

Holger Preuß / Markus Kurscheidt / Norbert Schütte

Ökonomie des Tourismus durch Sportgroßveranstaltungen

GABLER RESEARCH

Event- und Impaktforschung

Herausgegeben von
Prof. Dr. Holger Preuß, Universität Mainz
Dr. Markus Kurscheidt, Universität Bochum

Die Reihe bietet ein Forum für empirische Studien zur ökonomischen Wirkungsanalyse von Großveranstaltungen in Sport, Kultur und Tourismus. Die Bände umfassen v. a. Ergebnisberichte über Primärerhebungen, die vom Reise- und Konsumverhalten der Eventbesucher bis zu intangiblen Werbe- und Imagewirkungen der Großereignisse reichen. Die Schriftenreihe richtet sich an Lehrende und Studierende der Wirtschafts-, Sport- oder Tourismuswissenschaft sowie an Praktiker und öffentliche Entscheidungsträger in eventbezogenen Handlungsfeldern.

Holger Preuß / Markus Kurscheidt
Norbert Schütte

Ökonomie des Tourismus durch Sportgroßveranstaltungen

Eine empirische Analyse
zur Fußball-Weltmeisterschaft 2006

Mit einem Geleitwort von
Dr. Wolfgang Schäuble, MdB, Bundesminister des Innern



RESEARCH

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
<<http://dnb.d-nb.de>> abrufbar.

Mit freundlicher Unterstützung des Bundesinstituts für Sportwissenschaft.

1. Auflage 2009

Alle Rechte vorbehalten

© Gabler | GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden 2009

Lektorat: Claudia Jeske | Britta Göhrisch-Radmacher

Gabler ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media.

www.gabler.de



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: KünkelLopka Medienentwicklung, Heidelberg

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Printed in Germany

ISBN 978-3-8349-1955-7

Geleitwort

Die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland war ein herausragendes Ereignis für unser Land. Sie bot nicht nur spannende Wettkämpfe. Wir konnten zudem zahlreiche Gäste aus aller Welt willkommen heißen, die friedlich und ausgelassen mit uns feierten. Hierzu hat das Public Viewing einen wichtigen Beitrag geleistet. Zum ersten Mal in der Fußballgeschichte war das gemeinsame Verfolgen der Spiele auf Großbildleinwänden ein fester Bestandteil der Weltmeisterschaft, und es war im ersten Anlauf ein großer Erfolg. Mehr als vier Millionen Menschen verschiedenster Herkunft, die keine Eintrittskarte erhalten hatten, waren somit dennoch Teil des „Sommermärchens“.

Durch die Weltmeisterschaft hat das Bild Deutschlands im Ausland eine spürbare Aufwertung erfahren. Wir konnten uns als weltoffene Gesellschaft und „Land der Ideen“ präsentieren. Neben der Freude an dem Sportfest wäre dies allein Grund genug gewesen, die Ausrichtung der Weltmeisterschaft mit öffentlichen Mitteln zu unterstützen. Zugleich erzeugen solche sportlichen Großereignisse, insbesondere durch den „Eventtourismus“, erhebliche Geldzuflüsse für das Austragungsland.

In der vorliegenden Studie sind die Autoren Prof. Dr. Holger Preuß, Dr. Markus Korscheidt und Dr. Norbert Schütte der wichtigen Frage nachgegangen, wie groß die wirtschaftliche Bedeutung der Fußball-WM für Deutschland tatsächlich war. Im Unterschied zu bisherigen Studien erfolgte mit dieser Studie erstmals eine Großerhebung „bottom-up“. Dazu wurden nahezu 10.000 Besucher an den Stadien und auf den Public Viewing-Plätzen befragt.

Das unabhängige wissenschaftliche Vorhaben der Forschergruppe wurde von der WM-Stabstelle des Bundesministeriums des Innern ideell unterstützt und vom Bundesinstitut für Sportwissenschaft (BISp) finanziell gefördert. Zentrale Ergebnisse konnten bei der Sportministerkonferenz im Rahmen der deutschen EU-Ratspräsidentschaft 2007 in Stuttgart bereits vorgestellt werden sowie in Auszügen in den Bericht der Bundesregierung zur Fußball-Weltmeisterschaft einfließen. Nun liegt mit diesem Band eine umfassende Dokumentation des Konsum- und Reiseverhaltens von Sporteventtouristen in Deutschland für die Fußball-WM 2006 vor. Damit ist eine beachtliche Datengrundlage für verbesserte Prognosen zu den Wirkungen künftiger Großereignisse verfügbar, von der zum Beispiel auch die Organisatoren der Bewerbung um die Olympischen Winterspiele in München 2018 profitieren können.

Besonders erfreulich ist ein Teilergebnis dieser Untersuchung. Es konnte nachgewiesen werden, dass die Steuermehreinnahmen durch die WM-Besucher aus dem Ausland mindestens der Summe entsprachen, die von der öffentlichen Hand für den Bau der WM-Stadien investiert wurde. In der Gesamtschau wurde somit der deutsche Steuerzahler durch die Bereitstellung modernster Spielstätten faktisch nicht belastet.

Ich freue mich, dass diese wichtige Studie nun auch der breiten Öffentlichkeit als Buch zugänglich ist. Allen Interessierten wünsche ich eine anregende und informative Lektüre.

Dr. Wolfgang Schäuble, MdB
Bundesminister des Innern

Vorwort

Während unserer langjährigen intensiven Erforschung der ökonomischen Auswirkungen von (Mega-)Events im Sport sind wir immer wieder auf die Schwäche gestoßen, dass viele Modellrechnungen dadurch relativ ungenau sind, dass sie zwangsläufig auf vielen unsicheren Annahmen und kausallogischen Abschätzungen beruhen. Empirische Daten, insbesondere über zentrale autonome Mittelzuflüsse durch die Konsumausgaben der Event-Besucher, fehlen weitgehend.

Mit der „FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2006TM“ in Deutschland bot sich die einmalige Gelegenheit, Daten über ein Mega-Event im eigenen Lande zu sammeln und damit wichtige Informationen zur Effizienzsteigerung zukünftiger Sportgroßveranstaltungen zu erhalten. Mitunter können die Ergebnisse dieser Studie auch zu grundlegender Politikberatung über die Finanzierbarkeit solcher Mega-Events herangezogen werden. Generell bietet die vorliegende Arbeit zahlreiche neue Erkenntnisse über Sportgroßveranstaltungen, wobei ein Fokus auf der Methodik zur Ermittlung der ökonomischen Auswirkungen lag.

Dieses ambitionierte Projekt, bei dem letztlich knapp 10.000 Besucher der Fußball-WM befragt und fast 1,5 Millionen Einzeldaten ausgewertet wurden, wäre nicht ohne die Unterstützung zahlreicher Personen und Institutionen realisierbar gewesen. Die Initiative für dieses Forschungsprojekt ging von den Autoren aus. Der Forschungsantrag wurde in einem standardisierten Gutachtenverfahren vom Bundesinstitut für Sportwissenschaft (BISp, Bonn) für eine Förderung ausgewählt und maßgeblich finanziert. Zu danken haben wir also zuvorderst dem BISp, namentlich Professor Dr. h.c. Georg Anders und Dipl.-Finanzwirt Dipl.-Sportl. Andreas Pohlmann, für die begleitende Betreuung, aber auch den anonymen Gutachtern, die sich für die Förderung dieses Projektes ausgesprochen haben.

Eine Teilbefragung wurde – im Hinblick auf die UEFA EURO 2008TM – zudem von der Hochschule für Wirtschaft (HSW, Luzern, CH) über das BASPO (Schweizer Bundesamt für Sport) bezuschusst. Gedankt sei hier Professor Dr. Jürg Stettler und Dr. Heinz Rütter für zahlreiche Diskussionen und die Gelegenheit, auf einer Fachtagung in Luzern 2007 erstmals Teilergebnisse wissenschaftlichen Kreisen vorzustellen.

Die Autoren danken des Weiteren dem Deutschen Fußball-Bund (DFB) für die ideelle Unterstützung diese Studie. Mit Hilfe des DFB konnte im Jahr 2005 ein wichtiger Pre-Test beim Confederations Cup durchgeführt werden, außerdem stellte der DFB nach der WM wertvolle Informationen aus den Datenbanken des WM-Organisationskomitees bereit. Schließlich ermöglichte der DFB genau ein Jahr nach der Fußball-WM eine deutschlandweit medienwirksame Verbreitung der zentralen Ergebnisse dieser Studie.

Institutionell geht an dieser Stelle auch ein Dank an Norbert Tödter (Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.) für die Bereitstellung vieler, teilweise unveröffentlichter, touristischer Daten; an die adidas AG für die Erlaubnis einer Befragung der WM-Besucher in der

Adidas-Arena am Berliner Reichstag; an Eckhard Viehöfer (Leitung des WM Accommodation Service) für die Informationen über die Hotels, in denen große Fanggruppen aus dem Ausland abgestiegen sind; und an Dr. Christian Wacker (Direktor des Deutschen Sport & Olympia Museums, Köln) für die Erlaubnis zur Befragung im brasilianischen Fanclub. Überdies sei noch das von uns initiierte Netzwerk von Event-Forschern EURNEST (European Research Network on Events, Sports and Tourism) genannt. Die methodische Grundsatzdiskussion zu diesem Projekt startete mit einer Runde international ausgewiesener Empiriker, die ihre Gedanken, Methodenkompetenz und praktischen Erfahrungen im Vorfeld unserer Untersuchung teilten und erörterten. Anwesend waren u. a. die Professoren Stefan Késenne (BEL), Wladimir Andreff (FRA), Chris Gratton (GBR), Harry Arne Solberg (NOR) und Dr. Egbert Oldenboom (NED).

Diskussionen der Ergebnisse und wertvolle Anregungen verdanken wir außerdem Prof. emer. Dr. Bernd Rahmann (Universität Paderborn), Herrn Norman Hänslar, M. A., Dipl.-Volkswirt Gerd Ahlert (GWS mbH, Osnabrück) und Prof. Dr. Annette Spellerberg (TU Kaiserslautern).

Die Befragung von fast 10.000 WM-Besuchern in elf WM-Städten und bei zahlreichen Public Viewings wäre nicht ohne die Unterstützung eines 17-köpfigen erfahrenen und engagierten studentischen Teams möglich gewesen. Allen Studierenden, die durchschnittlich bei acht Befragungen im Einsatz waren, gilt ein großer Dank. Geleitet wurde das Befragerteam u. a. von Kai Gemeinder. Im Zuge dieser Studie wurden außerdem zahlreiche Diplomarbeiten verfasst, wobei die Mainzer Studierenden Matthias Müller, Thomas Scherf, Daniel Schmidtke, Jens Teusen und der Hamburger Student Sebastian Krauss spezielle Gruppen von Besuchern befragten. Wichtige Daten zum Vergleich der Fußball-WM mit anderen deutschen Sportgroßveranstaltungen lieferten zwei weitere Diplomarbeiten, verfasst von Oliver Groh (Befragung der Zuschauer der Handball-WM) und Konstantin Rentrop (Befragung bei der Hockey-WM). Von studentischer Seite waren aber auch einige Kurse einbezogen, denen hier ebenfalls gedankt sei. Diese kamen von der FH Kufstein (Prof. Dr. Uwe Eisermann), der Deutschen Sporthochschule Köln (Prof. Dr. Christoph Breuer), der State University of New York (Prof. Dr. Ted Fay), der Hochschule BiTS Iserlohn (Dr. Michael Welling) sowie der Ruhr-Universität Bochum und der Johannes Gutenberg-Universität Mainz.

Ohne ein gutes Backoffice-Team, das sich um die Dateneingabe, Fahrten zu den WM-Städten, Teamzusammensetzungen, Recherchearbeiten und letztlich die Formatierungen kümmert, ist so ein Projekt kaum zu vollenden. Gedankt sei daher ganz besonders Kai Gemeinder, Karsten Liese und Michaela Ivak.

Holger Preuß, Markus Kurscheidt & Norbert Schütte

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|------------|
| Geleitwort | V |
| Vorwort | VII |
| Kurzfassung | 1 |
| 1 Einleitung | 15 |
| 1.1 Ausgangsproblematik..... | 15 |
| 1.2 Gegenstand und Motivation der Untersuchung | 17 |
| 1.3 Aufbau der Untersuchung | 21 |
| 2 Ökonomischer Impact von Sportgroßveranstaltungen | 23 |
| 2.1 Event-ökonomische Betrachtung der Fußball-Weltmeisterschaft | 23 |
| 2.1.1 Die Fußball-WM als ‚Mega-Event‘ – eine institutionelle Analyse..... | 26 |
| 2.1.2 Umsetzung der Event-Konzeption zur Fußball-WM 2006 | 35 |
| 2.1.3 Eingrenzung des Untersuchungsfeldes dieser Studie..... | 42 |
| 2.2 Stand der sportökonomischen Impaktforschung..... | 45 |
| 2.2.1 Ermittlung regionaler und gesamtwirtschaftlicher Auswirkungen von Sportgroßveranstaltungen..... | 46 |
| 2.2.2 Methodische Ansätze zu Sportgroßveranstaltungen im Vergleich | 50 |
| 2.3 Kreislauf- und tourismustheoretische Aspekte von Großsport-Events..... | 55 |
| 2.3.1 Theorie und Methode der Berechnung wirtschaftlicher Impulse..... | 55 |
| 2.3.2 Theorie des Sport-Event-Tourismus | 58 |
| 3 Methodik der empirischen Untersuchung | 63 |
| 3.1 Methodisches Instrumentarium | 64 |
| 3.1.1 Standardisierte Zuschauerbefragung bei Public Viewings und in Stadien | 64 |
| 3.1.2 Sekundäranalyse und Vergleich mit kompatiblen Untersuchungen..... | 74 |
| 3.1.3 Besuchertypen-Beobachtung..... | 75 |
| 3.1.4 Frequenzbefragung..... | 77 |

| | | |
|----------|---|------------|
| 3.1.5 | Qualitative Beobachtung..... | 77 |
| 3.1.6 | Allgemeine Dokumentenanalyse | 78 |
| 3.2 | Qualität und Repräsentativität der Primärdaten..... | 79 |
| 3.2.1 | Messprobleme | 79 |
| 3.2.2 | Datenqualität | 82 |
| 3.2.3 | Repräsentativität der Daten..... | 93 |
| 3.3 | Datenverarbeitung und Auswertung..... | 97 |
| 3.3.1 | Quantitative Daten | 97 |
| 3.3.2 | Qualitative Daten | 99 |
| 4 | Ergebnisse der empirischen Erhebung..... | 101 |
| 4.1 | Profil der Besucher der Stadien und Public Viewings | 101 |
| 4.1.1 | Soziodemographische Daten..... | 101 |
| 4.1.2 | Psychographische Daten | 110 |
| 4.2 | Reise- und Konsummuster..... | 116 |
| 4.2.1 | Elementanalyse von Reisemustern | 116 |
| 4.2.1.1 | Detailanalyse der Aufenthaltsdauer | 119 |
| 4.2.1.2 | Detailanalyse der Art der Beherbergung | 121 |
| 4.2.1.3 | Detailanalyse der Anreise nach Deutschland | 123 |
| 4.2.1.4 | Detailanalyse der Organisationsform der WM-Reise..... | 125 |
| 4.2.1.5 | Detailanalyse der Anreisewege zum Stadion und Public Viewing | 125 |
| 4.2.1.6 | Detailanalyse der Zwischen- und Anschlussreisen..... | 130 |
| 4.2.2 | Elementanalyse von Konsummustern..... | 132 |
| 4.2.2.1 | Detailanalyse der Ausgaben für Merchandiseartikel..... | 138 |
| 4.2.2.2 | Detailanalyse der Ausgaben für Eintrittskarten | 141 |
| 4.2.2.3 | Detailanalyse der Ausgaben für Gastronomie | 145 |
| 4.2.2.4 | Detailanalyse der Ausgaben für Shopping | 147 |
| 4.2.2.5 | Detailanalyse der Ausgaben für Unterkunft | 149 |
| 4.2.2.6 | Detailanalyse der Ausgaben für die tägliche Anreise..... | 151 |
| 4.3 | Varianz der Reise- und Konsummuster..... | 153 |
| 4.3.1 | Bestimmungsfaktoren | 153 |
| 4.3.2 | Psychographische Bestimmungsfaktoren | 157 |
| 4.3.3 | Herkunftsland der Besucher als Bestimmungsfaktor..... | 162 |
| 4.3.4 | Bestimmungsfaktor Besuchertypen | 165 |
| 4.3.5 | Bestimmungsfaktor Reisemuster | 167 |

| | | |
|----------|--|------------|
| 4.3.6 | Bestimmungsfaktor Turnierplanung | 168 |
| 4.3.7 | Erkenntnisse durch ein komplexes Erklärungsmodell | 170 |
| 5 | Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des konsumtiven Impulses der Fußball-WM 2006 | 175 |
| 5.1 | Formalisierte Modellierung des ökonomischen Impakts | 175 |
| 5.1.1 | Berechnung des Primärimpulses | 175 |
| 5.1.1.1 | Berücksichtigung verschiedener Besuchergruppen | 175 |
| 5.1.1.2 | Elemente des Konsummusters | 179 |
| 5.1.1.3 | Allgemeine Annahmen zur Berechnung des Primärimpulses | 181 |
| 5.1.1.4 | Algorithmen zur Berechnung des Primärimpulses durch Stadionbesucher | 183 |
| 5.1.1.5 | Algorithmen zur Berechnung des Primärimpulses durch Besucher von Public Viewings | 186 |
| 5.1.1.6 | Bestimmung des Primärimpulses durch Begleitpersonen von Stadionbesuchern und Besuchern der Public Viewings | 188 |
| 5.1.1.7 | Bestimmung des Primärimpulses durch Anschlussreisen | 188 |
| 5.1.1.8 | Umgang mit Risiko und Unsicherheit im Modell | 188 |
| 5.1.1.9 | Sensitivitätsanalyse der Daten des Primäreffektes | 190 |
| 5.1.2 | Abschätzung der gesamtwirtschaftlichen Wirkungen des Primäreffektes | 195 |
| 5.1.2.1 | Anforderungen an das einzusetzende Modell | 195 |
| 5.1.2.2 | Das makroökonomische Simulationsmodell INFORGE | 196 |
| 5.1.2.3 | Einbindung des Primärimpulses in das INFORGE-Modell | 200 |
| 5.2 | Modell zur Bestimmung des Primärimpulses durch die Besucher der Fußball-WM 2006 | 201 |
| 5.2.1 | Berechnung des Mengengerüsts der Besucher und Besuchstage | 202 |
| 5.2.2 | Berechnung des Wertgerüsts der Besucher | 214 |
| 5.2.3 | Berücksichtigung der Importsubstitution durch „Home Stayers“ | 219 |
| 5.3 | Gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Besucher der Fußball-WM 2006 | 221 |
| 5.3.1 | Gültigkeitsbereich der Ergebnisse | 221 |

| | |
|--|----------------|
| 5.3.2 Gesamtwirtschaftlicher Netto-Impakt der ausländischen WM-Besucher und „Home Stayers“ | 222 |
| 5.3.3 Verdrängungen und Umverteilungen durch die Besucher der Fußball-WM | 226 |
| 5.3.3.1 Änderungen des Konsumverhaltens der inländischen WM-Besucher | 226 |
| 5.3.3.2 Verdrängungseffekte durch die Besucher der Fußball-WM..... | 236 |
| 6 Diskussion und Fazit | 251 |
| 6.1 Stärken und Schwächen des „Bottom up“-Ansatzes | 252 |
| 6.2 Optimierung zukünftiger primärempirischer Erhebungen | 264 |
| 6.2.1 Reduktion der Anzahl von Konsummustern infolge unbedeutender Kategorien | 267 |
| 6.2.2 Reduktion der Anzahl von Konsummustern durch Hochrechnungen | 270 |
| 6.2.3 Reduktion der Anzahl von Konsummustern durch gezielte Befragungen | 272 |
| 6.3 Die ökonomische Bedeutung der WM-Besucher für Deutschland | 275 |
| 6.3.1.1 Erklärungen der Höhe des Konsums von WM-Besuchern..... | 275 |
| 6.3.1.2 Erklärungen der Varianz im Konsum von WM-Besuchern | 276 |
| 6.3.1.3 Erklärungen der Unterschiedlichkeit zu anderen Events..... | 277 |
| 6.3.2 Erkenntnisse zur gesamtwirtschaftlichen Auswirkung | 279 |
| Literatur- und Quellenverzeichnis | 283 |
| Anhang | 295 |