Präsentationsfläche für 60 großformatige Fotografien. Diese zeigen ab dem 23. Juli Sport-Impressionen und bilden einen

Querschnitt aus 125 Jahren Fotografie-Geschichte zur Leichtathletik-Weltmeisterschaft. Kernstück des Rahmenprogramms zur Leichtathletik WM ist das große KulturStadion auf dem Pariser Platz, ein temporäres Ebenbild des Berliner Olympiastadions. Die Miniaturarena wird eine Festivalbühne, eine Champions Lounge und eine blaue Laufbahn beherbergen. Neun Tage lang erleben Besucher dort kulturelle Höhepunkte. Sie sind Zuschauer, treffen ihre sportlichen Idole und genießen Rockkonzerte und Auftritte des Berliner Staatsballetts live.

Täglich von 14 bis 22 Uhr präsentiert das Festival auf dem Pariser Platz unter dem Motto „Körper - Kunst der Bewegung“ ein buntes Sommerfest mit Konzerten, Tanz und Comedy, mit einer internationalen Koch-Show, dem täglichen IAAF-Sport-Talk sowie dem Berliner Staatsballett. Der Market Place auf dem Olympischen Platz vor dem Olympiastadion bietet den Besuchern an den Veranstaltungstagen ein zusätzliches Programm. Neben sportlichen und kulturellen Unterhaltungsaktionen wird es auch einen großzügigen Gastronomiebereich geben. Die Ausstellung im Centrum Judaicum, in der Oranienburger Straße 28 - 30, erinnert an persönliche Schicksale und „vergessene Rekorde“ in der Blütezeit des jüdischen Sports in Deutschland. Eine Ausstellung Unter den Linden präsentiert in einer Open-Air-Fotoausstellung über 125 Jahre Kulturgeschichte der Leichtathletik-Sportfotografie.

Das 20. Jubiläum des Mauerfalls ist in den Sommermonaten im gesamten Stadtbild präsent und die große Open-Air-Ausstellung „Friedliche Revolution 1989/90“ auf dem Alexanderplatz hat sich schon im Frühjahr zu einem Besuchermagneten entwickelt. Kleinere Ausstellungen wie zum Beispiel „Wir waren so frei...“ im Museum für Film- und Fernsehen erlauben sehr persönliche Einblicke in die Zeit des Mauerfalls.

Beim 10 km Champions Run bietet sich für jedermann die Möglichkeit auf der offiziellen WM-Marathon-Strecke den Spuren der Profis zu folgen, welche am Morgen auf der Strecke gestartet sind. Zahlreiche Samba-Bands sorgen für Unterhaltung entlang des Kurses, der an vielen Sehenswürdigkeiten im Zentrum Berlins vorbeiführt und mit einem Zieleinlauf am Brandenburger Tor endet.

Sport als Wirtschaftsfaktor

Berlin ist Deutschlands Sportstadt Nr.1. Eine Studie des Hamburger Weltwirtschaftsinstituts (HWWI) ernannte Berlin zur bedeutendsten deutschen Sportstadt 2008. Neben den rund 550.000 Aktiven in den Berliner Sportvereinen sind mehr als 300.000 Mitglieder in Berliner Fitnessstudios registriert. Der Sport gehört zu den ganz großen Stärken der Stadt. Seine

wirtschaftliche Bedeutung ist immens: Berlins Sportwirtschaft setzt jährlich rund 1,2 Mrd. EUR um und rund 15.000 Berliner arbeiten hauptberuflich im Sportbereich. Die Sport-Großveranstaltungen bringen zusätzliche Kaufkraft in die Stadt und sie sind somit enorm wichtig für die Berliner Wirtschaft. Nicht zuletzt dank der sportlichen Großereignisse liegt Berlin beim Tourismus inzwischen nach London und Paris europaweit an dritter Stelle – noch vor Rom. Allein der Fußballweltmeisterschaft im Jahr 2006 hat Berlin rund 360 Mio. EUR mehr an Wirtschaftsleistung zu verdanken.

Zur Leichtathletik-WM 2009 werden zwischen 500.000 und 1.000.000 Sport-Begeisterte erwartet. Dazu gehören auch die vielen auswärtigen Fans, die keine Eintrittskarte besitzen, aber die Leichtathletik-WM trotzdem in Berlin vor Ort miterleben wollen. Dieses sportliche Großereignis - außer den Olympischen Spielen und der Fußball-WM gibt es wohl kein Ereignis, das so viele Menschen weltweit in seinen Bann zieht - wird im Sommer 2009 Besucher aus dem In- und Ausland für ein- oder mehrtägige Berlin- und Eventreisen als Individual- und Gruppenreisende anziehen.

Der Berlin-Tourismus hat sich bereits im vergangenen Jahr positiv entwickelt. Insgesamt reisten von Januar bis Dezember 7,9 Mio. Hotelgäste aus dem In- und Ausland in die deutsche Hauptstadt. Das entspricht einem Plus von 4,2%. Die Reisenden sorgten für 17,8 Mio. Übernachtungen in den Hotels und Beherbergungsbetrieben der Stadt. Hier wurde ein Zuwachs von 2,8% verzeichnet.

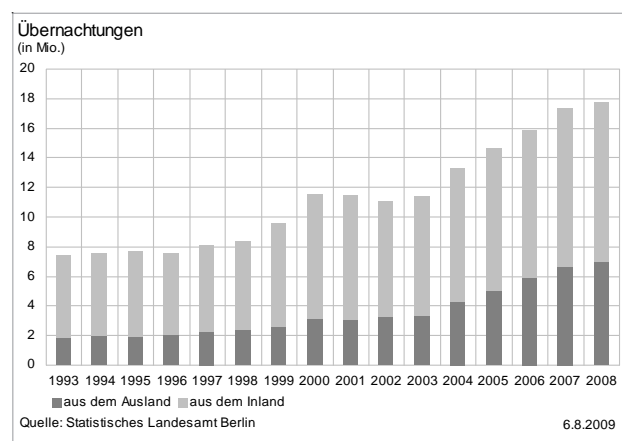
Insbesondere bei den internationalen Gästen war die deutsche Hauptstadt beliebt. Die Zahl der Gästeankünfte aus dem Ausland stieg um 7,7% auf 2,7 Mio. Bei den Übernachtungen wurde hier ein Zuwachs von 6,4% auf 7,1 Mio. registriert. Der Anteil der internationalen Besucher an der Besucherzahl insgesamt stieg von 38,3% im Jahr 2007 auf 39,6%. Im Jahr 2000 betrug der Auslandsanteil erst 27,4%. Nach Angaben des Marktforschungsprojekts „Qualitätsmonitor Deutschlandtourismus“ kamen im vergangenen Jahr 71% der Berlin-Gäste wegen des Kunst- und Kulturangebots der Hauptstadt.

Trotz des enormen Drucks auf die Übernachtungspreise profitierte das Berliner Beherbergungsgewerbe auch 2008 von dem boomenden Berlin-Tourismus. So konnte im gesamten Beherbergungsgewerbe im vergangenen Jahr – gegen den allgemeinen Trend im Berliner Gastgewerbe – eine Umsatzsteigerung von real 1,2% erzielt werden.

Leichtathletik-WM als Wirtschaftsfaktor

Während der Leichtathletik-WM vom 15. bis 23. August 2009 werden nicht nur die sportlichen Wettkämpfe selbst im Fokus der WM-Fans stehen, sondern auch das umfangreiche allgemeine kulturelle Angebot sowie das vielfältige Rahmenprogramm rund um das Großereignis, darunter die Veranstaltungen im KulturStadion auf dem Pariser Platz. Somit sorgen die Leichtathletik-Fans nicht nur für Umsätze durch den Ticketkauf oder in der klassischen Tourismusbranche wie dem Hotelgewerbe, sondern zum großen Teil auch in den Bereichen Einzelhandel, öffentliche und private Kultureinrichtungen, Eventdienstleistungen wie Sicherheits- und Ordnungsdienste, Sekretariats-, Schreib- und Übersetzungsdienste, Ausstellungs- und Messeeinrichter, Parkhäuser, Tankstellen, Telekommunikation und Fotografisches Gewerbe sowie Kredit- und Versicherungsgewerbe. Aber auch für viele lokale Bus-, Taxiunternehmen und Fahrradverleiher stellt der Sporttourismus eine wichtige Umsatzgröße dar.

Vor allem als Shoppingmetropole hat sich Berlin mittlerweile einen guten Ruf erarbeitet. Neben den etablierten Einkaufsmeilen haben sich in Mitte am Hackeschen Markt und in Prenzlauer Berg rund um die Kastanienallee moderne Fashionstores und Läden mit Berlin-Design angesiedelt. Auch die liberalen Ladenschlusszeiten und Aktionen des Einzelhandels wie die „Lange Nacht des Shoppings“ tragen zum positiven Image des Shoppingstandorts Berlin bei. Die Vielfalt des nahezu unüberschaubaren Kultur- und Entertainmentangebots in Berlin spricht auch die Sporttouristen an. Bereits heute genießt Berlin den Ruf einer europaweit einzigartigen Kulturmetropole, die mehr als 175 Museen und Sammlungen zählt. Über die tatsächliche Höhe der durch den Sport-Tourismus in diesen Branchen bewirkten Umsätze gibt es allerdings keine hinreichenden Indikatoren, denn die Informationsbasis über das Nachfrageverhalten der Sport-Reisenden ist höchst unvollkommen.



Tagesgäste und Spontan-Reisende sorgen für hohen zusätzlichen Konsum

Zum tatsächlichen Übernachtungsaufkommen werden in der amtlichen Statistik keine erschöpfenden Aussagen gemacht, da hier lediglich Beherbergungsbetriebe einbezogen werden, die mehr als acht Gäste unterbringen können. Nicht berücksichtigt werden somit alle Beherbergungsbetriebe mit weniger als neun Betten, also kleine Ferienwohnungen, Privatzimmer und sonstige Kleinbetriebe. Hinzu kommen WM-Gäste, die in den Privatwohnungen von Freunden und Verwandten übernachten. Nicht zu vergessen sind darüber hinaus WM-Touristen in mobilen Unterkünften wie Wohnmobilen, Autos und Bussen, die auch außerhalb der Campingplätze übernachten können und nicht registriert werden. Wie hoch die Zahl dieses touristischen Leichtathletik-Segments ist, kann ebenfalls nur geschätzt werden.

In der Analyse werden hinsichtlich der Übernachtungsmöglichkeiten der WM-Touristen fünf verschiedene Beherbergungskategorien und Ausgabensätze berücksichtigt. Die Aufteilung der Leichtathletik-Touristen auf die einzelnen Beherbergungsstätten und die entsprechenden durchschnittlichen Ausgabensätze der WM-Touristen pro Person und Tag erfolgt auf der Grundlage der Erhebungen der dwif-Consulting GmbH – ein Unternehmen des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr e. V. an der Universität München:

- Hotels, Gasthöfe und übrige Herbergen (9,1%):
194,60 EUR pro Person und Tag,
- Campingplätze (0,15%):
21,10 EUR pro Person und Tag,
- Verwandten- und Bekanntenbesucher (14,5%):
34,00 EUR pro Person und Tag,
- Privatvermieter (0,15%):
59,60 EUR pro Person und Tag,
- Tagesgäste (76,1%):
33,80 EUR pro Person und Tag.

Die Berücksichtigung der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer der Übernachtungsgäste (2,3 Tage pro Gast) erfolgt auf der Grundlage der Ergebnisse der offiziellen Tourismusstatistik des Landes Berlin von 2008.

Auf Basis dieser Prämissen und der multiplikativen Ausgaben- und Beschäftigungseffekte sowie der Primärimpulse aus den Ausgaben der Touristen berechnet das regionale Simulationsmodell BEST die zusätzlichen Wertschöpfungs-, Beschäftigungs- und Einnahmeeffekte für Berlin.

Dabei wird hinsichtlich der insgesamt erwarteten Touristen in einem ersten Szenario zunächst eine mini-

male WM-Besucherzahl von 510.000 und anschließend werden in einem zweiten und dritten Szenario jeweils expandierende Entwicklungen mit WM-Besucherzahlen von 750.000 bzw. 1.000.000 unterstellt.

Auch für die Zeit der Leichtathletik-WM vom 15. bis 23. August 2009 ist anzunehmen, dass die Zahl der so genannten „informellen WM-Übernachtungen“ in etwa 50% höher ist als die Zahl der statistisch erfassten Übernachtungen. Denn Berlin ist wegen der vielen zusätzlichen kulturellen Möglichkeiten besonders bei jungen Menschen, bei Schülern, Auszubildenden und Studenten als touristisches Ziel bei Sportevents gefragt. Ein Großteil der Gäste sind somit junge, kulturinteressierte Menschen. Sie möchten neben dem Kulturangebot auch die Trendstadt Berlin mit ihrem Nachtleben entdecken. Diese Gäste bemühen sich überwiegend um kostengünstige alternative Übernachtungsmöglichkeiten und reisen nicht gleich nach dem besuchten Wettkampf wieder ab. Betrachtet man auch dieses von der amtlichen Statistik nicht erfasste bedeutende „informelle touristische WM-Segment“ als Wirtschaftsfaktor, so wird allein diese Gruppe der Verwandten- und Bekanntenbesucher sowie der bei Privatvermieter untergebrachten Touristen auf Basis der oben genannten Ausgabensätze einen zusätzlichen Umsatz von insgesamt rund 5,9 Mio. EUR (Szenario I) bzw. 8,7 Mio. EUR (Szenario II) oder von 11,5 Mio. EUR (Szenario III) an den WM-Tagen in Berlin bewirken. Hinzu kommen die registrierten Hotelgäste, die aufgrund ihrer höheren Ausgaben eine zusätzliche Kaufkraft von insgesamt rund 20,8 Mio. EUR (Szenario I) bzw. 30,6 Mio. EUR (Szenario II) oder von 40,8 Mio. EUR (Szenario III) in die Stadt bringen werden.

Neben den Gästen, die in der Stadt übernachten, sind auch die Tagesgäste während der Leichtathletik-WM in ihrer wirtschaftlichen Bedeutung für Berlin nicht zu unterschätzen. Aufgrund der großen räumlichen Ausdehnung der Stadt spielen sogar die Berliner WM-Besucher aus weit entfernten Bezirken wirtschaftlich eine bedeutende Rolle und müssen mit berücksichtigt werden. Neben den WM-Aktivitäten bleibt für diese Tagesreisenden meist noch Zeit für einen Restaurant-, Imbiss- oder Cafébesuch. Die Gruppe der Tagesgäste wird auf Basis der oben genannten Prämissen einen zusätzlichen Umsatz von insgesamt rund 13,1 Mio. EUR (Szenario I) bzw. 19,3 Mio. EUR (Szenario II) oder von 25,7 Mio. EUR (Szenario III) an den WM-Tagen in Berlin bewirken.

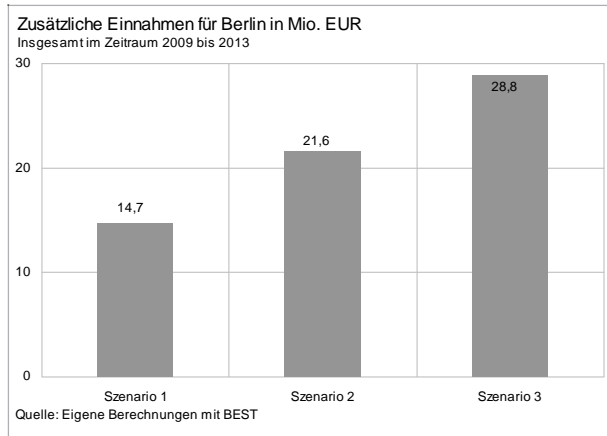
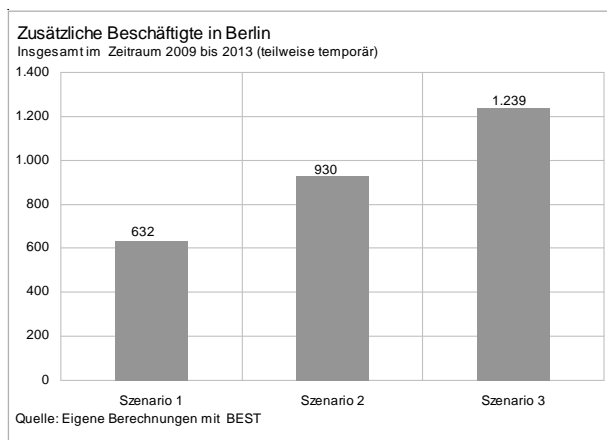
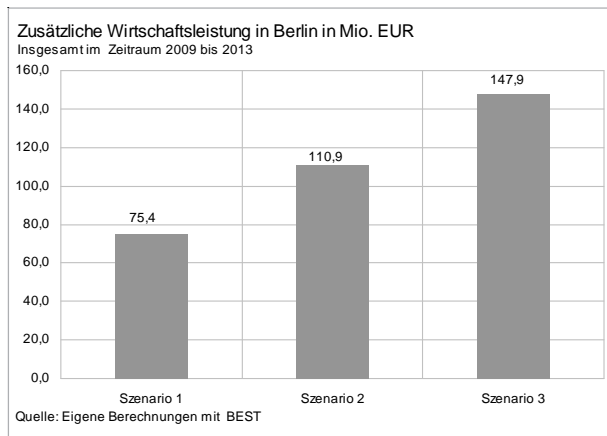
Tagesausflügler aus der Region, Wohnmobilreisende, Verwandten- und Bekanntenbesucher, Privatzimmerbewohner, Hotelgäste – alle Gästegruppen tragen somit zu einem prosperierenden Umsatz in der Berliner Wirtschaft bei.

Zwischen 75,4 und 147,9 Mio. EUR zusätzliche Wirtschaftsleistung

Die zusätzlichen touristischen Umsatzeffekte zur Leichtathletik-WM lassen sich mit Hilfe des Simulationsmodells für die Berliner Wirtschaft (BEST) auch in Wertschöpfung, Beschäftigung und öffentliche Einnahmen umrechnen. Die primären Umsatz- und Beschäftigungswirkungen im Tourismusbereich ziehen ihrerseits durch den regionalen Einkommens- und Vorleistungsmultiplikator weitere indirekte Beschäftigungswirkungen in den vor- bzw. nachgelagerten Branchen nach sich und schaffen somit erneut Einkommen in einer Vielzahl verschiedener Branchen in Berlin. Ausgaben der WM-Touristen sind somit auf der anderen Seite Einnahmen bei Berliner Unternehmen, die diese verwenden, um damit Ausgaben zu tätigen, die ihrerseits Umsätze und Arbeitsplätze z. B. bei ihren Lieferanten bewirken. Die Umsätze der Leichtathletik-Touristen verursachen also zusätzlich Einnahmen und Investitionen, die unmittelbare und mittelbare Effekte auf andere volkswirtschaftliche Größen wie Wachstum und Beschäftigung ausüben – und dies über einen längeren Zeitraum. Von besonderem Interesse sind dabei die Auswirkungen auf die Einnahmen der öffentlichen Hand. Diese profitiert einerseits von höheren Steuer- und Sozialversicherungseinnahmen und andererseits durch geringere Inanspruchnahme von Sozialhilfempfangern. BEST untersucht unter realistischen Modellannahmen, wie sich die oben dargestellten zusätzlichen touristischen Umsatzeffekte zur Leichtathletik-WM vom 15. bis 23. August 2009 langfristig (2009 bis 2013) auf die Berliner Gesamtwirtschaft auswirken.

Im Ergebnis führen der zusätzliche Konsum aller WM-Touristengruppen in Höhe von insgesamt 39,8 Mio. EUR (Szenario I), bzw. 58,6 Mio. EUR (Szenario II), bzw. 78,1 Mio. EUR (Szenario III) sowie die dargestellten wirtschaftlichen Folgewirkungen zu einer Steigerung des Berliner Bruttoinlandsprodukts in diesem sowie in den kommenden vier Jahren von insgesamt 75,4 Mio. EUR (Szenario I), bzw. 110,9 Mio. EUR (Szenario II), bzw. 147,9 Mio. EUR (Szenario III).

Somit wird durch die Umsätze der Leichtathletik-Touristen nahezu das Doppelte an Wirtschaftsleistung angestoßen. Auch wenn einige Investitionen der WM-Veranstalter nicht rentabel sein sollten, so sind die gesamtwirtschaftlichen Effekte für Berlin doch beachtlich. Bereits in diesem Jahr wird das Bruttoinlandsprodukt dank der Leichtathletik-WM je nach unterstelltem Szenario um 39,9 Mio. EUR (Szenario I), 58,7 Mio. EUR (Szenario II), 78,3 Mio. EUR (Szenario III) steigen.



Insgesamt werden im Zusammenhang mit Leichtathletik-WM im Zeitraum 2009 bis 2013 im ersten Szenario rund 632 befristete Arbeitsplätze in der Hauptstadt geschaffen, von denen ungefähr die Hälfte zumindest für eine gewisse Zeit erhalten bleibt (zum Vergleich: Szenario II 930 Arbeitsplätze; Szenario III 1.239 Arbeitsplätze).

Auch für den Berliner Haushalt wird sich die Leichtathletik-WM auszahlen - die öffentlichen Einnahmen Berlins erhöhen sich allein durch die zusätzlichen Wertschöpfungseffekte im ersten Szenario um insgesamt etwa 14,7 Mio. EUR (zum Vergleich: Szenario II 21,6 Mio. EUR; Szenario III 28,8 Mio. EUR).

Bedeutende Imageeffekte durch die Leichtathletik-WM

Neben diesen volkswirtschaftlich messbaren Wertschöpfungs-, Einkommens- und Beschäftigungszuwächsen existiert eine Form von „nicht monetärem“ Nutzen, der zwar schwer messbar ist, jedoch ebenso volkswirtschaftliche Wirkungen entfaltet. Hierzu dürfte insbesondere der Imagegewinn durch die Darstellung Berlins als junge, moderne Trendstadt gehören. Von großer Bedeutung ist dabei die nationale und internationale Fernsehberichterstattung. ARD und ZDF werden gemeinsam und im täglichen Wechsel rund 55 Stunden Live-Programm zur besten Sendezeit ausstrahlen. Hinzu kommen noch die zahlreichen Regelsendungen, wie Morgen- oder Mittagmagazin, die Sportschau oder SPORTreportage. Gemeinsam produzieren ARD und ZDF als Host-Broadcaster BERTA das Sendesignal für TV-Stationen weltweit und in hochauflösender HDTV-Technik. Damit ist die Leichtathletik-WM Berlin 2009 der erste Schritt in Richtung High-Definition-Regelbetrieb, den beide Sender mit den Olympischen Winterspielen in Vancouver 2010 beginnen werden. Da die Leichtathletik-WM in die meisten Länder der Welt übertragen wird, ist das eine hervorragende Werbung für die deutsche Hauptstadt. Durch die Übertragung der TV-Bilder in mehr als 190 Länder weltweit mit rund 4 Mrd.

Zuschauern wird Berlin in diesem August enorme Aufmerksamkeit auf sich ziehen. Hinzu kommen die Berichte auf den vielen nationalen und internationalen Homepages.

Die Sport-Effekte sind nachhaltig

Das zeigen sehr deutlich die Erfahrungen mit der Fußball-Weltmeisterschaft 2006. Bereits im dritten Quartal 2006 verzeichnete das Berliner Gastgewerbe ein Umsatzplus von 4,5%. Im gleichen Vorjahreszeitraum musste noch ein Rückgang von 3,1% hingenommen werden. Allein die Hotels konnten im dritten Vierteljahr beim Umsatz um 19,0% zulegen und die Auslastungsquote stieg zuletzt auf 63,0% – im Vorjahr betrug die entsprechenden Werte beim Umsatz -2,9% und bei der Bettenauslastung 61,3%. Auch im Berliner Handel schlug sich der Touristenboom nach der Weltmeisterschaft in den Umsatzzahlen nieder. Im dritten Quartal 2006 verzeichnete der Berliner Einzelhandel ein Umsatzplus von 4,2% (2005: -0,1%). Eine ähnliche positive Tendenz wird dank des anstehenden neuen Sport-Events auch in diesem Jahr erwartet.

Szenario 1: WM-Besucherzahl 510.000

Ergebnisse	Zuwachs 2009	Zuwachs 2010	Zuwachs 2011	Zuwachs 2012	Zuwachs 2013
BIP in Mio. EUR	39,95	25,48	7,94	1,42	0,62
Beschäftigte	267	222	84	36	24
Öffentliche Einnahmen in Mio. EUR	12,07	0,54	0,77	0,74	0,56

Szenario 2: WM-Besucherzahl 750.000

Ergebnisse	Zuwachs 2009	Zuwachs 2010	Zuwachs 2011	Zuwachs 2012	Zuwachs 2013
BIP in Mio. EUR	58,74	37,47	11,67	2,09	0,92
Beschäftigte	392	327	123	53	35
Öffentliche Einnahmen in Mio. EUR	17,75	0,79	1,13	1,08	0,83

Szenario 3: WM-Besucherzahl 1.000.000

Ergebnisse	Zuwachs 2009	Zuwachs 2010	Zuwachs 2011	Zuwachs 2012	Zuwachs 2013
BIP in Mio. EUR	78,32	49,96	15,56	2,79	1,22
Beschäftigte	523	436	164	70	46
Öffentliche Einnahmen in Mio. EUR	23,67	1,05	1,50	1,44	1,10

Fazit

Mit den sportlichen Großveranstaltungen hat Berlin die Chance, sich als moderner und innovativer Wirtschafts-, Wissenschafts-, Kultur- und Sportstandort international vorzustellen. Die vielen Sport-Events transportieren national und international die kulturelle Vielfalt und Weltoffenheit Berlins. Hinzu kommt, dass neben der guten Stimmung in der Stadt auch die Berliner Wirtschaft gestärkt wird. Allein durch die Leichtathletik-WM werden kurzfristig zwischen 630 und 1.240 befristete Arbeitsplätze in der Hauptstadt geschaffen, von denen ungefähr die Hälfte zumindest für eine gewisse Zeit erhalten bleibt.

Nach der Koalitionsvereinbarung zwischen SPD und Linkspartei für die Legislaturperiode 2006 bis 2011 will Berlin sich als Austragungsort für die olympischen Spiele bewerben. Zum Erhalt der Spitzenposition im Sport muss die Hauptstadt jedoch weitere internationale Sportwettkämpfe akquirieren. Denn die wirtschaftliche Bedeutung des Sports nimmt weiter zu. Nach aktuellen Schätzungen wächst der Anteil des Sports am Bruttoinlandsprodukt stetig und liegt derzeit bei etwa 1,5%. Städte und Kommunen haben den Sport und Sportveranstaltungen als Standortfaktor entdeckt und versuchen, über den Sport die regionale Wettbewerbsfähigkeit zu erhöhen. Vor diesem Hintergrund muss auch Berlin dem Sport weiterhin gute Rahmenbedingungen gewährleisten.

Wirtschaftszweige des Tourismus

(in Anlehnung an die Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes)

1. Beherbergungsgewerbe

- Hotellerie (Hotels, Hotels Garnis, Gasthöfe, Pensionen)
- Jugendherbergen und Hütten
- Campingplätze
- Beherbergungsgewerbe
- Vermietung und Verpachtung von eigenen Grundstücken, Gebäuden und Wohnungen

2. Gastronomie

- Speisengeprägte Gastronomie
- Getränkegeprägte Gastronomie
- Kantinen und Caterer

3. Verkehr

- Personenbeförderung im Linienverkehr zu Land
- Betrieb von Taxis und Mietwagen mit Fahrer
- Sonstige Personenbeförderung im Landverkehr
- Eisenbahnverkehr
- See- und Küstenschifffahrt
- Personenbeförderung in der Binnenschifffahrt
- Linienflugverkehr
- Gelegenheitsflugverkehr

4. Hilfstätigkeiten für den Verkehr

- Fluss- und Kanalfähren, Hafenschifffahrt
- Parkhäuser und Parkplätze
- Hilfs- und Nebentätigkeiten für den Landverkehr
- Sonstige Hilfs- und Nebentätigkeiten für die Luftfahrt
- Sonstige Hilfs- und Nebentätigkeiten für die Schifffahrt
- Reisebüros und –veranstalter

5. Vermietung von Reisefahrzeugen etc.

- Vermietung von Kraftwagen bis 3,5 t Gesamtgewicht
- Vermietung von Landfahrzeugen (ohne Kraftwagen bis 3,5 t Gesamtgewicht)
- Vermietung von Wasserfahrzeugen
- Vermietung von Luftfahrzeugen

6. Kulturelle Leistungen

- Künstlerische und schriftstellerische Tätigkeiten und Darbietungen
- Betrieb von Kultur- und Unterhaltungseinrichtungen und Hilfsdienste dafür
- Museen und Denkmalschutzeinrichtungen
- Botanische und zoologische Gärten sowie Naturparks

7. Sport und sonstige Erholungsleistungen

- Schaustellergewerbe und Vergnügungsparks
- Betrieb von Sportanlagen
- Erbringung von sonstigen Dienstleistungen des Sports
- Spielhallen und Betrieb von Spielautomaten
- Spielbanken und Spielklubs
- Erbringung von Dienstleistungen für Unterhaltung, Erholung und Freizeit

8. Verbundene Aktivitäten des Tourismus

- Großhandel (einschließlich Handelsvermittlung)
- Einzelhandel, Reparatur von Gebrauchsgütern
- Kreditgewerbe
- Versicherungsgewerbe
- Verleih von Wäsche und Arbeitsbekleidung
- Verleih von Sportgeräten und Fahrrädern
- Fotografisches Gewerbe und fotografische Laboratorien
- Freiberufliche Dolmetscher
- Übersetzungsbüros
- Ausstellungs-, Messe- und Warenmarkteinrichtungen
- Sekretariats- und Schreibdienste; Copy-Shops
- Wirtschaftsförderung, -ordnung und -aufsicht
- Auswärtige Angelegenheiten
- Flug-, Bootsführer-, Segel- u. ä. Schulen
- Saunen, Solarien, Fitnesszentren u. Ä.
- Erbringung von sonstigen persönlichen Dienstleistungen (z. B. Parkplatzzuweiser)

