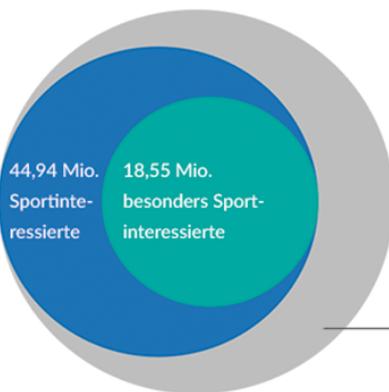


Deutschland lebt und atmet Sport. Nicht nur als Freizeitvergnügen, sondern als kraftvolle Säule der Wirtschaft und als integrativer sozialer Faktor. Heute gilt es, diese Kraft zu nutzen und den Sport für zukünftige Generationen nachhaltig zu stärken. Tatsächlich aber steht der Sport vor Herausforderungen, die seine nachhaltige Entwicklung bedrohen. Wir brauchen dringend:

- Berücksichtigung der positiven Wirkungen und wirtschaftlichen Besonderheiten unseres ganzen Sportsystems bei Regulierung
- Gestaltungsspielräume für Sponsoring und keine Restriktionen
- Praktikabler Rechtsrahmen für Sponsoring

Deutschland atmet Sport: Emotionen in der gesamten Gesellschaft



63% der Gesamtbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren interessieren sich für **Sport**. Innerhalb dieser Gruppe sind sogar **18,55 Millionen** Menschen **besonders interessiert**. Dies entspricht **26%** der Gesamtbevölkerung.

71 Mio.
Gesamtbevölkerung 14+

Quelle: Institut für Demoskopie Allensbach, AWA 2025

Sponsoring als Erfolgsmotor: Lebensader des deutschen Sports

Sponsoring ist die tragende Säule, die es ermöglicht, dass Sportvereine von der Bundesliga bis zum lokalen Club überleben und gedeihen können. Mit einem jährlichen Beitrag, der vom Breiten- bis zum Profisport entscheidende Unterstützung bietet, entlastet Sponsoring staatliche Kassen und fördert die gesellschaftliche Gesundheit und Zusammenhalt.

60 % der Breitensport- und 100 % der Profisportvereine in Deutschland finanzieren sich auch durch Sponsoren. **42 %** erhalten Sachleistungen durch Sponsoren.

Quelle: Studie (Nicht-)Ersetzbarkeit von Sponsoren bestimmter Industriezweige, VSA & Sporthochschule Köln (2025)

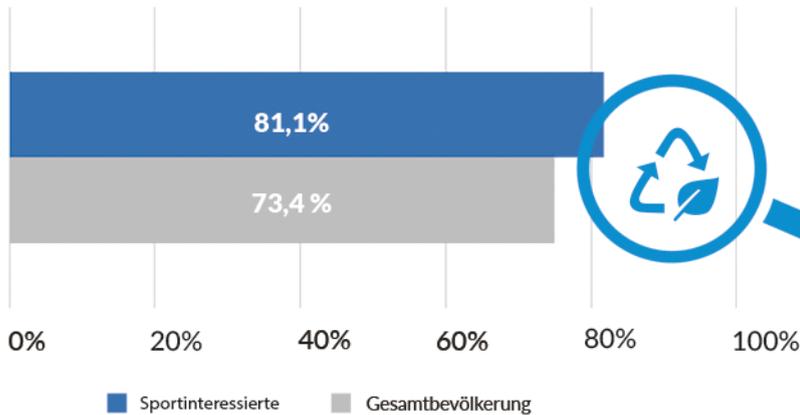


Mehr als Spiel und Spaß: Gesundheit und Integration durch Sport

Sport fördert Gesundheit, soziale Integration und Werte wie Fairness, Respekt und Teamgeist. Menschen aller Altersgruppen und Hintergründe finden in Sportvereinen zusammen, um diese Werte aktiv zu leben. Mit seiner emotionalen Kraft ist Sport eine einzigartige Plattform, die über Athletinnen und Athleten sowie Vereine hinaus Botschaften in die Gesellschaft trägt und Veränderungen bewirken kann.

Zukunft gestalten: Sport und Nachhaltigkeit

Innovative Ansätze zur Förderung von Umweltbewusstsein und sozialer Verantwortung zeigen, dass der Sport ein Vorreiter in der Nachhaltigkeitsbewegung sein kann. Der Sport hat nicht nur einen CO₂-Fußabdruck, sondern auch einen bedeutenden 'Sozialen Handabdruck'. Diese soziale Dimension ist ein wesentlicher Aspekt und Wert des Sports, besonders in der Nachhaltigkeitsdebatte.



36,46 Mio. Sportinteressierte haben ein Interesse an Natur- und Umweltschutz (81,1%). **26,8%** in der Zielgruppe haben sogar ein besonderes Interesse an den zukunftsrelevanten Themen.

Darüber hinaus setzen sich **10,84 Mio.** (24,1%) Sportinteressierte sogar **aktiv für Natur- und Umweltschutz** ein.

Unsere Leistung für das Allgemeinwohl: die Sozialrendite

Der Social Return On Investment (SROI) beziffert, wie sehr unsere Gemeinschaft vom gesamten Sport profitiert, wie deutlich am Beispiel Amateurfußball nachzuvollziehen ist:

Social Return On Investment

für die Gesellschaft:
2,61 MRD. €
Leistungen in sozialen
Bereichen

für die Wirtschaft:
5,73 MRD. €
direkte Beiträge in die
Wirtschaft

für die Gesundheit:
5,60 MRD. €
Einsparungen im
Gesundheitswesen

13,9 MRD. €

Das ist die Sozialrendite des deutschen Amateurfußballs.

Quelle: Die Sozialrendite des DFB-Amateurfußballs (UEFA SROI Modell)

Gefährdete Vielfalt: Die Auswirkungen von Werbeverböten

Sponsoring sichert die sportliche Vielfalt und Verfügbarkeit. Werbeverbote bedrohen die finanzielle Basis des Sports. Die Leidtragenden wären nicht nur die Sportlerinnen und Sportler, sondern langfristig die gesamte Gesellschaft.

Handeln Sie jetzt: Sichern Sie die Zukunft des Sports in Deutschland

Wir fordern politische Entscheidungsträger auf, die Bedeutung des Sportsponsorings anzuerkennen und entsprechend zu handeln. Gerade in Zeiten von Rezession und wirtschaftlicher Flaute geraten auch Marketingbudgets und bewährte Partner des deutschen Sports unter enormen Druck. Dies spürt dann auch der Sport und seine essentielle Einnahmequelle Sportsponsoring leidet.

Verzicht auf weitere Werbeverbote

Die kommende Legislaturperiode eröffnet die Möglichkeit, den Sport nachhaltig zu stärken. Wir setzen uns für eine Politik ein, die den Wert des Sports anerkennt, und fordern den Verzicht auf Werbeverbote, um finanzielle Stabilität und Vielfalt zu gewährleisten.