



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

Die ökonomische, ökologische und soziale
Nachhaltigkeit von Sportgroßveranstaltungen -
Am Beispiel der UEFA Fußballeuropameisterschaft 2008

Verfasserin

Michaela Werbitsch

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Wirtschaftswissenschaften
(Mag.rer.soc.oec.)

Wien, im Juni 2008

Studienkennzahl lt. Studienblatt:
Studienrichtung lt. Studienblatt:
Betreuer:

A 157
Internationale Betriebswirtschaft
Univ. - Prof. Dr. Franz Wirl

Eidesstattliche Erklärung

„Ich erkläre hiermit an Eides Statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch nicht veröffentlicht.“

Kurzfassung

Fußballgroßveranstaltungen ziehen die Massen fast überall auf der Welt in ihren Bann. Die Mischung aus sportlichem Wettkampf, Patriotismus und dem Event als riesige Showbühne mit seinem Medienspektakel begründen die Faszination. Aus allen Teilen der Welt kommen die Fußballfans zu großen Turnieren oder verfolgen diese zu Hause vor ihren TV Geräten. Keine andere Sportart besitzt eine Wirkung, die mit der des Fußballs vergleichbar ist – und gerade deshalb stellen Fußballgroßveranstaltungen, abgesehen von den olympischen Spielen, die größten sportlichen Events unserer Zeit dar. Diese Sportgroßveranstaltungen entwickeln sich durch die zunehmende Globalisierung und Kommerzialisierung immer mehr zu einem guten Geschäft und Werbung für die Regionen, die solche Großveranstaltungen ausrichten. So gilt es auch, die langfristig positiven Effekte für die soziale, ökologische und wirtschaftliche Entwicklung zu nutzen. Bedingt durch die enorme Öffentlichkeitswirkung dieser Veranstaltung ergeben sich unterschiedliche Anknüpfungspunkte zur Nachhaltigkeit, die untersucht werden sollen.

Die UEFA Fußball Europameisterschaften im Jahr 2008, das drittgrößte Sportereignis der Welt, finden in Österreich und der Schweiz statt. Im Zeitraum von 7. - 29. Juni 2008 im Rahmen von insgesamt 31 Spielen wird unter den 16 teilnehmenden Mannschaften der neue Europameister ermittelt. Gespielt wird in je vier Stadien in Österreich (Wien, Salzburg, Innsbruck, Klagenfurt) und der Schweiz (Basel, Bern, Zürich, Genf). Die Fußballfans haben so die Möglichkeit, die beiden Gastgeberländer kennen zu lernen.

Der Sport und der Fußballsport im Speziellen ist ein gesellschaftsübergreifendes Phänomen. Mit mehr als 240 Mio. aktiven Spielern in 1,5 Mio. Vereinen weltweit werden die Dimensionen verdeutlicht.

Das öffentliche Interesse und die optimistische, subjektive Einschätzung der Öffentlichkeit soll den empirischen Forschungsergebnissen gegenübergestellt werden. Die Arbeit wird auf eine ökonomische Bewertung von Sportgroßveranstaltungen im Allgemeinen und der UEFA Europameisterschaft 2008 im Speziellen nach objektiven Kriterien, sowie einer volkswirtschaftlich messbaren Datenlage aufgebaut. Als wissenschaftliche Basis für die Analyse dienen einige anerkannte Arbeiten anderer Autoren – diese Studien sollen den fundierten Kenntnisstand bieten auf deren Grundlage ein differenziertes Bild der Effekte der UEFA Europameisterschaft abgeleitet wird. Zudem sollen die Potenziale, Chancen aber auch Risiken dieser für Österreich auf lange Sicht einmaligen Großveranstaltung beleuchtet werden.

Abstract

Big soccer events are known to captivate the masses almost everywhere in the world. The reason for this fascination is a mixture of athletic competition, patriotism, and the event itself as the showplace of grand scale media frenzy. Soccer fans travel from around the world to attend the big competitions or watch them from their homes on TV. No sport other than soccer has a comparable effect – and that is why large soccer games prove to be, aside from the Olympic Games, the biggest sporting events of our time. These large scale sporting events are developing, due to the ever increasing globalization and commercialization, into a useful business and advertisement for the region hosting the event. Therefore, it is essential to take advantage of the positive long-term effects for potential social, ecological, and economical development. Due to the enormous influence of these events on the public, different links for sustainability present themselves, which are subject for investigation.

The UEFA European soccer championship of 2008, the third largest sporting event in the world, will take place in Austria and Switzerland. From the 7th to the 29th of June, 2008, 16 teams will compete in 31 games to determine the new European champion. The specific games will take place in four stadiums across Austria (Vienna, Salzburg, Innsbruck, and Klagenfurt) and Switzerland (Basel, Bern, Zürich, Geneva). Through this, the soccer fans will have the opportunity to get to know both host countries.

Sports, especially soccer, are a business comprehensive phenomenon. The dimensions are made clear with 240 million players in 1.5 million clubs worldwide.

The public interest and their optimistic and subjective assessment are put in contrast to empirical scientific research results. This work is based on an economical assessment of objective criteria of large sporting events in general and specifically the UEFA European soccer championship 2008, such as the measurable macro economical data currently available. The scientific basis for this analysis are works by several accredited authors – these studies are to provide a substantiated knowledge-base from which a differentiated image of the effects of the UEFA European soccer championship are to be deduced. Of further interest is the potential, in terms of the opportunities and risks, this presumably one-time large scale sporting event will present for Austria.

Inhaltsverzeichnis

EIDESSTATTLICHE ERKLÄRUNG	A
KURZFASSUNG	I
ABSTRACT	II
INHALTSVERZEICHNIS	III
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	VI
1 EINFÜHRUNG IN DIE FRAGESTELLUNG	1
1.1 PROBLEMSTELLUNG.....	1
1.2 ZIELSETZUNG	1
1.3 METHODIK.....	3
1.4 AUFBAU DER ARBEIT.....	3
2 SPORTGROßVERANSTALTUNG IN DER WISSENSCHAFTLICHEN FORSCHUNG.....	5
2.1 DIE WIRTSCHAFTLICHE BEDEUTUNG VON SPORT IN DER GESELLSCHAFT.....	5
2.2 DIE SPORTGROßVERANSTALTUNG	7
2.2.1 <i>Definition des Begriffs Sportgroßveranstaltung.....</i>	7
2.2.2 <i>Klassifikation der Wirkung von Sportgroßveranstaltungen</i>	10
2.2.3 <i>Die wirtschaftliche Wirkung von Sportgroßveranstaltungen.....</i>	10
2.2.4 <i>Die ökologische Wirkung von Sportgroßveranstaltungen</i>	13
2.2.5 <i>Die soziale Wirkung von Sportgroßveranstaltungen.....</i>	14
2.3 FUßBALLGROßVERANSTALTUNGEN UND DEREN BEDEUTUNG	15
2.3.1 <i>Einordnung von Fußballgroßveranstaltungen.....</i>	16
2.3.2 <i>Die wirtschaftliche Bedeutung von Fußballgroßveranstaltungen</i>	17
2.3.3 <i>Ökologische Wirkung von Fußballgroßveranstaltungen</i>	19
2.3.4 <i>Fußballgroßveranstaltungen als gesellschaftliches Ereignis</i>	19
3 DER NACHHALTIGKEITSGEDANKE.....	21
3.1 HISTORISCHE ENTWICKLUNG.....	21
3.2 DEFINITION DES BEGRIFFS NACHHALTIGKEIT	21
3.3 NACHHALTIGKEITSÖKONOMIE	23
4 INTERNATIONALE BEISPIELE	26
4.1 OLYMPISCHE SPIELE.....	26
4.1.1 <i>München 1972.....</i>	28
4.1.2 <i>Barcelona 1992.....</i>	28
4.1.3 <i>Sydney 2000.....</i>	30
4.1.4 <i>Athen 2004</i>	32
4.1.5 <i>Peking 2008.....</i>	34
4.2 FIFA WM.....	34
4.2.1 <i>Korea/Japan 2002</i>	35
4.2.2 <i>Deutschland 2006.....</i>	38

4.3	UEFA EURO	42
4.3.1	<i>Portugal 2004</i>	42
5	UEFA EURO 2008™	45
5.1	ECKDATEN – RAHMENBEDINGUNGEN	45
5.1.1	<i>Wirtschaft</i>	46
5.1.2	<i>Umwelt</i>	52
5.1.3	<i>Soziales</i>	54
5.2	ORGANISATIONSSTRUKTUREN	56
5.3	DIE NACHHALTIGKEITSCHARTA	56
5.4	FUßBALLSTADIEN	58
5.5	DIE TEILNEHMER	62
6	BERECHNUNGSMETHODEN ZUR BEWERTUNG VON SPORTGROßVERANSTALTUNGEN	64
6.1	PROBLEMATIK DER WIRTSCHAFTLICHKEITSANALYSEN	65
6.2	KOSTEN-NUTZEN ANALYSE	66
6.2.1	<i>Begriffliche Definition der Kosten und Nutzen</i>	67
6.2.2	<i>Typisierung der Kosten/Nutzen</i>	67
6.2.3	<i>Vorgehensweise der Kosten-Nutzen-Analyse</i>	68
6.3	INPUT-OUTPUT-ANALYSE	70
6.4	SIMULTANANALYSE	70
6.5	SPORTEVENT-SCORECARD	71
6.6	RETROSPEKTIVANALYSE	71
7	BERECHNUNGEN ZUR EURO 2008 IN ÖSTERREICH	72
7.1	AUSWAHL DER BERECHNUNGSMETHODE.....	72
7.2	INFRASTRUKTURINVESTITIONEN.....	73
7.2.1	<i>Investitionen in die Infrastruktur in Wien</i>	74
7.2.2	<i>Investitionskosten</i>	75
7.2.3	<i>Wertschöpfung der Infrastrukturinvestitionen</i>	76
7.3	BESCHÄFTIGUNGSEFFEKT	78
7.3.1	<i>Bauindustrie</i>	78
7.3.2	<i>Tourismusanfrage</i>	80
7.4	TOURISMUS.....	81
7.4.1	<i>Maximalvariante</i>	83
7.4.2	<i>Minimalvariante</i>	84
7.4.3	<i>Weitere Österreichtouristen</i>	85
7.4.4	<i>Touristische Verdrängungseffekte</i>	85
7.4.5	<i>Gesamte touristische Auswirkung</i>	86
7.5	MEDIEN- UND WERBEMARKT	87
7.6	TELEKOMMUNIKATIONSSEKTOR	89
7.7	SPORTWETTEN.....	89
7.8	GESAMTWIRTSCHAFTLICHE EFFEKTE	91

7.9	IMMATERIELLE EFFEKTE	92
7.10	ERMITTLUNG UND ZUORDNUNG DER KOSTEN UND NUTZEN DER EURO 2008.....	94
7.11	NACHHALTIGKEITSPOTENTIALE	97
8	BERECHNUNGEN ZUR EURO 2008 IN DER SCHWEIZ	98
8.1	INFRASTRUKTUR.....	98
8.2	TOURISMUS.....	98
8.3	MEDIEN- , WERBE- UND TELEKOMMUNIKATIONSMARKT	101
8.4	GESAMTWIRTSCHAFTLICHE AUSWIRKUNG	102
8.5	IMMATERIELLE EFFEKTE	104
9	ZUSAMMENFÜHRUNG DER EFFEKTE IN ÖSTERREICH UND DER SCHWEIZ	105
9.1	ERGEBNIS DER STUDIEN	105
9.2	EX- ANTE NACHHALTIGKEITSANALYSE DER EURO 2008	108
9.2.1	<i>Typisierung der EURO 2008.....</i>	<i>108</i>
9.2.2	<i>Beurteilung der Veranstaltung</i>	<i>110</i>
9.2.3	<i>Durchführung der Nutzwertanalyse</i>	<i>123</i>
10	ZUSAMMENFASSENDER DARSTELLUNG DER ARBEIT MIT SCHLUSSBEMERKUNG.....	147
10.1	ZUSAMMENFASSUNG.....	147
10.2	FAZIT	151
11	ANHANG	153
12	LITERATURVERZEICHNIS	177

Abkürzungsverzeichnis

AFC	Asian Football Confederation
BIP	Brutto Inlandsprodukt
BWS	Brutto Wertschöpfung
CAF	Confédération Africaine de Football
CONMEBOL	Confederación Sudamericana de Fútbol
CONCACAF	Confederation of North and Central America and Caribbean Association Football
DFB	Deutscher Fußball Bund
DM	Deutsche Mark
EBU	European Broadcasting Union
EM	Europameisterschaft
EMAS	Eco Management und Audit Scheme
FIFA	Fédération International de Football Association
GBÖ	Gästabefragung Österreich
IBC	International Broadcasting Center
IOA	Input-Output-Analyse
IOC	International Olympic Committee
KTI	Kommission für Technologie und Kommunikation
ÖFB	Österreichischer Fußballbund
OFC	Oceania Football Confederation
OOC	Olympic Organisation Committee
NSW	New South Wales
SBB	Schweizer Bundesbahn
SFV	Schweizer Fußballverband
UEFA	Union of European Football Association

1 Einführung in die Fragestellung

1.1 Problemstellung

Fußballgroßveranstaltungen ziehen die Massen fast überall auf der Welt in ihren Bann. Die Mischung aus sportlichem Wettkampf, Patriotismus und dem Event als riesige Showbühne mit seinem Medienspektakel begründen die Faszination. Aus allen Teilen der Welt kommen die Fußballfans zu großen Turnieren oder verfolgen diese zu Hause vor ihren TV Geräten. Keine andere Sportart besitzt eine vergleichbare Wirkung wie der Fußball – und gerade deshalb stellen Fußballgroßveranstaltungen, abgesehen von den olympischen Spielen, die größten sportlichen Events unserer Zeit dar.

Diese Sportgroßveranstaltungen entwickeln sich durch die zunehmende Globalisierung und Kommerzialisierung immer mehr zu einem guten Geschäft und Werbung für die Regionen, die solche Großveranstaltungen ausrichten. Sie zeichnen sich durch ihre weit reichenden Ausmaße und den Auswirkungen auf die ökonomische, ökologische und soziale Umwelt aus und fungieren in ihrer Position auch als Leitbilder der Nachhaltigkeit.

Auch die Zuwendungen der öffentlichen Hand nehmen zu und besonders in diesem Bereich gilt es die wirtschaftlichen Folgen abzuschätzen. So sollen die langfristig positiven Effekte für die soziale und wirtschaftliche Entwicklung effektiv genutzt werden. Bedingt durch die enorme Öffentlichkeitswirkung dieser Veranstaltung ergeben sich unterschiedliche Anknüpfungspunkte zur Nachhaltigkeit, die untersucht werden sollen.

1.2 Zielsetzung

Die UEFA-Fußballeuropameisterschaft 2008 findet in den beiden Ländern Österreich und Schweiz statt und ist der drittgrößte Sportevent der Welt (nach Olympischen Spielen und Fußball Weltmeisterschaften). Ziel ist die ganzheitliche Erfassung der zentralen ökonomischen, ökologischen und sozialen Nachhaltigkeitseffekte (Kosten und Nutzen) der EURO 2008. Es sollen die unterschiedlichen qualitativen und quantitativen Effekte und Wirkungen von Fußballgroßveranstaltungen in den unterschiedlichen Bereichen aufgezeigt werden, sowie die positiven und negativen Aspekte eines solchen sportlichen Spektakels. Es wird die Frage erörtert ob es sich für die Wirtschaft der austragenden Regionen, aber auch für die Bevölkerung generell lohnt Sportgroßveranstaltungen auszutragen.

Hauptaugenmerk liegt auf der Quantifizierung der wichtigsten Faktoren der volkswirtschaftlichen Bedeutung – welche Wirtschaftszweige profitieren in welchem Ausmaß – sowie auf der Fokussierung auf die nachhaltige Entwicklung der EURO 2008. Dabei sollen auch die strukturellen Probleme dieser Berechnung aufgezeigt werden, da sie für die Beurteilung der ökonomischen Nachhaltigkeit von Sportgroßveranstaltungen von Bedeutung sind.

Der soziale Aspekt richtet sich vor allem auf die Einflüsse der Infrastrukturmaßnahmen zugunsten der EURO 2008. Zusätzlich möchte ich einen Blick auf die mediale Nachhaltigkeit werfen. Wie präsentiert sich Österreich als Gastgeberland in punkto Image? Wie wird die nachhaltige Bedeutung der EURO 2008 in der Öffentlichkeit thematisiert?

Bei der Fußball WM 2006 in Deutschland wurden erstmals auch die ökologischen Aspekte einer solchen Großveranstaltung berücksichtigt. Die UEFA EURO 2008 baut auf diesen Erkenntnissen auf und entwickelt sie weiter. Die Veranstalter wollen zeigen, dass langfristige, positive Entwicklungen auf den drei Ebenen Ökonomie, Ökologie und Soziales durch gute Vorbereitung möglich sind.

- Kann die Austragung einer Sportgroßveranstaltung positive, nachhaltige Effekten auf die Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt haben?
- Welche Faktoren bestimmen den Erfolg einer Sportgroßveranstaltung?
- Welche Vorbereitungen wurden getroffen – welche Verbesserungen gegenüber anderen Sportgroßveranstaltungen lassen sich bei der EURO 2008 erkennen?
- Welche Rückschlüsse auf den ökonomischen, ökologischen und sozialen Erfolg der EURO 2008 können gezogen werden?

Diese Arbeit soll die Vorbereitungen näher beleuchten und auf Basis von Studien vergleichbarer Sportgroßveranstaltungen sollen Rückschlüsse auf deren erwartete Folgen gezogen werden. Im Nachhinein wird sich dann feststellen lassen, inwieweit sich die daraus abgeleiteten Schlüsse bewahrheitet haben.

1.3 Methodik

Das öffentliche Interesse und die optimistische, subjektive Einschätzung der Öffentlichkeit soll den empirischen Forschungsergebnissen gegenübergestellt werden. Die Arbeit wird auf eine ökonomische Bewertung von Sportgroßveranstaltungen im Allgemeinen und der UEFA Europameisterschaft 2008 im Speziellen nach objektiven Kriterien, sowie einer volkswirtschaftlich messbaren Datenlage aufgebaut. Als wissenschaftliche Basis für die Analyse dienen einige anerkannte Arbeiten anderer Autoren – diese Studien sollen den fundierten Kenntnisstand bieten, auf deren Grundlage ein differenziertes Bild der Effekte der UEFA Europameisterschaft abgeleitet wird. Zudem sollen die Potenziale, Chancen aber auch Risiken dieser für Österreich auf lange Sicht einmaligen Großveranstaltung beleuchtet werden.

1.4 Aufbau der Arbeit

Die erklärende Einführung in das Thema Sportgroßveranstaltungen und Nachhaltigkeit ist der erste Teil der Arbeit. Die wirtschaftliche Bedeutung von Sport in der Gesellschaft, Sportgroßveranstaltungen im Allgemeinen und Fußballgroßveranstaltungen im speziellen werden näher betrachtet. Des Weiteren wird der Nachhaltigkeitsgedanken und dessen Interpretation in der vorliegenden Arbeit vorgestellt.

Im zweiten Teil werden vergangene internationale Sportgroßveranstaltungen genauer untersucht. Eine Metaanalyse dazugehöriger Studien soll einen vergleichbaren Überblick bieten. Im Anschluss wird auf die EURO 2008 mit den Eckdaten und Rahmenbedingungen eingegangen. Eine Bestandsaufnahme der Nachhaltigkeitsziele und Organisationsstrukturen runden das Kapitel ab.

Im dritten Teil werden Berechnungen zur Bewertung von Sportgroßveranstaltungen angeführt, daraus werden passende Berechnungsgrundlagen für die EURO 2008 abgeleitet. Es wird die wirtschaftliche Bedeutung, die ökologische und soziale Bedeutung untersucht.

Bei Sportgroßveranstaltungen bildet die Sportinfrastruktur eine zentrale ökonomische Größe im Sportsystem. Wirtschaftlich interessant sind die Finanz- und Leistungsflüsse. Die Basisdaten werden aus existierenden Daten gewonnen. Detailliert betrachtet werden die Infrastrukturinvestitionen (Stadionum- und Stadionneubau), der Tourismus und der Beschäftigungseffekt.

In ökologischer Hinsicht werden die Punkte Umweltmanagement, Energie und Klimaschutz, Mobilität, Abfall-/ Ressourcennutzung und Wasser aus dem Blickpunkt der Nachhaltigkeit betrachtet. Neben einer kritischen Beleuchtung der geplanten Maßnahmen sollen, durch einen Vergleich mit ähnlichen Sportgroßveranstaltungen, zusätzliche Lösungswege und Maßnahmen aufgezeigt werden.

Die soziale Bedeutung soll den Einfluss der EURO 2008 auf die Gesellschaft verdeutlichen. Die öffentliche und mediale Aufmerksamkeit wird untersucht, aber auch die Auswirkungen auf das allgemeine soziale Umfeld wie beispielsweise auf den Nachwuchssport sollen erhoben werden.

Die Zusammenfassende Darstellung versucht aus den Erkenntnissen der vorangegangenen Sportgroßveranstaltungen eine Bewertung für die EURO 2008 abzuleiten. Eine Auswertung und Interpretation der Ergebnisse runden neben einem Schlussfazit die Arbeit ab.

2 Sportgroßveranstaltung in der wissenschaftlichen Forschung

Die Olympischen Spiele gelten in der Kategorie Sportgroßveranstaltung als weltweit größtes Sportereignis. Hier spielen mitunter die lange Tradition und Geschichte eine wichtige Rolle. Unmittelbar nach den Olympischen Spielen finden die Fußballgroßveranstaltungen ihren Platz – zuerst die Fußball-Weltmeisterschaften und an dritter Stelle die Fußball-Europameisterschaften.

2.1 Die wirtschaftliche Bedeutung von Sport in der Gesellschaft

Durch den Wertewandel der Gesellschaft, Änderungen der Arbeitszeit und Freizeit, steigende Lebenserwartung, Bevölkerungswachstum oder steigenden Lebensstandard kommt der Bedeutung des Freizeitsektors und hier vor allem dem Sport eine wachsende Bedeutung zu. Der Sport besitzt im Wesentlichen zwei Bedeutungsrichtungen, die gesellschaftliche und die ökonomische Bedeutung. Mit den steigenden Zuschauerzahlen der diversen Sportveranstaltungen lässt sich eine zunehmende Kommerzialisierung des Sports beobachten. Der Unterhaltungsfaktor nimmt zu. Aus ökonomischer Sicht muss sowohl die aktive Sportausübung mit der dahinter stehenden Sportindustrie, als auch der passive Sportkonsum mit den damit verknüpften Produkten und Dienstleistungen betrachtet werden. Sowohl aktiv als auch passiv ist Sport ein Massenphänomen geworden.¹

Für die nächsten Jahre wird eine weitere Zunahme des Freizeitsports prognostiziert. Dies lässt sich auf zwei gegenläufige Faktoren zurückführen. Zum einen wird sich das steigende Durchschnittsalter der Bevölkerung negativ auf die aktive Sportausübung auswirken – zumindest auf die Sportarten die vorwiegend von jüngeren Leuten ausgeübt werden. Zum anderen wirkt positiv, dass durch das stark wachsende Bedürfnis nach Bewegung als Ausgleich zur Berufsarbeit die Zahl der aktiv Sporttreibenden größer wird. Somit werden die unterschiedlichsten Bevölkerungsschichten, auch mit neuen Sporttrends speziell für die 50+ Generation, angesprochen. Zusätzliches Motiv bietet das Bestreben nach Erhaltung und Förderung der Gesundheit.²

Die Sportbranche an sich kann in die Bereiche Spitzensport, Breitensport sowie Trend-/Funsport eingeteilt werden. Gerade im Breitensport ist der Sportverein ein wichtiger Eckpfeiler – soziale Gruppenprozesse werden durch gemeinsames Interesse und

¹ Schewe G./Rohlmann P., 2005, S. 7

² Röthing P. et al., 2007, S. 37

Engagement gefördert. Oft ist es gerade die mit dem Sport verbundene Geselligkeit eines Sportvereins die das Motiv für die Sportausübung darstellt.³

Der Sportmarkt ist breit gefächert und findet sich sowohl im sekundären als auch im tertiären Sektor der Wirtschaft. Sportbetriebe vermarkten nicht nur den Sport, sondern versuchen auch den Absatz von Gütern und Dienstleistungen mit Hilfe des Sports zu fördern.⁴

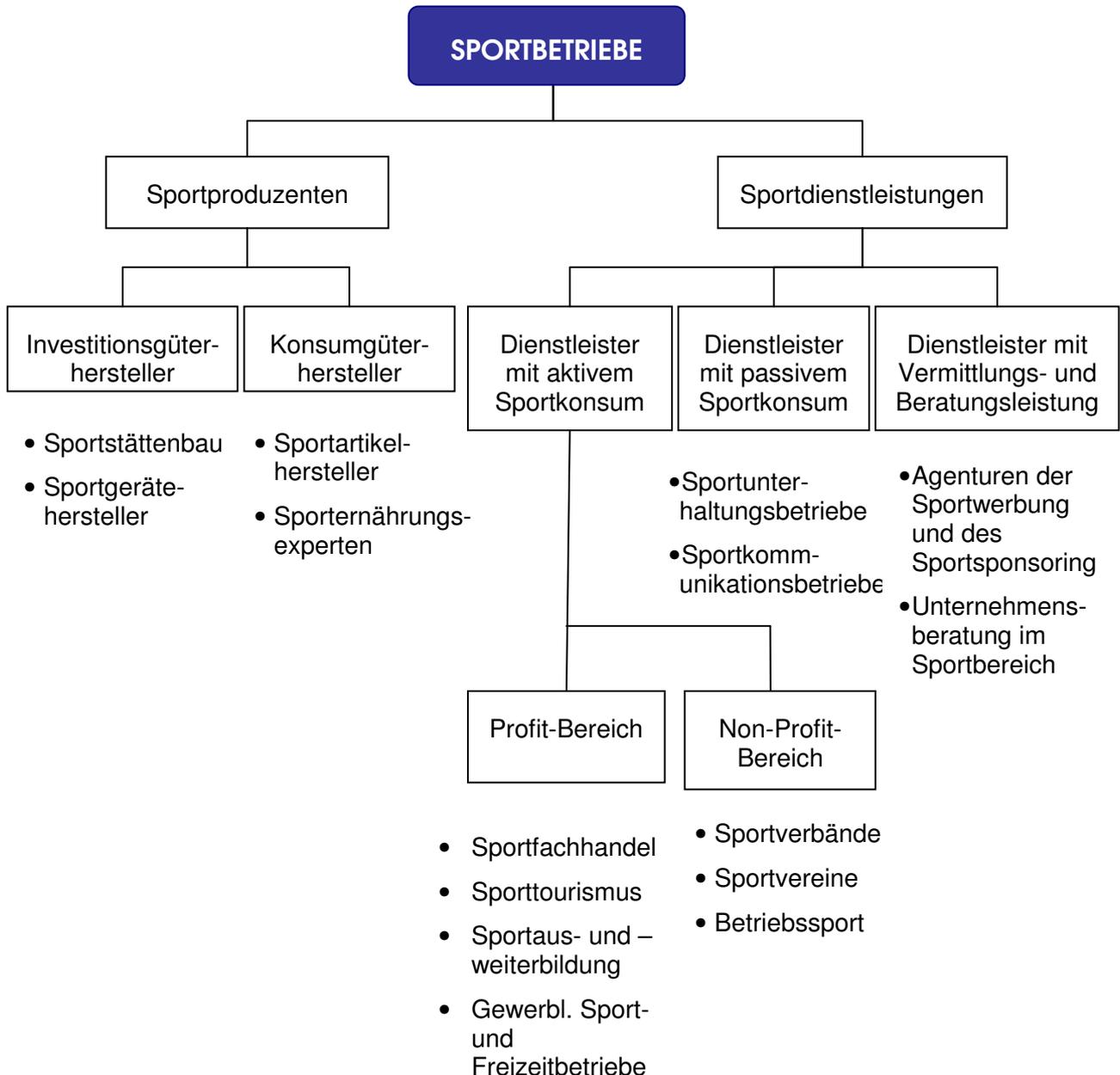


Abbildung 1: Überblick Sportbetriebe (Woratschek H., 2002, S. 3)

³ Grupe O., 1999, S. 43 ff.

⁴ Woratschek H., 2002, S. 2

Eine steigende wirtschaftliche Bedeutung des Sports ist in der Vermarktung von Sport- und Gesundheitsartikeln und Sportveranstaltungen zu beobachten – hier profitieren im weiteren Sinn auch Tourismus und Gastronomie.⁵ Sportgroßveranstaltungen die durch die Medien vielen Personen zugänglich gemacht werden, sind ideale Werbeträger und eignen sich hervorragend für Sponsoringaktivitäten. Das positive Image dieser Veranstaltungen wird von den sponsernden Unternehmen genutzt, dabei wird die Informationsvermittlung durch erlebnisorientierte Kommunikation erreicht.⁶

2.2 Die Sportgroßveranstaltung

Dem passiven Sportkonsum kommt eine immer wichtigere Bedeutung zu, weil Sportwettkämpfe auch das Unterhaltungsbedürfnis und den Wunsch nach Gemeinschaftserlebnissen und sozialer Akzeptanz erfüllen.⁷

2.2.1 Definition des Begriffs Sportgroßveranstaltung

In der Literatur findet man viele verschiedene Definitionen für den Begriff Großveranstaltung.

Die oft zitierte Definition von Ritchie (1984) richtet ihre Aussage auf die regionale, nationale bzw. internationale Aufmerksamkeit für die Dauer der Veranstaltung auf den Austragungsort/-region.

*Mega sporting events are major one-time or recurring events of limited duration, development primarily to enhance the awareness, appeal and profitability to a tourism destination, in the short and/or long term. Such events rely for their success on uniqueness, status, or timely significance to create interest and attract attention.*⁸

Autoren wie Burns/ Mules (1986) beleuchten die ökonomischen Merkmale, De Boer (1995) stellt das Publikum in den Mittelpunkt und Weichert (1998) das Einzugsgebiet der Besucher. Allein an dieser beispielhaften Aufzählung wird ein Einblick auf die vielseitigen Herangehensweisen zu diesem Thema aufgezeigt.⁹

⁵ Roth K./Schäfer G., 2000, S. 10

⁶ Meffert H., 1998, S. 714f.

⁷ Schewe G./Rohmann P., 2005, S. 5

⁸ Ritchie J.R.B., 1984, S.2

⁹ Ahrer A., 2002, S. 12

Für eine klare Abgrenzung des Begriffs Großveranstaltung hat Getz (1991) sieben Kriterien aufgestellt die für eine eindeutige Spezifikation erfüllt sein müssen:

- 1) Sie muss der Öffentlichkeit zugänglich sein.
- 2) Ihr primärer Zweck stellt das Feiern eines bestimmten Themas dar.
- 3) Sie findet einmal im Jahr oder seltener bzw. einmalig statt.
- 4) Sie hat einen im Voraus festgesetzten Eröffnungs- und Schlusstag.
- 5) Sie hat keine dauerhafte Struktur.
- 6) Ihr Programm kann sich aus mehreren eigenständigen Aktivitäten zusammensetzen.
- 7) Ihre Aktivitäten finden alle im gleichen Ortsgebiet oder in der gleichen Region statt.¹⁰

In der angelsächsischen Literatur wird eine weitere Gliederung in Hallmark-Events, Special-Events und Mega-Events gemacht.

A Hallmark-Event is a recurring event, that posses such significance, in terms of tradition, attractiveness, image, or publicity, that the event provides the host venue, community, or destination with a competitive advantage. Over time, the event and destination can become inseparable.¹¹

Ein Hallmark-Event ist demnach eine wiederkehrende Veranstaltung an einem bestimmten Ort. Diese Veranstaltung lockt vermehrt Besucher in die austragende Region, kann also für touristische Zwecke positiv genutzt werden.

A special event is a onetime or infrequently occurring event outside the normal program or activities of the sponsoring or organizing body. To the consumer, a special event is an opportunity for leisure, social or cultural experience outside the normal range of choices or beyond everyday experience.¹²

Hier ist die Einmaligkeit der Veranstaltung ein wichtiges Erkennungsmerkmal. Der Auslöser kann sportlicher, kultureller aber auch politischer Natur sein. Eine spezielle Förderung des Tourismus in der Region wird nicht explizit angestrebt.

¹⁰ Getz D., 1991, S. 45 f.

¹¹ Getz D., 1997, S. 5

¹² Getz D., 1991, S. 44

*Mega-events by way of their size or significance are those that yield extraordinarily high levels of tourism, media coverage, prestige or economic impact for the host community.*¹³

Der internationale Charakter einer derartigen Veranstaltung macht sie unabhängig vom Veranstaltungsort oder –land. Mega-Events bewegen die Massen und haben daher auch ökonomische Folgen – v.a. im Bereich Tourismus. International anerkannte, quantifizierbare Mindestanforderungen wie Besucheranzahl, Einnahmen, Kosten oder wirtschaftliche Effekte gibt es nicht, doch sollte zumindest eine Besucheranzahl von einer Million Menschen erreicht werden.

Die Sportgroßveranstaltung dient sowohl zur Darstellung und Präsentation der jeweiligen Sportart, als auch der gesellschaftlichen Darstellung der austragenden Nationen. Zunehmend wird aber von der Öffentlichkeit eine Legitimation gefordert, da Sportveranstaltungen heute riesige Dimensionen angenommen haben und mit erheblichem finanziellem Aufwand verbunden sind.¹⁴

¹³ Getz D., 1997, S. 6

¹⁴ Büch H.-P. et al., 2002, S. 5

2.2.2 Klassifikation der Wirkung von Sportgroßveranstaltungen

Die positiven und negativen Effekte einer Sportgroßveranstaltung treten in verschiedenen gesellschaftlichen Teilbereichen als ökonomische, ökologische und soziale Wirkung auf. Zu den involvierten Gruppen zählen der Veranstalter, die Besucher, der Veranstaltungsort, die Bevölkerung des Veranstaltungsortes und deren Unternehmen.

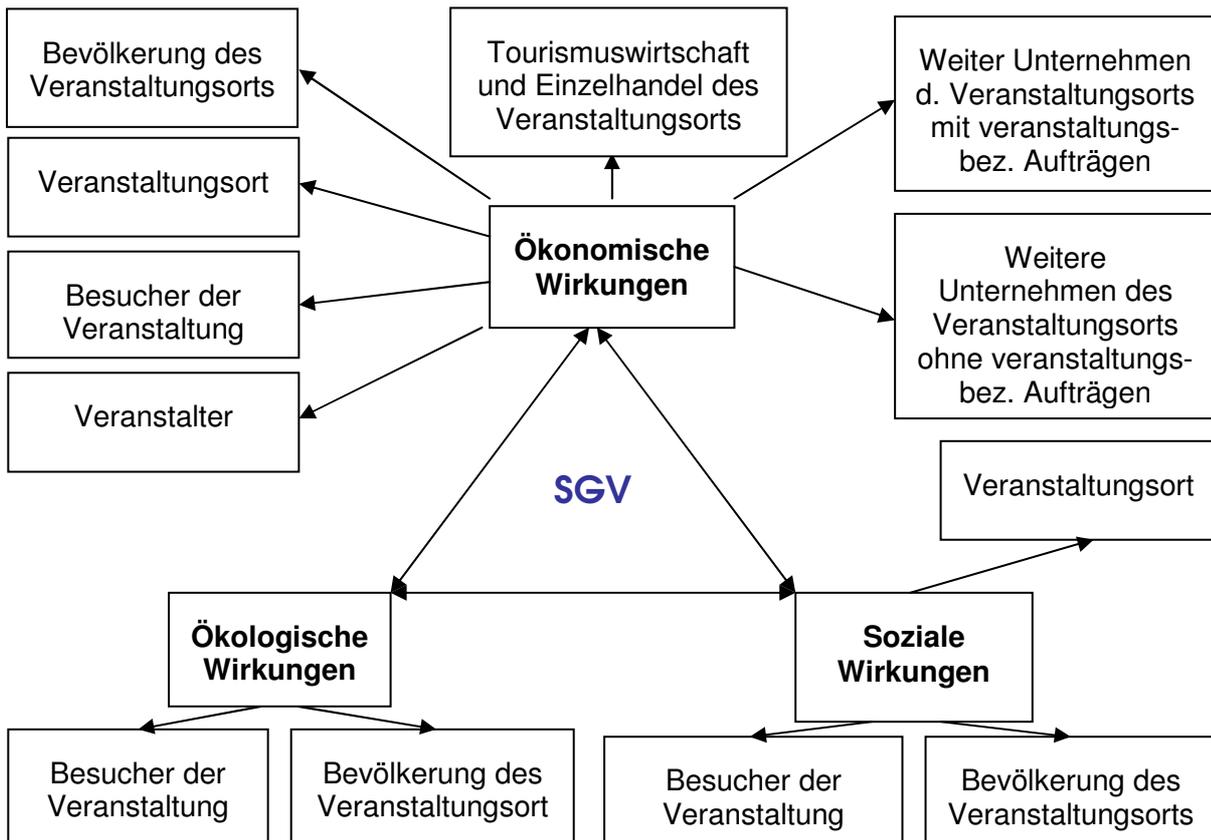


Abbildung 2: Klassifikation der Wirkung von Sportgroßveranstaltungen (Gans P. et al., 2002, S. 124)

2.2.3 Die wirtschaftliche Wirkung von Sportgroßveranstaltungen

Die Austragung einer Sportgroßveranstaltung zieht viele wirtschaftliche Effekte mit sich. Dies ist sowohl für die Einnahmen- als auch für die Ausgabenseite relevant.¹⁵

¹⁵ Helmenstein C., 2005, S. 10

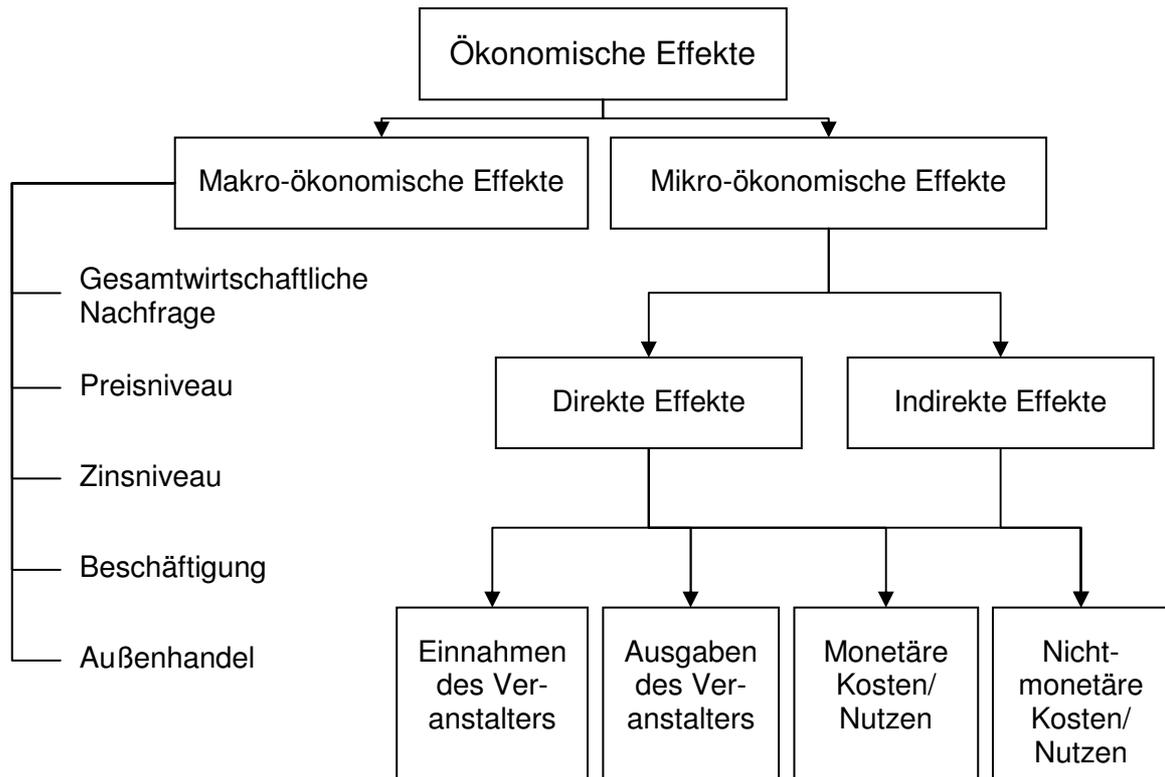


Abbildung 3: Mikro- und makroökonomische Aspekte von SGV (Heinemann K., 1995, S. 256)

Eine Sportgroßveranstaltung eröffnet einer Region neue Entwicklungsmöglichkeiten. Meist unterstützt durch die öffentliche Hand werden im Infrastrukturbereich erhebliche Verbesserungen erzielt. Die hohe mediale Aufmerksamkeit fördert zusätzlich die wirtschaftliche Attraktivität. In der regionalen Entwicklungspolitik sind die Folgen im sozialen Bereich durch verstärkte Kommunikation in der Verbundenheit der Einwohner bzw. der Schaffung von Gemeinschaft und Identität zu spüren. In der Folge profitieren in der Regel auch die Sportvereine durch das erhöhte Interesse.

Die Anziehungskraft von Sportgroßveranstaltungen wird nicht nur von der Industrie genutzt, die Städte und Regionen versuchen durch Erhöhung ihre Standortattraktivität ihre Wertschöpfung zu steigern.¹⁶

¹⁶ Trosien G./Dinkel M., 2001, S. 100f.

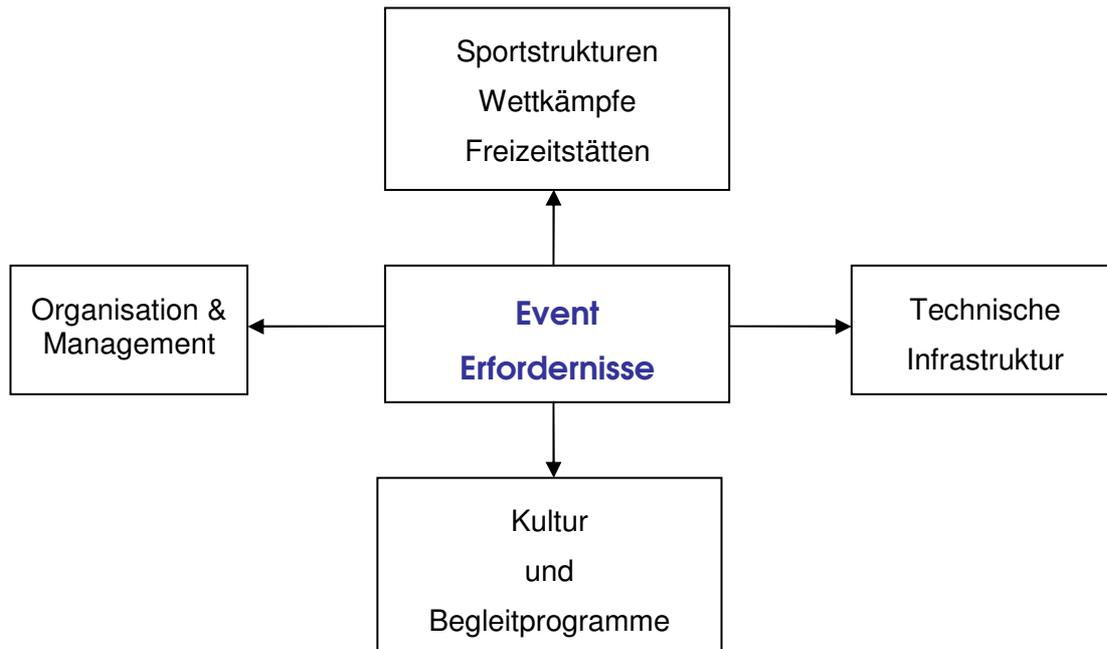


Abbildung 4: Multidimensionale Ausrichtung eines Eventmanagements (Trosien G./Dinkel M., 2001, S. 100)

Sportgroßveranstaltungen sollen, optimalerweise, nicht nur einen wirtschaftlichen Wachstumseffekt, sondern auch auf soziale Bereiche positive Wirkung zeigen. Dieser so genannte Multiplikatoreffekt findet sich u.a. in den Bereichen Arbeitslosigkeit, Bildung, Gesundheit, Lebensqualität oder Wohlstand wieder.

Der Bau von Stadien wird zum großen Teil aus direkten Investitionen in Bau-, Finanz- und Dienstleistungsindustrie durch die öffentliche Hand gedeckt. Durch die Besteuerung der Einnahmen und Gehälter dieser Industriezweige können aber wieder Steuereinnahmen lukriert werden. Der Multiplikatoreffekt wird bei der Nutzung dieser neuen Stadien sichtbar, da die Austragung von Sportgroßveranstaltungen indirekte Steuereinnahmen bringt. Die Besucher geben Geld für Eintrittskarten, Verpflegung, Unterbringung, An-/ Abreise usw. aus und investieren so wieder in die Region. Das durch die Subventionen in Umlauf gebrachte Geld wird so multipliziert – dieser Multiplikatoreffekt fällt umso höher aus je größer der Anteil des investierten Kapital ist, der in die Wirtschaft der veranstaltenden Region fällt.¹⁷

¹⁷ Kaniovski S. et al., 2003, S. 2ff.

Wirtschaftliches Ziel einer Sportgroßveranstaltung für die austragende Region ist die Nutzung langfristiger positiver Effekte. Hierzu zählen u.a. die Reduktion von Importen, die Einbindung der Region in neue Netzwerke oder die Ankurlung der touristischen Nachfrage. Impulse für die Region können vom Aufbau einer neuen Verkehrs- und Freizeitinfrastruktur und dem positiven Image das durch die Veranstaltung entsteht, erzielt werden.

Eine Steigerung der wirtschaftlichen Aktivität erhöht wiederum die Einnahmen der öffentlichen Hand.¹⁸

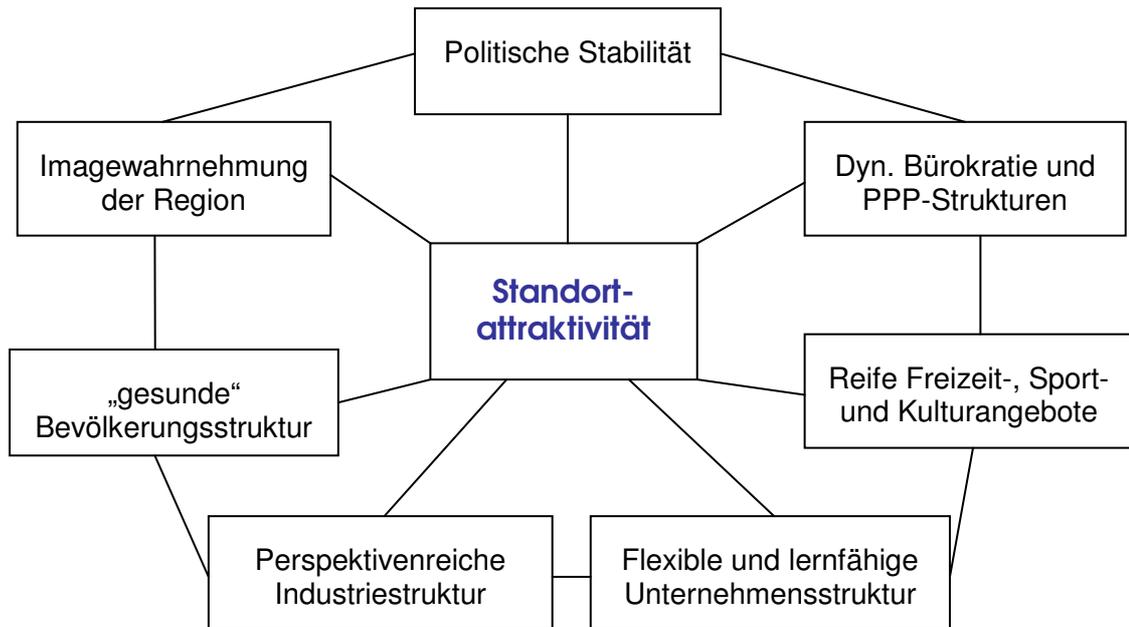


Abbildung 5: Erhöhung der Standortattraktivität durch SGV (Trosien G./Dinkel M., 2001, S. 115)

2.2.4 Die ökologische Wirkung von Sportgroßveranstaltungen

Die Austragung einer Sportgroßveranstaltung ist immer mit hohen Stoffströmen in den verschiedenen Bereichen verbunden (Abfall, Energieträger, Baumaterialien). Durch diesen sportbedingten Verkehr werden Umweltbelastungen verursacht. Auch die Lärmbelastung kann das körperliche und seelische Wohlbefinden der Menschen beeinträchtigen. Ziel sollte eine Reduzierung des Individualverkehrs, durch den Ausbau des öffentlichen Personenverkehrs, sein.¹⁹

¹⁸ Trosien G./Dinkel M., 2001, S. 115 f.

¹⁹ Lemmer J., 1996, S. 78

Bei Sportgroßveranstaltungen wird die Umwelt besonders bei Bau der benötigten Sportstätten angegriffen. Daher ist besonders im Sportanlagenbau die Berücksichtigung der ökologischen Nachhaltigkeit schon in der Planungsphase von großer Bedeutung. Dies wird erreicht durch:

- Rationalen Umgang mit dem Boden
- Energieeinsparung durch Anwendung neuer Techniken (wie Wärmeschutz bei Gebäudehüllenoberflächen)
- Energieeinsparung durch innovative Produkte
- Erhöhung der Energieeffizienz
- Einsatz und Verwendung erneuerbarer energie- und ressourcensparender Techniken²⁰

Die meisten Sportanlagen – Sporthallen, Schwimmstadion, Fußballstadion,...- haben einen hohen Platzbedarf. Bezüglich der Größe der verbauten Fläche ist es kaum möglich Einsparungen vorzunehmen. Daher sollte zumindest die unmittelbare Umgebung der Sportstätten mit größter Sorgfalt geplant werden. Ein wesentlicher Bestandteil ist die Verkehrsinfrastruktur. Sportgroßveranstaltungen ziehen Menschenmassen, diese müssen so ressourcenschonend wie möglich zu den Veranstaltungen transportiert werden. Eine optimale Verbindung mit öffentlichen Verkehrsmitteln ist dafür essenziell. So leisten Sportgroßveranstaltungen einen langfristigen Beitrag zum Umweltschutz – da der Ausbau der öffentlichen Verkehrsinfrastruktur ein positiver Nebeneffekt ist.²¹

2.2.5 Die soziale Wirkung von Sportgroßveranstaltungen

Ein sportliches Großereignis hat viele verschiedene gesellschaftliche Wirkungen, diese lassen sich aber nur schwer in ökonomisch messbare Größen fassen. Es gilt die gesundheitlichen, politischen, sozialen, pädagogischen und ethischen Wirkungen zu bewerten.²²

²⁰ Büch M.-P. et al., 2003, S. 1

²¹ Büch M.-P. et al., 2003, S. 19

²² Rahmann B. et al., 1998, S. 13

Die sozialen Aspekte der Nachhaltigkeit wie die Lebensqualität in der Stadt oder die Berücksichtigung der kulturellen und historischen Besonderheiten spielen eine immer wichtigere Rolle.²³ So sind auf sozio-kultureller Ebene der steigende Erlebnis- und Freizeitwert für die Bevölkerung ebenso wie die Förderung kultureller Werte und der Tradition anzuführen. Die höhere Zufriedenheit mit der unmittelbaren Umgebung wirkt sich auch psychologisch mit einer Steigerung der lokalen Identität aus.

Die Austragung einer Sportgroßveranstaltung rückt das Veranstaltungsland in den Blickpunkt der internationalen Öffentlichkeit. Ein Land das sich in der Lage fühlt die Herausforderung einer derart großen Veranstaltung zu tragen, gewinnt an Bekanntheit und Bedeutung für Investoren und Touristen. Weiters geht einer solchen Veranstaltung eine prozessbeschleunigende Wirkung voraus - geplante Projekte (v.a. Infrastrukturprojekte) werden zügiger durchgeführt, was zu einer Erhöhung des Freizeit- und Erlebniswertes führt.²⁴

Auf politischer Ebene kann bei einem reibungslosen Ablauf das internationale Ansehen gesteigert werden. So kann einer Sportgroßveranstaltung auch eine friedensstiftende Wirkung zugesprochen werden, wenn das Miteinander verschiedener Kultur harmonisch verläuft.²⁵

2.3 Fußballgroßveranstaltungen und deren Bedeutung

Das wachsende Interesse am Fußballsport ist in die gesellschaftliche und ökonomische Bedeutung des Sports im Allgemeinen eingebettet.²⁶

²³ N.N., Sportevents und Nachhaltigkeit, S. 18

²⁴ Bundesministerium für Sportwissenschaften, 1996, S. 62

²⁵ Helmenstein C. et al., 2005, S. 9

²⁶ Rahmann B. et al., 1998, S. 48

2.3.1 Einordnung von Fußballgroßveranstaltungen

Nach der oben angeführten Gliederung in Hallmark-Events, Special-Events und Mega-Events können Fußballgroßveranstaltungen durch ihre internationale Dimension den Mega-Events zugeordnet werden.

ANZAHL DER AUSTRAGUNGSORTE

einer	I.	II.
	Schwimm-WM, ATP-Tennis-Turniere etc. als „Special-Events“, (Marathon-) Stadtläufe etc. als „Hallmark-Events“ (z.B. „Kieler Woche“)	Olympische Winter- und Sommerspiele als „Mega-Events“, Commonwealth-Games als „Special-Event“
mehrere	III.	IV.
	Fußball-WM/EM als „Mega-Event“ „Kurs-Events“ im Rad- oder Rallye-Motorsport als „Special-Events“	Verallgemeinerte Kategorie (in Zukunft: „Meta-Events“?)
	eine	mehrere

ANZAHL DER BETEILIGTEN SPORTARTEN

Abbildung 6: Einordnung von Fußball-WM/EM als Sportgroßveranstaltung (Kurscheidt M., 2004, S. 9)

Die Fußball Weltmeister-/Europameisterschaft ist zwar ein periodisch wiederkehrendes Ereignis – doch stellt die Veranstaltung für den jeweiligen Austragungsort ein einmaliges Ereignis dar. Da sich Fußballturniere zwar auf nationaler Ebene eingrenzen lassen, aber die Austragungen der Spiele an unterschiedlichen Orten stattfinden können, können sowohl regionale als auch nationale Effekte erzielt werden. Fußballgroßveranstaltungen stellen mit einer Dauer von etwa einem Monat eine relativ lange Eventphase dar, zusätzlich ist eine Abnahme der Intensität, durch Ausscheiden der Mannschaften zum Finale hin, kennzeichnend. Zusammenfassend ist die Fußball-Europameisterschaft ein nationales Großereignis mit internationaler Aufmerksamkeit, das für einen bestimmten Zeitraum inszeniert wird.²⁷

²⁷ Rahmann B. et al., 1998, S. 90 f.

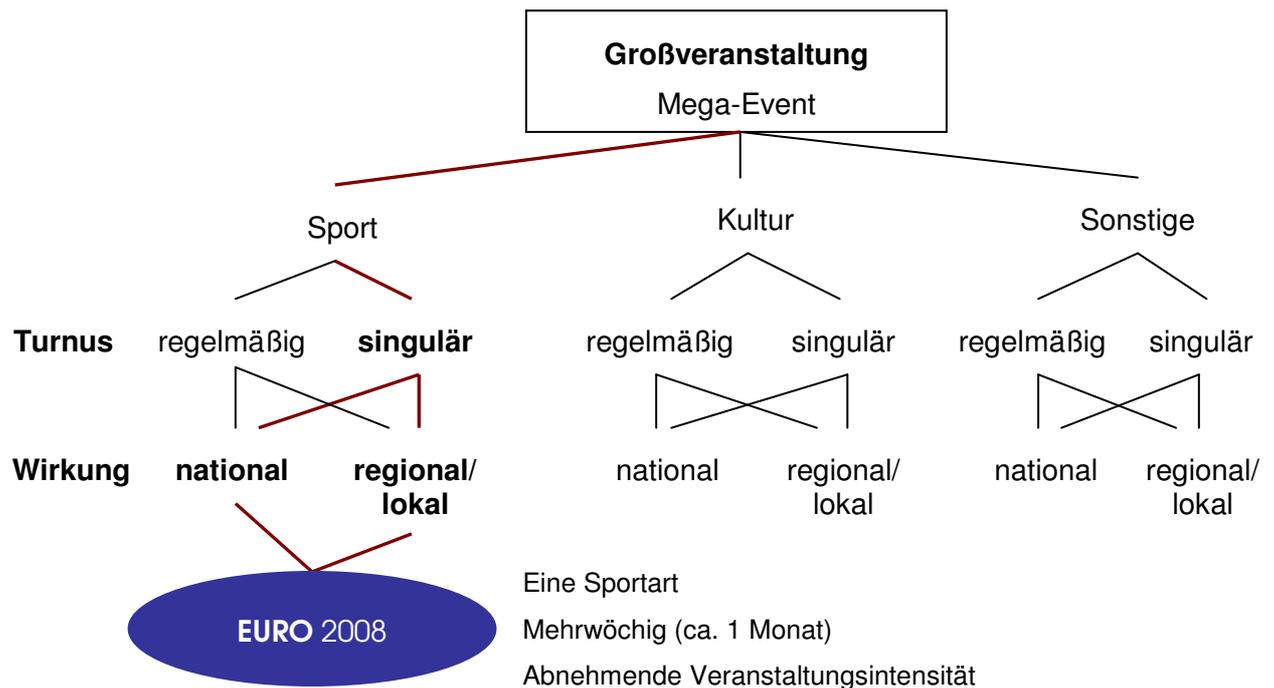


Abbildung 7: Merkmale und Einordnung der Fußball-Europameisterschaft (Rahmann B. et al., 1998, S. 91)

Die Austragung einer Fußballgroßveranstaltung beeinflusst die Wirtschaft, die Interessensverbände des Fußballsports sowie Staat und Gesellschaft. Auf der anderen Seite beeinflusst der hohe Stellenwert der Sportart Fußball auch das Ausmaß der einzelnen Effekte dieser Großveranstaltung.²⁸

2.3.2 Die wirtschaftliche Bedeutung von Fußballgroßveranstaltungen

Die ökonomische Bedeutung wächst mit der Entwicklung des Fußballsports zum Massenphänomen. Kaum eine andere Sportart hat in der jüngsten Vergangenheit einen ähnlich hohen Grad an Professionalisierung und Kommerzialisierung erlebt.²⁹

Die enorme Popularität der Sportart wird durch die wachsende Kommerzialisierung und Verbreitung weiter gefördert. Das Gastgeberland erhofft sich durch die Austragung einer Fußballgroßveranstaltung wie der Welt- oder Europameisterschaft einen bedeutenden wirtschaftlichen Zuwachs. Durch die professionelle Berichterstattung profitierten auch die Medien selbst von der Popularität des Sports. Das Interesse der Öffentlichkeit steigert die Einschaltquoten und Auflagen und führt so weiter zu höheren Werbeeinnahmen.

²⁸ Rahmann B. et al., 1998, S. 43

²⁹ Rahmann B et al., 1998, S. 58

Die Verflechtungen zwischen dem Fußballsport, den Medien und der Wirtschaft beeinflussen nicht nur die Vereine und Spieler sondern auch die unterschiedlichsten Wirtschaftsbereiche wie Werbung, Sponsoring, Sportartikelhandel, weiters Beschäftigungszweige wie Sportjournalisten, Sportärzte, Fanartikelunternehmen, oder auch Arbeitsplätze im Bereich Gastronomie und Hotellerie.³⁰

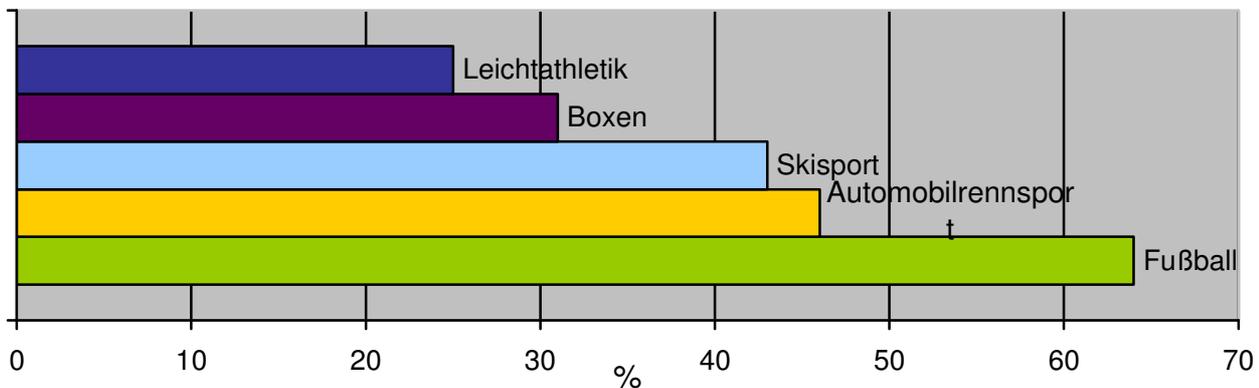


Abbildung 8: Beliebteste TV-Sportarten (Seydel M., 2005, S. 55)

Sehr stark profitiert die Bauwirtschaft durch die zusätzlichen Infrastrukturinvestitionen von der Austragung einer Fußballgroßveranstaltung. Die öffentliche Hand vergibt Aufträge für Stadionbauten, technische Ausstattung und zur Optimierung der Verkehrsanbindungen. Die gute Konjunktur kommt wiederum dem Staat zugute, der durch höhere Steuereinnahmen profitiert.³¹

Negative Folgen können durch strukturelle Verdrängungs- und Verteilungsgefahren entstehen. Großveranstaltungen können zu Preissteigerungen und Veränderungen der Preisverhältnisse führen – insbesondere im Immobilien- und Mietbereich.

Eine Belebung des Tourismus wird während der Veranstaltung erwartet – dieser Effekt wird jedoch eher kurz- und mittelfristige Folgen haben. Besucher tragen mit ihren Ausgaben für Eintrittskarten, Übernachtung, Verpflegung, Fanartikel u. Ä. zur Zahlungsbilanz bei. Eine Verdrängung anderer Touristen, die vom Fußballgeschehen nichts wissen wollen, ist möglich. Auf der anderen Seite ist durch die vielen Infrastrukturinvestitionen eine Attraktivitätssteigerung möglich, die gemeinsam mit den Werbeeffekten über die Medien zu einem Ausbau des Tourismuspotentials führt.³²

³⁰ Zellmer M.D., 2005, S. 4

³¹ Rahmann B. et al., 1998, S. 61 f.

³² Rahmann B. et al., 1998, S. 70 f.

2.3.3 Ökologische Wirkung von Fußballgroßveranstaltungen

Aus ökologischer Sicht sind im Fußballsport v. a. die Sportstätten inklusive deren Verkehrsanbindungen und der durch Fußballspiele verursachte Verkehr zu beachten. Um hier die Chancen einer nachhaltig positiven Umweltentwicklung zu nutzen, wird neben dem Aufbau eines umweltfreundlichen Bewusstseins von Spielern und Fans auf die Förderung des öffentlichen Nahverkehrs und die ökologische Gestaltung der Stadien besonderen Wert gelegt.³³

In der Prä-Event-Phase werden vor allem durch die Baumaßnahmen ökologische Schäden in Form von Flächenverbrauch, Eingriffe in ehemals geschützte Landschaften, Lärm und andere Schadstoffemissionen hervorgerufen, was sich negativ auf die Tier- und Pflanzenwelt und auch auf das Wohlbefinden einzelner Bevölkerungsteile auswirkt. Während der Durchführung sind es die Abfallprobleme, Lärmbelästigung und Schäden aus dem veranstaltungsbedingten An- und Abreiseverkehr die es zu vermeiden gilt. Der motorisierte Individualverkehr ist wegen seiner Emissionen und dem irreversiblen Energieverbrauch als eine der größten Quellen ökologischer Zerstörung anzusehen. In der Post-Event-Phase ergeben sich Umweltbelastungen vor allem durch die Flächenversiegelungen und die damit einhergehenden Einflüsse auf den Wasserhaushalt, sowie durch die Folgenutzung der neuen Infrastruktur. Gerade deshalb ist eine gewissenhafte Planung der Sportstätten, deren Energieversorgung und die Nachnutzung von großer Bedeutung.³⁴

2.3.4 Fußballgroßveranstaltungen als gesellschaftliches Ereignis

Durch seinen zentralen Stellenwert besitzt der Fußballsport zahlreiche gesellschaftliche Funktionen. Fußballgroßveranstaltungen sind seit den 50er Jahren des letzten Jahrhunderts weltweit erwartete Riesenevents, die als Werkzeug internationaler Völkerverständigung gelten.³⁵

Aus gesundheitlicher Sicht hat Fußball als Ausgleichsport zur einseitig belastenden Arbeit positive Folgen – zudem bietet der Sport die Möglichkeit der Rehabilitation nach Unfällen oder Krankheiten. Zu dieser direkten Förderung kommt zusätzlich noch die positive Wirkung der Integration durch den Sportverein hinzu. Die Intensität der Ausübung spielt aber eine bedeutende Rolle, so sind die gesundheitlichen Folgeschäden einer Sportverletzung nicht zu unterschätzen.

³³ Rahmann B. et al., 1998, S. 62

³⁴ Rahmann B. et al., 1998, S. 80 f.

³⁵ Zellmer M. D., 2005, S. 4

Im gesellschaftlichen System vermittelt der Fußballsport Werte wie Teamgeist, Fairness, Disziplin oder leistungsorientierten Wettbewerb. Außerdem können dem Fußball noch Funktionen wie Sozialisation, Integration und Überwindung von Rassen- und Klassenschranken zugeordnet werden, die wiederum zu einer Stabilisation der Gesellschaft führen. Auch wenn das Potential der friedensfördernden Werte des Sports durchaus gegeben ist, lässt die Umsetzung in die Realität oft das Gegenteil vermuten. Nicht selten kommt es im Rahmen von Fußballspielen zu Ausschreitungen, die durch die starke Polarisierung der Zuschauer ausgelöst werden. Übersteigter Ehrgeiz und Gewinnen um jeden Preis verdrängen die sozialen Werte.³⁶

Die Fußballspieler in einem Verein eignen sich außer den Fähigkeiten einer Sportart auch soziale Handlungskompetenzen an. Das Miteinander im Spiel wirkt sich positiv auf die Ergebnisse der Sozialisation, das Sozial- und Konfliktverhalten aus. So kann der Fußballsport förderlich auf die Persönlichkeitsentfaltung, die Identitätsfindung, die Befriedigung persönlicher Bedürfnisse wie soziale Anerkennung und die Reduktion individueller Probleme wirken.³⁷

Durch die erhöhte Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit auf den Fußballsport sind in den Fußballvereinen steigende Mitgliederzahlen, erhöhte Sponsoraktivitäten und ein höheres Engagement der Bevölkerung zu erwarten. Der Grad der Euphorie ist auch abhängig von den Ergebnissen der einzelnen Spiele und dem Abschneiden der eigenen Nationalmannschaft.³⁸

Die nachhaltige Gestaltung von Fußballgroßveranstaltungen bleibt in ihrer Konzeption aber weit hinter jenen der Olympischen Spiele zurück. Vor allem die soziale Dimension der Nachhaltigkeit (regionale Identität, Integration von Behinderten) wird weitgehend vernachlässigt. Der Fokus liegt eindeutig auf den Umweltschutzziele.³⁹

³⁶ Rahmann B. et al., 1998, S. 51 ff.

³⁷ Rahmann B. et al., 1998, S. 56

³⁸ Rahmann B. et al., 1998, S. 72 f.

³⁹ N.N., Sportevents und Nachhaltigkeit, S. 34

3 Der Nachhaltigkeitsgedanke

„Die Lebenskraft eines Zeitalters liegt nicht in der Ernte, sondern in seiner Aussaat“ – dieser Satz von Ludwig Börne veranschaulicht das Prinzip der Nachhaltigkeit mit einem sehr einprägsamen Bild.⁴⁰

3.1 Historische Entwicklung

Das Prinzip der „Nachhaltigkeit“ wurde am Anfang des 19. Jahrhunderts in der Forstwirtschaft entwickelt. Bei einer nachhaltigen Waldbewirtschaftung wird die Produktionskraft des Waldes und der jeweiligen Holzernte so miteinander in Einklang gebracht, dass langfristig ein möglichst hoher Ertrag erreicht wird, gleichzeitig dürfen aber weder der Boden noch der Standort beeinträchtigt werden. Nur so konnte eine Existenzsicherung gewährleistet werden.

1972 fand die erste United Nations Conference on Human Environment in Stockholm statt. Hier wurden unter dem Begriff „ecodevelopment“ Konzepte für eine umweltschonende sozio-ökonomische Entwicklung entworfen. Unter dem Begriff „sustainable development“ wurden in der Folge Entwicklungsmodelle für die Dritte-Welt-Länder erarbeitet, die dann auf alle Regionen der Welt ausgeweitet wurden. 1980 wird der Begriff „sustainable development“ das erste Mal in einer wissenschaftlichen Studie verwendet. Die Aufnahme des Nachhaltigkeits-Gedanken als umweltpolitische Leitlinie findet 1992 bei der Rio-Konferenz statt. Die dort erarbeitete „Agenda 21“ soll die Vernetzung ökologischer, sozialer und wirtschaftlicher Entwicklungsfaktoren für die Erde im 21. Jahrhundert bewirken. 150 Regierungen haben sich diesem Leitbild verpflichtet.⁴¹

3.2 Definition des Begriffs Nachhaltigkeit

Der Begriff Nachhaltigkeit ist schwer konkret abzugrenzen. Er bezeichnet einen sehr komplexen Sachverhalt, in dem wirtschaftliche, gesellschaftliche und ökologische Systeme miteinander verknüpft werden. Die größte Übereinstimmung in der Literatur findet die Definition des Brundtland-Berichtes, die vorgeschlagene Definition von „sustainable development“ wird wie folgt beschrieben:⁴²

⁴⁰ Glück A., 2001, S. 10

⁴¹ Baumgartner C./Röhler C., 1998, S. 15 ff.

⁴² Baumgartner C./Röhler C., 1998, S. 17 ff.

Dauerhafte Entwicklung ist Entwicklung, die die Bedürfnisse der Gegenwart befriedigt, ohne zu riskieren, dass künftige Generationen ihre eigenen Bedürfnisse nicht befriedigen können.

Behrend H. beschreibt den Begriff Nachhaltigkeit als:⁴³

Eine Entwicklung, die auf einem gleich bleibenden Niveau erhalten werden kann, ohne die natürlichen Ressourcen zu erschöpfen oder ernsthafte ökologische Schäden zu verursachen.

Die Nachhaltigkeit wird durch folgende Charakteristika beschrieben:

1. Das Hauptziel ist die Erhaltung der für den Menschen lebensnotwendigen natürlichen Kreisläufe. Auch wenn das Prinzip auf den drei gleichberechtigten Säulen Ökologie, Ökonomie und Soziales aufgebaut ist, so kann es doch keine Gleichberechtigung geben, da alle Ziele, die die ökologische Stabilität und somit die menschliche Überlebensfähigkeit beeinträchtigen, nicht akzeptabel sind.
2. Nachhaltigkeit ist auf die menschliche Verhaltensweise ausgerichtet. Ein Nichterfüllen der Prinzipien kann nur durch menschliches Zusammenwirken in Richtung Nachhaltigkeit geändert werden.⁴⁴

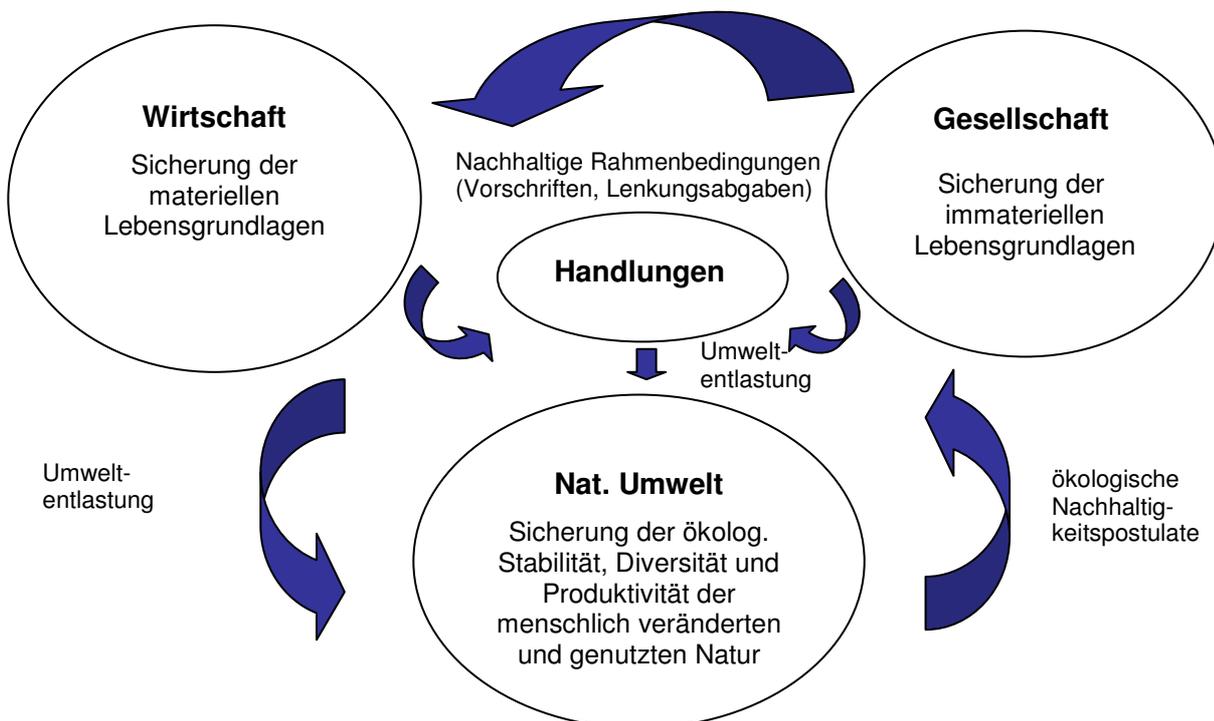


Abbildung 9: Die Trias der Nachhaltigkeit (Haber W., 1998, S. 14)

⁴³ Beheren H./ Döge P., 2001, S. 30

⁴⁴ Zabel H.-U., 2006, S. 90 f.

Das Prinzip der Nachhaltigkeit basiert auf den drei Säulen Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt. Nachhaltige Entwicklungen müssen miteinander koordinierte, gleichrangige Berücksichtigung ökonomischer, sozialer und ökologischer Gesichtspunkte enthalten.

3.3 Nachhaltigkeitsökonomie

Die traditionelle Ökonomie befindet sich zunehmend im Wandel – die Ziele und Merkmale der Nachhaltigkeit sind nicht mehr bloße Schlagworte und finden zunehmend Akzeptanz in der praktischen Umsetzung.

Tabelle 1: Unterscheidung zwischen traditioneller und Nachhaltigkeitsökonomik in Hinblick auf die konzeptionellen Charakteristika der Nachhaltigkeit

Konzeptionelle Charakteristika von Nachhaltigkeit	Nachhaltigkeits-Ökonomie	Traditionelle Ökonomie
1. Umgang mit der Natur/ Grad der Erhaltung natürlicher Kreisläufe		
• Wirtschaftstyp	Kreislaufwirtschaft	Durchflusswirtschaft
• Systemlogik	Naturgesetzlichkeit natürlicher Kreisläufe	Geldsteuerung (egoismus- basiert und wachstumsfixiert)
• Basisannahmen	Mensch und Wirtschaft sind in die Natur integriert	Mensch ist (insb. Über Wirtschaft, Technik und Geldwirtschaft) von der Natur emanzipiert und kann jeden beliebigen Naturzustand erzeugen bzw. zurücknehmen
• Folgen	Erhaltung natürlicher Kreisläufe	Tendenz zur Übernutzung natürlicher Ressourcen und damit Abbau der Naturleistungen bzw. Überlebenspotentiale

2. Individualverhalten		
• Generalantriebe	Mix aus Egoismus und Altruismus (lebensdienlichkeitsorientiert)	Egoismus
• Typus	„homo vitalis“	Homo oeconomicus
• Sozialverhalten	Sozialkontaktpflege (als Mittel zum Zweck) verbunden mit Solidarität und Empathie (moralisch, sozial)	Individualistisch (amoralisch und asozial)
• Prägung	Mix aus kulturellen und genetischen Prägungen	Menschengemachte kulturelle Prägung
• Folgen	Soziales Miteinander	Kampf „jeder gegen jeden“
3. Institutionen		
• Rahmensetzung	Öko-soziale Marktwirtschaft	„reine“ Marktwirtschaft
• Spielregeln	Ethisch basierte Entscheidungen unter Nutzung des Geldes	„reine“ Geldwirtschaft
• Gesellschaft	Nachhaltigkeitsorientierung (Familienförderung, Rechtsstaat, Demokratie, Interessenvertretungen)	Geld-, egoismus- und wachstumsfixierte Institutionen

Quelle: Zabel H.-U., 2006, S. 97 f.

Die ökologischen Herausforderungen verursachen in der Wirtschaft aber auch ein nicht zu unterschätzendes Konfliktpotential. Die ökonomischen und ökologischen Ziele können sich gegenseitig im Weg stehen. Hier gilt es einen für alle akzeptablen Kompromiss zu finden.

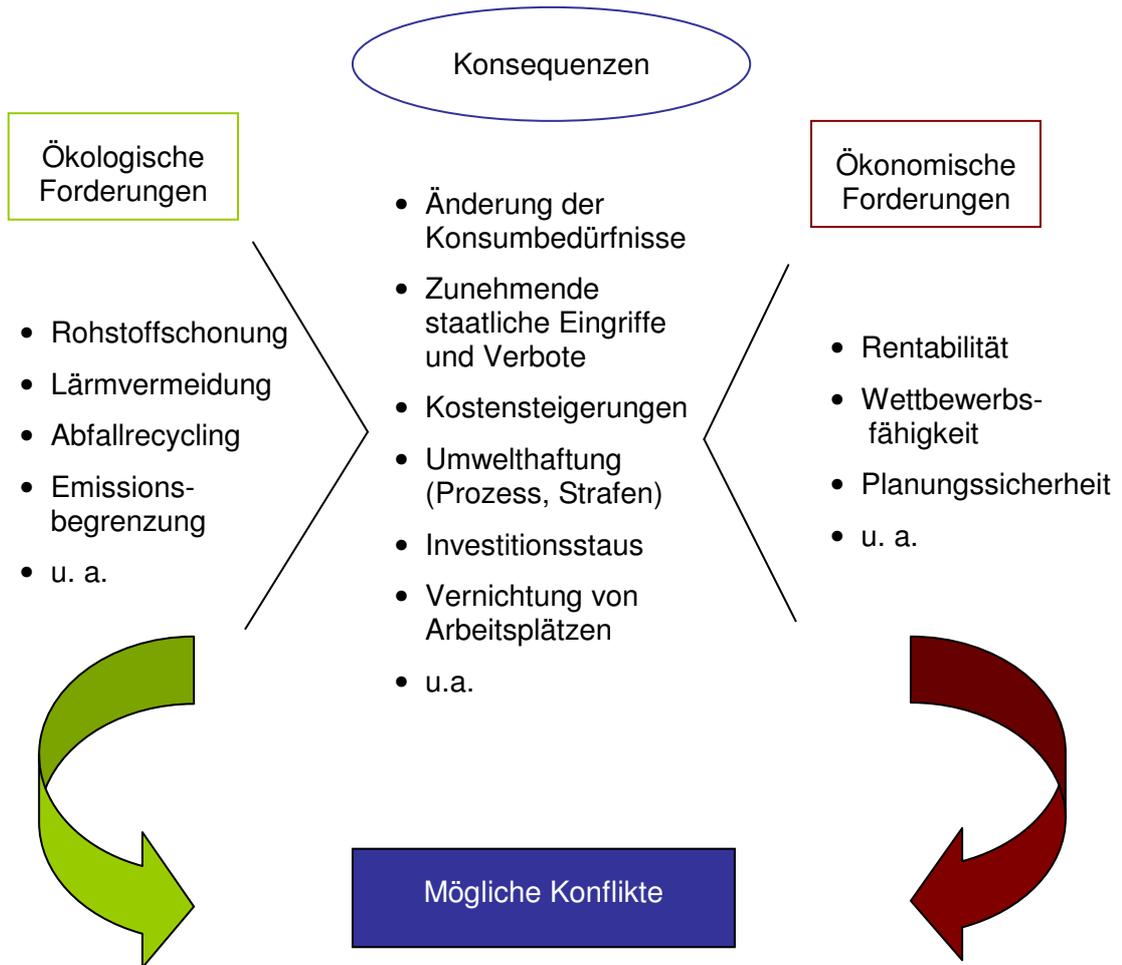


Abbildung 10: Mögliche Konflikte „Ökonomie“ und „Ökologie“ (Schierenbeck H., 2006, S. 317)

4 Internationale Beispiele

Um die möglichen Folgen der Fußball-Europameisterschaft besser abschätzen zu können sollen in diesem Kapitel andere, vorangegangene Sportgroßveranstaltungen beleuchtet werden.

4.1 Olympische Spiele



Die ersten Spiele der Neuzeit wurden, unter Pierre de Coubertin, 1896 in Athen ausgetragen, die letzten Sommerspiele 2004 ebenfalls in Athen, die letzten Winterspiele 2006 in Turin. Sie sollten mit der Austragung eines friedlichen Kräftermessens auf sportlicher Basis ein Zeichen setzen.⁴⁵ Die Olympischen Spiele finden in einem vierjährigen Turnus immer an unterschiedlichen Orten statt. Seit Lillehammer 1994 werden die Olympischen Winterspiele nicht mehr im selben Jahr wie die Sommerspiele, sondern um zwei Jahre zeitversetzt ausgetragen. Die Olympischen Sommerspiele finden nun immer im gleichen Jahr wie die Fußball-Europameisterschaften und die Olympischen Winterspiele im gleichen Jahr wie die Fußball-Weltmeisterschaft statt.⁴⁶

Die Olympischen Spiele gehören mit ihrer enormen Öffentlichkeitswirkung zu den größten Sportevents weltweit und versetzen den jeweiligen Austragungsort für 16 Tage in einen Ausnahmezustand.⁴⁷ Damit dieses Mega-Event störungsfrei ablaufen kann, wird bereits ca. 10 Jahre vor Austragung mit der Planung begonnen. Dies ist notwendig um die Infrastrukturmaßnahmen – Sportstättenbau, Verkehrsinfrastrukturen, Baumaßnahmen, etc. - sowie deren Finanzierung in die Wege zu leiten.⁴⁸

Um den Nachhaltigkeitsgedanken Folge zu leisten, wurde 1995 die IOC-Kommission „Sport und Umwelt“ gegründet. Damit sollen die olympischen Verbände für eine nachhaltige Entwicklung sensibilisiert werden. Das Aufgabenfeld beschränkt sich aber mittlerweile nicht mehr nur auf die Einhaltung von Umweltstandards, sondern spielt eine wichtige Rolle für die soziale Nachhaltigkeit durch die Förderung des Behindertensports.

⁴⁵ Malfas M. et al. , 2004, S. 209

⁴⁶ Horne J./Manzenreiter W.,2006, S. 3

⁴⁷ N.N., Sportevents und Nachhaltigkeit, S. 20

⁴⁸ <http://www.olympic.org>, am 20.10.2007

Seit 1988 finden im Anschluss an die Spiele die Paralympics statt. So werden alle Sportstätten und Infrastruktureinrichtungen behindertengerecht konzipiert – was auch in der Nachnutzung positive Folgen hat.⁴⁹

Die Olympischen Spiele haben sich im letzten Jahrhundert stark gewandelt. Mit den kontinuierlich steigenden Teilnehmerzahlen ist auch die politische und wirtschaftliche Bedeutung gewachsen. Aus dem rein sportlichen Wettkampf ist ein mediales Großereignis entstanden. Seit Olympia 1984 wuchsen die Spiele bei jeder Austragung, sowohl was die Anzahl der Teilnehmer als auch die Wettbewerbe angeht.⁵⁰

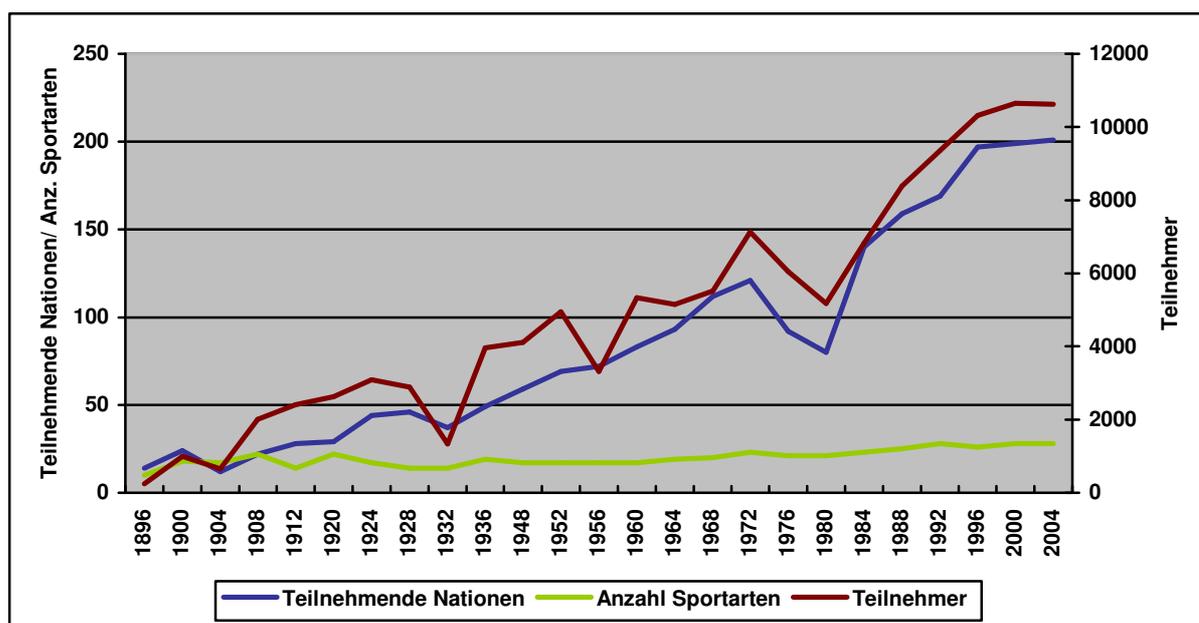


Abbildung 11: Entwicklung Teilnehmerzahlen bei Olympischen Spielen 1898-2004 (Eigene Berechnung basierend auf Daten der IOC Homepage <http://www.olympic.org>)

Doch nicht nur die Anzahl der Teilnehmer ist gewachsen, auch die Zuschaueranzahl ist von ca. 60.000 bei den Olympischen Spielen 1898 in Athen auf ca. 6,7 Mio. (Anzahl der verkauften Tickets) in Sydney 2000 angestiegen. Neben den Zuschauern vor Ort haben in Athen 2004 3,9 Mrd. Menschen die Spiele über TV mitverfolgt – dies ist eine weitere Steigerung zu den Spielen in Sydney 2000 (3,6 Mrd.).⁵¹

Die wachsenden Zuschauerzahlen sind der Hauptgrund für das rege Interesse der Länder, die Olympischen Spiele, trotz der enormen Investitionskosten, austragen zu wollen.⁵²

⁴⁹ N.N., Sportevents und Nachhaltigkeit, S. 20 f.

⁵⁰ Malfas M., 2004, S. 210

⁵¹ <http://www.olympic.org>, am 20.10.2007

⁵² Kasimati E., 2003, S. 433

4.1.1 München 1972



Munich1972 Die 20. Olympischen Spiele in München waren zum damaligen Zeitpunkt die größten der Geschichte, mit 195 Wettkämpfen und 7.173 Athleten aus 121 Ländern. Die ersten zehn Tage lief alles nach Plan, doch am 5. September 1972 brachen acht palästinensische Terroristen in das Olympische Dorf ein, töteten zwei israelische Athleten und nahmen weitere neun Athleten als Geiseln. Im anschließenden Kampf um die Befreiung der Geiseln mit der Polizei wurden alle neun israelischen Geiseln, fünf der Terroristen und ein Polizist getötet. Die Olympischen Spiele wurden daraufhin eingestellt und nach einer Trauerzeremonie und einer Pause von 34 Stunden wieder aufgenommen.⁵³

Die Kosten von 2 Mrd. DM (1,02 Mrd. €) überstiegen die kalkulierten Kosten von 520 Mio. DM (266 Mio. €) um fast das Doppelte.⁵⁴

Die Austragung der Olympischen Spiele ließ das durchschnittliche Haushaltseinkommen der beteiligten Regionen zwischen 1966 und 1988 von 0,7 % auf 0,76 % des deutschen BIP steigen. Langfristige signifikante Einkommenserhöhungen konnten kaum festgestellt werden. Ein ähnliches Bild zeigt sich auch beim Beschäftigungseffekt - weder in der Vorbereitungsphase noch in der Durchführungs- oder Nachbetrachtungsphase konnten signifikante Veränderungen als Folge der Olympiade am Arbeitsmarkt festgestellt werden.⁵⁵

4.1.2 Barcelona 1992



Die Olympischen Sommerspiele 1992 fanden vom 25. Juli bis zum 9. August 1992 in Barcelona statt. 169 Nationen mit insgesamt 9.356 Athleten nahmen an 257 Wettbewerben teil.⁵⁶

⁵³ <http://www.olympic.org>, am 20.10.2007

⁵⁴ Der Spiegel: „Olympiastadt München“ 04/1972, S.3

⁵⁵ Jasmand S./Maennig W., 2007, S. 9 f.

⁵⁶ <http://www.olympic.org>, am 20.10.2007

In die Spiele wurden insgesamt 5,7 Mrd. € investiert – davon 36 % zum Ausbau der Verkehrsinfrastruktur, 22 % für die Errichtung des Olympischen Dorfs und Sportstätten, weiters für Telekommunikationsdienstleistungen, Hotels und andere Infrastrukturprojekte. Insgesamt konnte ein wirtschaftlicher Nutzen in der Periode von 1987 bis 1992 in der Höhe von 11,4 Mrd. € ermittelt werden.⁵⁷

Besonders hervorgehoben gehört in diesem Fall die vorbildliche Städteplanung. Hier wurden 5,5 Mrd. € in die Infrastruktur und die Errichtung des Olympischen Dorfes investiert.⁵⁸ Die Investitionen für die Olympischen Spiele brachten der Stadt erst das Prestige, das sie heute besitzt. Durch die langfristige Planung und Verbindung der Sportstätten und des Olympischen Dorfes durch öffentliche Verkehrsmittel mit dem Stadtzentrum konnte auch nach den Spielen diese Region neu belebt werden. Vor der Veranstaltung war der Küstenbereich von Barcelona eine eher unterentwickelte Wohngegend, obwohl nicht weit vom Stadtzentrum entfernt; dies hat sich grundlegend geändert. Jetzt, 15 Jahre später, ist Barcelona ohne die belebte Küstenpromenade und das Hafenviertel nicht mehr vorzustellen.⁵⁹

Zu den Spielen selber kamen 0,4 Mio. ausländische Besucher - der Tourismus wurde aber nachhaltig gefördert, so hält der Boom um Barcelona als begehrtes Tourismusziel bis heute an.⁶⁰

Die Beschäftigung stieg in den Jahren von 1986 bis 1992 in Barcelona deutlich an, so fiel die Arbeitslosenquote von 18,4 % auf 9,6 %. Von diesem Boom profitierte auch die Wirtschaft in Barcelona.⁶¹

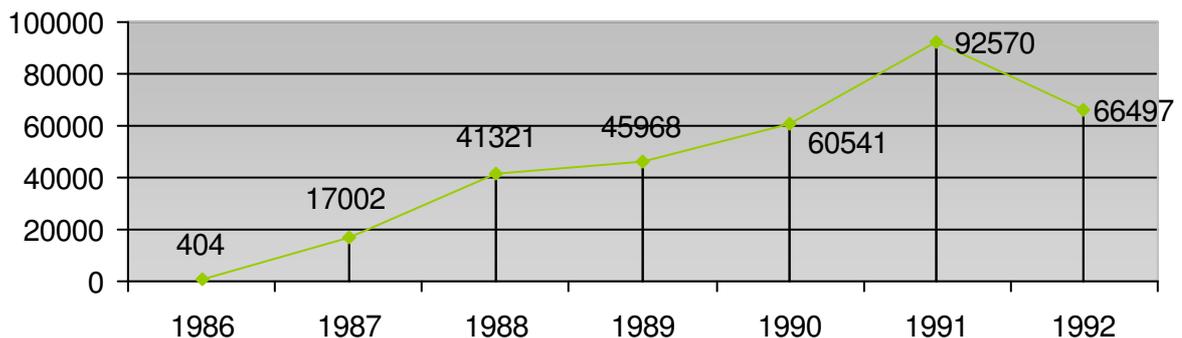


Abbildung 12: Beschäftigungseffekt der Olympischen Spiele in Barcelona (Brunet F., 1995, S. 23)

⁵⁷ Brunet F., 1995, S. 15 f.

⁵⁸ Owen K. A., 2002, S. 325

⁵⁹ Munoz F., 2006, S. 181 f.

⁶⁰ Kasimati E., 2003, S. 440 f.

⁶¹ Brunet F., 1995, S. 23

Ab Juli 1992 konnte ein deutlicher Rückgang der Arbeitsplätze verzeichnet werden, auch dies ist nach einer derartigen Veranstaltung zu erwarten gewesen. Die Olympischen Spiele hatten also in der Vorbereitungsphase deutliche Auswirkungen auf die Zahl der Arbeitsplätze. Wenn jedoch die Qualität dieser Arbeitsplätze näher beleuchtet wird, wird deutlich das der Großteil dieser Jobs nur von kurzer Dauer und schlecht bezahlt war.⁶²

Im sozialen Bereich konnte, speziell in Barcelona, einen deutlichen Anstieg aktiv Sporttreibender nach den Spielen festgestellt werden. In den Fitnessstudios und Sportvereinen wurden 46.000 neue Mitglieder gezählt, vor allem der Frauenanteil erhöhte sich von 35 % (1989) auf 45 % (1995). Die Sportausübung hat einen positiven Effekt auf das Wohlbefinden und fördert zudem auch die sozialen Interaktionen.⁶³

4.1.3 Sydney 2000



Die Olympischen Spiele 2000 waren mit 10.651 Athleten aus 199 Ländern und 300 ausgetragenen Wettkämpfen in 28 Sportarten die größten, die jemals ausgetragen wurden. Trotz ihrer Größe waren sie hervorragend organisiert.⁶⁴

Hier wurde der vorläufige Höhepunkt der nachhaltigen Entwicklung der Olympischen Spiele erreicht, der Umweltschutz wurde zu einem zentralen Thema. Die australische Regierung und der Bundesstaat New South Wales verpflichteten sich zur Einhaltung folgender Umweltrichtlinien:

- Effiziente Energienutzung
- Verwendung erneuerbarer Energiequellen
- Wassersparende technische Einrichtungen
- Größtmögliche Müllvermeidung und Verwertung
- Schutz der Gesundheit (durch Reinhaltung der Luft-, Wasser- und Bodenqualität)
- Schutz der natürlichen und kulturellen Umgebung

⁶² Malfas M. et al., 2004, S. 212

⁶³ Malfas M. et al., 2004, S. 214

⁶⁴ <http://www.olympic.org>, am 20.10.2007

So wurde die gesamte Veranstaltung mit Strom aus erneuerbarer Energien versorgt, ein hoch entwickeltes Abfallnutzungs- und Vermeidungssystem wurde eingeführt, und, der vielleicht wichtigste Punkt, die Spiele waren „autofrei“ (d.h. alle Sportveranstaltungen konnten mit den öffentlichen Verkehrsmittel kostenlos erreicht werden).⁶⁵

Im Zuge der Olympischen Spiele wurde für die Stadtentwicklung in Sydney einiges getan. So wurde das Gebiet Homebush Bay, das bis dato sehr schlecht mit Infrastruktureinrichtungen (Verkehr, Freizeit, etc.) versorgt war, völlig neu belebt. Der Olympische Park, wo der Großteil der Wettbewerbe stattfand, hatte hier seinen Standort.⁶⁶ Negative Auswirkungen hatte diese Entwicklung auf die niedrigeren Einkommensschichten, die bis dahin verstärkt in dem Gebiet Homebush Bay angesiedelt waren. So stiegen die Immobilienpreise um 7 % (verglichen zu den 2 % in den Vorjahren) und die Mieten gar um 23 % in der Periode 1997/1998.⁶⁷

Im Vorfeld wurden auch hier verschiedene Studien zur wirtschaftlichen Wirkung der Spiele veröffentlicht, wobei die Ergebnisse stark voneinander abweichen. KPMG Peat Marwick veröffentlichte 1993 schon sehr früh die erste Studie. Es folgten NSW Treasury (1997) und Andersen (1999), beide verwendeten Zahlen auf Basis von 1996.

Tabelle 2: Ex-Ante Impact Analysen Sydney 2000

	Andersen	NSW Treasury	KPMG
Auftraggeber	Sydney OOC	NSW Treasury	Bewerbskomitee Sydney
Zuschuss zum BIP Australien	3,9 Mrd. €	3,8 Mrd. €	4,3 Mrd. €
Zuschuss zum BIP NSW	3,0 Mrd. €	3,7 Mrd. €	2,7 Mrd. €
Ausländische Gäste	1,5 Mio.	2,3 Mio.	1,3 Mio.
Zusätzliche touristische Ausgaben	1,6 Mrd. €	2,5 Mrd. €	1,8 Mrd. €
Neue Arbeitsplätze (Australien)	90.000	98.700	156.198
Zeitraum	1994-2006	1994-2006	1991-2004

Quelle: Kasimati E., 2003, S. 439

⁶⁵ N.N., Sportevents und Nachhaltigkeit, S. 21 f.

⁶⁶ Owen K. A., 2002, S. 328

⁶⁷ Malfas M., 2004, S. 213

Die Spiele wurden vom Australischen Staat mit rund 43 Mio. € und vom Bundesstaat New South Wales noch einmal mit 225 Mio. € subventioniert.⁶⁸ Insgesamt wurden geschätzte 1,85 Mrd. € investiert.⁶⁹

Laut IOC wurden die Spiele von etwa 3,7 Mrd. Menschen am Fernseher verfolgt. Die positive Imagewirkung als Tourismusstandort wurde durch Investitionen in Tourismuskampagnen durch den australischen Staat in der Höhe von 4,3 Mio. € und der Australian Tourist Commission in der Höhe von 7,7 Mio. € gefördert. Der reibungslose Ablauf der Olympischen Spiele gemeinsam mit der positiven Atmosphäre übte eine unmittelbare Wirkung auf die Auslandstouristen aus. Verschiedene Studien belegen, dass sich das Image Australiens durch die olympischen Spiele förderlich auf den Tourismus ausgewirkt hat. Wichtig für die Verbreitung der Botschaft des Gastgeberlandes ist auch die Zufriedenheit der Medienvertreter, so kann der Tourismus nach einem Mega-Event nachhaltig erhöht werden.⁷⁰

4.1.4 Athen 2004



2004 sind die Olympischen Spiele an ihren Originalschauplatz zurückgekehrt – nach Griechenland, die Heimat der antiken Olympischen Spiele und der Austragungsort der ersten Olympischen Spiele der Neuzeit. Mit 201 teilnehmenden Nationen und 301 ausgetragenen Bewerben wurden sogar die Zahlen von Sydney überboten. Auch die Zuschauer vor den Fernsehgeräten erreichten einen neuen Rekord, nach 3,6 Mrd. Zusehern in Sydney waren es bei den Olympischen Spielen in Athen 3,9 Mrd.⁷¹

Aus der Perspektive der ökologischen Nachhaltigkeit waren sie im Vergleich zu Sydney ein erheblicher Rückschlag. Die Bereiche Umweltplanung, Abfallwirtschaft, Wassersparen, umweltfreundliche Technologien und die Einhaltung von Umweltrechten waren mangelhaft. Die grundlegenden ökologischen Standards wurden nur sehr lückenhaft erfüllt. So betrug beispielsweise der Anteil aus erneuerbaren Energiequellen anstatt der 100 % nur 0,002 %.

⁶⁸ Hone P./Silvers R., 2006, S. 412

⁶⁹ www.australien-info.de, am 23.4.2008

⁷⁰ Menzel O., 2006, S. 93 f.

⁷¹ Horne J./Manzenreiter W., 2006, S. 2

Die Reduzierung der Bemühungen um nachhaltige Spiele auf ein Minimum ist unter anderem auf gestiegene Kosten, die durch planerischen Mängel und die gestiegenen Sicherheitsanforderungen entstanden sind, zurückzuführen.⁷²

Die Verzögerungen im Sportstättenbau und das erwartete Bauchaos vor den Olympischen Spielen, schreckten schon im Jahr vor den Spielen (2003) viele Touristen ab. So verzeichnete Athen einen klaren Besucherrückgang. Der Eindruck einer unorganisierten, schmutzigen Stadt konnte auch während der Spiele nicht deutlich verbessert werden.⁷³

Für Griechenland gab es zwei Ex-Ante-Studien (Balfousia-Savva et al. 2001 und Papanikos 1999), die zu folgenden Ergebnissen kamen. Die Ergebnisse der beiden Studien weichen voneinander nicht signifikant ab.

Tabelle 3: Ex-Ante Impact Analyse Athen 2004

	Balfousia-Savva et al. 2001	Papanikos 1999
Auftraggeber	Planungszentrum und wirtschaftliche Studien	Kammer für Hotellerie und Tourismus
Gesamtwirtschaft. Effekt	9,2 Mrd. €	11,1 Mrd. €
Ausländische Gäste	4,8 Mio.	5,9 Mio.
Neue Arbeitsplätze (GR)	300.400	445.000
Zeitraum	2000-2010	1998-2011

Quelle: Kasimati E., 2003, S. 441

Die tatsächlichen Effekte sind geringer als in den Studien angenommen, konkrete Zahlen liegen jedoch noch nicht vor. Athen hatte mit Investitionen in der Höhe von 9 Mrd. € die höchsten Ausgaben in der Geschichte der Olympischen Spiele. Damit wurde die Planrechnung um 2,4 Mrd. € überzogen – was den griechischen Staatshaushalt in erhebliche Schwierigkeiten brachte und in der Zeit nach den Spielen so richtig zum Tragen kam. Die öffentlichen Investitionen wurden auf ein Minimum zurückgeschraubt.⁷⁴

⁷² N.N., Sportevents und Nachhaltigkeit, S. 22 f.

⁷³ Malfas M., 2004, S. 213

⁷⁴ Whitson D./Horne J., 2006, S. 81

4.1.5 Peking 2008



Peking setzte sich in zwei Wahlgängen gegen Paris, Istanbul, Toronto und Osaka durch. So finden nun nach Tokio 1964 und Seoul 1988 die Olympischen Sommerspiele zum dritten Mal in Asien statt. Die Spiele mit dem Motto „one world, one dream“ werden von 8. 8. - 24. 8. 2008 ausgetragen. Schon seit Bekanntgabe der Austragung werden neue Sportkomplexe, neue U-Bahnlinien, Straßen und Hotels gebaut, um die Olympischen Spiele so gut wie möglich durchzuführen.⁷⁵ Im Zuge der Vorbereitungen wurden bereits 300.000 Menschen umgesiedelt um den Austragungsorten der Olympischen Spiele Platz zu machen.⁷⁶

Die Wahl des Austragungsorts war international sehr umstritten, und viele Nationen machten ihre Zustimmung von erheblichen politischen Zusagen abhängig. Zum einen ist die Umweltverschmutzung in Peking, die als eine der dreckigsten Städte weltweit gilt, ein Kritikpunkt. Die Sorge gilt den Sportlern, die gesundheitlichen Risiken ausgesetzt würden. In der Bewerbung wurde dieses Thema direkt angesprochen, und so wurde der Umweltschutz zu einem Kernthema. Die Chance, dass der Nachhaltigkeitsgedanke durch die Olympischen Spiele in Länder und Städte gebracht wird, wo dieser bisher eine untergeordnete Rolle gespielt hat, soll genutzt werden. Zum anderen ist das Thema Menschenrechte in China problematisch. Da das Land nun in den Fokus der Öffentlichkeit gerät, könnte das zu einer Verbesserung der Menschenrechte führen.⁷⁷

4.2 FIFA WM

Die FIFA-Weltmeisterschaften sind eine Veranstaltung des Fußballweltverbandes FIFA mit Sitz in Zürich in der Schweiz. Die FIFA setzt sich aus den sechs kontinentalen Fußballverbänden zusammen. Dies sind in alphabetischer Reihenfolge: AFC (Asian Football Confederation), CAF (Confédération Africaine de Football), CONMEBOL (Confederación Sudamericana de Fútbol), CONCACAF (Confederation of North and Central America and Caribbean Association Football), OFC (Oceania Football Confederation) und UEFA (Union of European Football Associations).

⁷⁵ <http://www.olympic.org>, am 20.10.2007

⁷⁶ Horne J./Manzenreiter W., 2006, S. 12

⁷⁷ N.N., Sportevents und Nachhaltigkeit, S. 24

Die FIFA ist der Dachverband von insgesamt 205 nationalen Fußballverbänden. Das FIFA-Organisationskomitee ist für die Austragung und Organisation der Fußball-Weltmeisterschaften verantwortlich.⁷⁸

Nach dem Erfolg des ersten olympischen Fußballturniers im Rahmen der Sommerspiele 1924 in Frankreich finden seit 1930 alle vier Jahre die Fußball-Weltmeisterschaften statt.⁷⁹ Bei der ersten WM in Uruguay nahmen 13 Nationalmannschaften teil, diese Zahl erhöhte sich bis zum heutigen Tag auf ein Teilnehmerfeld von 32 Mannschaften.⁸⁰ Die Popularität des Fußballsports hat in den letzten Jahren beträchtlich zugenommen, dies lässt sich auch am kontinuierlichen Aufwärtstrend der Zuschauerzahlen der Fußball-Weltmeisterschaften der Nachkriegszeit dokumentieren.⁸¹

Die Fußball-Weltmeisterschaften sind, gemessen an der weltweiten TV-Nachfrage, auch gegenüber den Olympischen Spielen, die populärste Großveranstaltung überhaupt. So wurde bei der WM 1998 in Frankreich ein gesamtes Zuschauervolumen von rund 50 Mrd. Stunden gemessen, was deutlich über dem der Olympiade 2000 in Sydney (36 Mrd. Stunden) liegt.⁸²

4.2.1 Korea/Japan 2002



Nachdem der Fußballsport als Nationalsportart in den meisten Ländern Europas, Südamerikas und Afrikas gilt, steigt auch in den asiatischen Regionen das Interesse. 1993 wurde in Japan die erste professionelle Fußball-Liga gegründet und somit der Grundstein für die Ausbreitung des Fußballsports gelegt. Südkorea und Japan erhielten 1996 von der FIFA den Zuschlag für die gemeinsame Austragung der Fußball-WM 2002. Die Erwartungen der beiden Länder, einerseits aus wirtschaftlicher, aber auch aus politischer Sicht, waren sehr hoch.⁸³

⁷⁸ Menzel O., 2006, S. 23

⁷⁹ Kurscheidt M., 2004, S. 3

⁸⁰ Menzel O., 2006, S. 27 f.

⁸¹ Rahmann B. et al., 1998, S. 135

⁸² Kurscheidt M., 2004, S. 2

⁸³ Horne J./Manzenreiter W., 2004, S. 190

Die letzten 100 Jahre war die politische Beziehung zwischen Japan und Südkorea schwierig. Das angespannte Verhältnis geht auf das imperialistische Streben der Japaner mit der folgenden Annexion und Kolonialisierung Koreas zwischen 1910 und 1945 zurück. Danach wurde Korea in zwei Teile geteilt. Die gemeinsame Austragung der Fußball-WM sollte eine Stabilisierung des emotionalen Verhältnisses bringen.⁸⁴

Positive Effekte der Wirtschaft versprach man sich in Korea durch weitere Verflechtungen der koreanischen und japanischen Unternehmen, als auch durch die Aufhebung von Restriktionen – was einen freieren und einfacheren Zugang zum Kapitalmarkt sowie eine Verbesserung des Tourismus fördern sollte.

In Japan versprach man sich die größten Gewinne vom Neu- bzw. Umbau der Stadien. Hier wurden ca. 1,7 Mrd. € investiert, wovon die Lokalregierung der Präfekturen zwei Drittel der Kosten übernahm. Japan hatte insgesamt ein weitaus größeres Etat als Korea zur Verfügung – so hatte das japanische Organisationskomitee Gesamtausgaben von ca. 6,8 Mrd. € zu 1,4 Mrd. € der Koreaner.⁸⁵

Im Vorfeld des Turniers wurden verschiedene Studien über die wirtschaftlichen Auswirkungen der Fußball-WM 2002 erstellt. Die Studie mit den höchsten Erwartungen, jene der Werbeagentur Dentsu, prognostizierte einen Wachstumseffekt von 30,6 Mrd. € (unter der Voraussetzung, dass Japan Fußball-Weltmeister werde), was einem Beitrag von 0,6 % zum jährlichen Bruttoinlandsprodukt entspricht. Es gab noch weitere Studien, die zwar alle eine geringere Erwartungshaltungen hatten, aber dennoch durchwegs optimistisch ausfielen.⁸⁶

Mit dem Beginn der Fußball-WM wurden die prognostizierten Erwartungen bereits reduziert und es wurde nur mehr mit einer neutralen Gewinnerwartung gerechnet. Studien belegen, dass sogar die vorsichtigen Schätzungen zu hoch angelegt waren. Die wirtschaftlichen Auswirkungen waren kaum bzw. nicht merkbar.⁸⁷

Etwa 2,7 Mio. Zuschauer haben die Spiele in Südkorea und Japan live miterlebt – 1,45 Mio. bei 32 Spielen in Japan und 1,25 Mio. Zuschauer bei 32 Spielen in Südkorea. Die WM wurde von 213 Ländern übertragen.⁸⁸ Da die WM die Kosten grundsätzlich deckte, wird sie als wirtschaftlicher Erfolg verbucht – die Folgekosten sind hier jedoch nicht berücksichtigt und die Erwartungen lagen viel höher.

⁸⁴ Zellmer M.D., 2005, S. 4 f.

⁸⁵ Zellmer M.D., 2005, S. 8 f.

⁸⁶ Menzel O., 2006, S. 87

⁸⁷ Horne J./Manzenreiter W., 2004, S. 192

⁸⁸ Torgeler B., 2004, S. 288

Während in Japan mit 482.000 ausländischen Besuchern in der Zeit zwischen dem 31. Mai und dem 30. Juni 2002 ein Plus von 30.000 Touristen erzielt wurde, wurde in Korea mit 463.000 ausländischen Gästen dieselbe Zahl wie im Jahr davor erreicht. Zudem beklagten Gastronomie und Taxibetriebe Umsatzreduktionen, während die Lieferservices der Gastronomie ein Umsatzplus verzeichneten, da viele Einheimische zu Hause blieben und die Spiele vor den TV-Geräten verfolgten.⁸⁹

Die Dentsu-Studie hat den Crowding-Out-Effekt übersehen. Im Zusammenhang mit einer Großveranstaltung werden in diesem Zusammenhang die Konsumverlagerung von einem Produkt zu Gunsten eines anderen oder die terminliche Vorverlegung einer Kaufentscheidung verstanden. Bei der WM 2002 traten auch nach der Veranstaltungen, besonders im Baugewerbe, diese Crowding-Out-Effekte auf. Auf die hohen Investitionen vor der WM durch die öffentliche Hand folgte eine Beschränkung der Ausgaben auf das Nötigste. Die kalkulierten Konsumausgaben der WM-Touristen erwiesen sich als zu hoch, obwohl die Stadien gut ausgelastet waren – doch waren der Großteil der Besucher einheimische Fußballfans. Die Tourismusbranche war während der WM mit einem Rückgang der Gästezahlen konfrontiert, da viele reguläre Touristen – die sich nicht für Fußball interessieren – durch die WM abgeschreckt worden sind. Sie haben ihren Urlaub verschoben oder sind in ein anderes Land ausgewichen. Dies führte zu entsprechenden Umsatzeinbußen. Vor allem Südkoreas Gastronomie und Hotelindustrie, deren größter Besucheranteil aus Japan kommt, litt unter diesen Auswirkungen.⁹⁰

Der größte Verlustposten aber sind die Stadien. Schon deren Errichtung verschlang Unsummen, die hohen Instandhaltungskosten heute sind aber die wahre wirtschaftliche Katastrophe. Die neuen Stadien werden dem tatsächlichen Bedarf nicht gerecht, vielmehr sind sie zu groß angelegt.⁹¹ Die Gesamtausgaben für die Errichtung und Renovierung der Stadien beider Länder inklusive deren entsprechender Infrastruktur ergaben einen Aufwand von etwa 5,4 Mrd. €. Auf deren nachhaltige Nutzung wurde in der Planung kaum Rücksicht genommen – eine langfristige Rentabilität kann hier ausgeschlossen werden.

⁸⁹ Horne J./Manzenreiter W., 2004, S. 192 ff.

⁹⁰ Menzel O., 2006, S. 89

⁹¹ Whitson D./Horne J., 2006, S. 75

Trotzdem haben die beiden Länder, laut Expertenmeinung, von dem Großereignis profitiert. Die WM war, abgesehen vom wirtschaftlichen Bereich, ein Erfolg – besonders aber auf politischer und kultureller Ebene. Durch die enge organisatorische Zusammenarbeit sind sich die beiden Länder trotz historischer Hindernisse so nahe gekommen, dass weitere Schritte in Richtung eines zukünftig besseren Verständnisses erwartet werden.⁹²

4.2.2 Deutschland 2006



Deutschland hat 2006 nach 1974 zum zweiten Mal die Fußball-WM ausgetragen. Vom 9. Juni bis zum 9. Juli 2006 wurde in insgesamt 64 Spielen der Fußball-Weltmeister (Italien) ermittelt.⁹³ Unter dem Motto „Die Welt zu Gast bei Freunden“ wollte sich Deutschland als offenes, freundliches Land positionieren. Die Stimmung während der Veranstaltung wurde über eine professionelle Werbung und von der Bevölkerung sehr gut vermittelt. Unterstützt wurde die Euphorie durch das positive Abschneiden der deutschen Nationalmannschaft.⁹⁴

Eine besondere Herausforderung war die nachhaltige Konzeption. Unter dem Motto „Green Goal“ wurden 2002 Umweltleitlinien für ausgewählte Themenfelder entwickelt. Im Bereich Wasser wurde eine Reduzierung des Wasserverbrauchs in den Stadien um 20 % festgelegt – davon wurden 20 % durch Regen- und Oberflächenwasser abgedeckt, außerdem wurde die Versiegelung der Oberflächen auf ein Minimum reduziert. Durch die Erschließung von Energieeinsparpotenzialen sollte der enorme Energiebedarf (v. a. Beleuchtung und Flutlicht) reduziert und möglichst vollständig über Strom aus erneuerbaren Energiequellen gedeckt werden. Um den Individualverkehr zu minimieren, waren die Eintrittskarten auch als Kombiticket für den städtischen Nahverkehr gültig.⁹⁵

⁹² Whang S.-H., 2004, S. 163

⁹³ Menzel O., 2006, S. 21

⁹⁴ N.N., Nachhaltigkeitskonzept UEFA EURO™, 2005, S. 19

⁹⁵ N.N., Green Goal, S. 6 ff.

Die Bewerbung alleine kostete ca. 10 Mio. € - diese Summe wurde vom DFB (Deutschen Fußballbund) zusammen mit acht großen Sponsoren aufgebracht. Im Rahmen der Bewerbung gab es auch eine Bewertung in Form einer sozio-ökonomischen Analyse. Deren Betrachtungszeitraum wurde auf 15 Jahre (2000-2015) festgelegt. In der Analyse ist sowohl eine optimistische als auch eine pessimistische Variante enthalten.

Vor der Austragung der FIFA WM 2006 ergaben eine Reihe von Analysen wie beispielsweise die von Rahmann B. et al. (1998), derzufolge 6 Mrd. € für die Veranstaltung investiert wurden, und die etwa 1-2 Mio. ausländische Besucher erwarteten, dass die Effekte deutlich bei Einkommen und Beschäftigung spürbar wären. Die Erwartungen variierten zwischen 2 Mrd. und 10 Mrd. € Einkommenssteigerung und bis zu 10.000 neuen Arbeitsplätzen.⁹⁶

Auch die Studie der Deutschen Postbank AG kommt auf ähnlich hohe Ertragszahlen. Die Ausgaben der öffentlichen Hand werden auf 4-5 Mrd. € geschätzt (wovon aber nur 2,5 Mrd. € tatsächlich der WM zugerechnet werden). 1,4 Mrd. € entfallen auf den Ausbau der Stadien und weitere 2 Mrd. € werden von privaten Investoren vor allem zum Ausbau der regionalen und lokalen Tourismusinfrastruktur aufgebracht. Dies ergibt ein Gesamtinvestitionsvolumen von 6 Mrd. €. Dieser Investitionsschub soll einen Wachstumsimpuls von knapp 10 Mrd. € auslösen. Die Ausgaben der inländischen Fans erhöhen die Konsumausgaben um 2-3 Mrd. € und die der ausländischen Fans um eine weitere Million. Die gesamtwirtschaftlichen Auswirkungen würden einen Anteil am Bruttoinlandsprodukt von 0,5 % ergeben.⁹⁷ Die Beiträge der WM zum Branchenumsatz werden in der folgenden Darstellung angeführt.

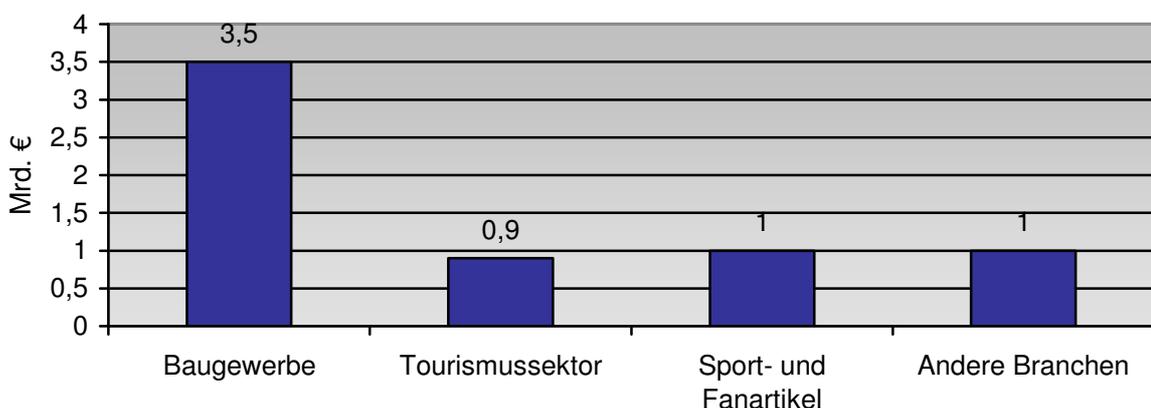


Abbildung 13: Beitrag der Fußball WM 2006 zum Branchenwachstum (Menzel O., 2006, S. 84)

⁹⁶ Hagn F./ Maennig W., 08/2007, S.1

⁹⁷ Menzel O., 2006, S. 81

Auch jetzt, im Rückblick, erscheint die Fußball WM ein außerordentlicher Erfolg für Deutschland gewesen zu sein. Rekordverdächtig sind allein die Mediendaten – so wurde die WM in 214 Ländern von 376 Sendern übertragen, wobei kumuliert fast 260 Mio. Zuseher erreicht wurden. Durch die hohe mediale Aufmerksamkeit des Events auf der ganzen Welt werden die neuen Dimensionen der Beziehung Sport, Medien und Öffentlichkeit aufgezeigt. In Deutschland wurden durch das Public Viewing auf öffentlichen Großleinwänden zusätzliche 15 Mio. Fans angelockt.⁹⁸

Das Stadion von Schalke in Gelsenkirchen oder die Allianz Arena in München zählen zu den besten Stadien der Welt. Die Investition in der Höhe von 1,4 Mrd. € war eine langfristige Investition. Der hohe Komfort lockt die Besucher länger ins Stadion, auch immer mehr Frauen zählen zu den Besuchern. Das Spiel wird zum Ereignis. Die Investitionen zeigen Wirkung, die Zuschauerzahlen steigen auch nach der WM.⁹⁹ Die Beobachtungen in Deutschland haben gezeigt, dass die Stadien nach deren Um-/Neubau deutlich mehr Menschen anziehen.¹⁰⁰

Tabelle 4: Durchschnittliche Besucherzahl pro Spiel der deutschen Stadien

Stadion	Eröffnungsjahr	Durchschnittliche Besucherzahl pro Spiel (5 Jahre)		
		Vor der Eröffnung	Nach der Eröffnung	Veränderung
Dortmund	1998	47.219	65.584	+39 %
Gelsenkirchen	2001	42.068	56.523	+34 %
Hamburg	1999	28.522	43.158	+51 %
Rostock	2001	16.989	20.294	+19 %
Wolfsburg	2002	16.143	21.231	+32 %

Quelle: Feddersen A. et al., 2006, S. 178

⁹⁸ Horky T., 2007, S. 7 f.

⁹⁹ Niersbach W., 2006, S. 42

¹⁰⁰ Feddersen A. et al., 2006, S. 184

Die tatsächliche ökonomische Wirkung der Fußball WM für Deutschland ist kaum spürbar. Die Infrastrukturinvestitionen waren im Jahr 2006 kein wirtschaftlicher Impuls mehr, da sie ja schon in den Jahren vorher stattgefunden haben. Aber auch in den Vorjahren war konjunkturell nicht viel zu merken. Von 2002 bis 2005 wurden 6 Mrd. € für die Fußball WM investiert – dieser Betrag entspricht nur 0,4 % der gesamten Investitionssumme in Deutschland.¹⁰¹

Die WM-Touristen erzeugten durch ihre Ausgaben in den 30 Turniertagen sowie 14 Tage vor und nach der WM ein Primärplus von 2,86 Mrd. €. Bis zum Jahresende 2008 soll dieser Anstoß eine Erhöhung des BIP von 3,88 Mrd. € bewirken. Die ausländischen WM-Besucher und die zuhause gebliebenen Inländer (die, die eigens wegen der WM nicht verreisten, um live dabei zu sein) induzierten Steuermehreinnahmen von 1,265 Mrd. € und deckten mit diesem Beitrag die Investitionen der öffentlichen Hand für die Stadionneu- und –umbauten. Die durch die WM bedingten Konsumausgaben erzeugten eine Beschäftigungswirkung von 38.254 Arbeitsmannjahren – aufgeteilt auf die verschiedenen Branchen ergibt dies im Baugewerbe 700, im Gastgewerbe 3.700, im Handel 8.300 und in den weiteren Dienstleistungsbranchen 17.000 Arbeitsmannjahre.

Die Studie von Preuß H. (2007) kommt zu dem Schluss, dass auch bei einer sehr vorsichtigen Kalkulation ein nennenswerter wirtschaftlicher Effekt allein durch die eventspezifisch zurechenbaren Ausgaben der Veranstaltungsbesucher entstanden ist. Dieser ist sogar so hoch, dass die WM-bedingten Kosten für die Stadioninvestitionen gedeckt werden können. Zusätzlich konnten die öffentlichen Haushalte durch die fiskalischen Rückflüsse zusätzliche Einnahmen erzielen und damit weitere Kosten decken (wie beispielsweise die staatlichen Sicherheitsleistungen).¹⁰²

Der wirtschaftliche Erfolg der Fußball-Weltmeisterschaften 2006 wird mit einem Überschuss von 155 Mio. € des Organisationskomitees begründet. Ein Teil dieses Gewinns wurde dem nationalen deutschen Fußball zugeführt, der dadurch auch finanziell von der Weltmeisterschaft profitierte.¹⁰³

Die Studie von Dohmen et al. 2006 hat die Einstellung der deutschen Bevölkerung nach der Fußball-WM gemessen und kommt zu dem Schluss, dass sehr wohl eine Bewusstseins- und Wahrnehmungsänderung in Bezug auf die Wirtschaft stattgefunden hat. So blicken die deutschen seit der Veranstaltung der Zukunft sehr viel positiver entgegen.¹⁰⁴

¹⁰¹ Brenke K./Wagner G., 2007, S. 9

¹⁰² Preuß H., 2007, S. 5 f.

¹⁰³ Maennig W., 10/2007, S.1

¹⁰⁴ Dohmen T. et al., 2006, S. 9

Insgesamt ist aber dennoch festgestellt worden, dass die FIFA WM 2006 in Deutschland (die selbst unter den höchst vorteilhaften Rahmenbedingungen stattgefunden hat) keine kurz- und mittelfristigen Konjunkturimpulse gegeben hat. Der errechnet Beitrag zum deutschen BIP 2006 von nur 0,13 % (3,2 Mrd. €) und das induzierte Arbeitsvolumen von 0,09 % (34.800 Mannjahre) der gesamten Beschäftigung im WM-Jahr sind als Wirtschaftseffekte zu klein, um relevante regionale und nationale Wirtschaftsräume zu beeinflussen.¹⁰⁵

4.3 UEFA EURO

Die Fußball-Europameisterschaft findet seit 1958 alle vier Jahre statt. Die Vergabe wird vom UEFA Executive Committee getroffen. 2004 wurde in Portugal die letzte UEFA-Europameisterschaft ausgetragen. 2008 sind Österreich und die Schweiz gemeinsam Gastgeber.¹⁰⁶

4.3.1 Portugal 2004



Mit der Vergabe der Fußball-Europameisterschaft an Portugal konnte sich der klare Außenseiter gegen den großen Konkurrenten Spanien durchsetzen, was nicht unbedingt zu erwarten war. Portugal bekam so die Chance durch den Ausbau der Sport- und Verkehrsinfrastruktur die Standortattraktivität zu verbessern.¹⁰⁷

Die Europameisterschaft in Portugal punktete durch ihre positive (Urlaubs-) Stimmung und die große Gastfreundschaft. Das Interesse an der Veranstaltung war international sehr groß. So wurde mit 1.119.000 verkauften Tickets eine Auslastung der Stadien von 96 % erzielt. Der erzielt Umsatz betrug 91 Mio. €.

In Portugal wurde kein Umweltkonzept für die Europameisterschaft erstellt – so hatten Umweltthemen während der Veranstaltung keine Bedeutung.¹⁰⁸

¹⁰⁵ Preuß H., 2007, S. 6

¹⁰⁶ Martins A.M./Serra A.P., 2007, S. 37

¹⁰⁷ Malfas M. et al., 2004, S. 215

¹⁰⁸ N.N., Nachhaltigkeitskonzept der UEFA EURO 2008™, 2005, S. 16

Das positive Erscheinungsbild des Landes während der Europameisterschaft konnte im Tourismus auch in den Folgejahren zu nachhaltigen Effekten führen (klares Nächtigungsplus, das direkt auf die Europameisterschaft zurückzuführen ist).

Mit den zehn neuen Stadien (sieben Stadien wurden komplett neu errichtet, drei renoviert) wurde ein sehr hoher Standard gesetzt, nur leider nicht im Sinne der Nachhaltigkeit. Für manche Stadien gab und gibt es kein Nachnutzungskonzept – auch weil dort kein ansässiger Fußballverein beheimatet ist und die Stadien so für nur zwei Spiele genutzt wurden.¹⁰⁹

Im Westen der Stadt Porto wurde ein 30.000 Plätze Stadion errichtet, das in diesen Dimensionen dort nicht benötigt wird. Das „Estádio do Bessa“ füllen bei Heimspielen, der dort ansässigen Mannschaft „Boavista Porto“, gerade einmal auf 2.500 – 3.000 Zuschauer. Das bedeutet, dass 9 von 10 Sitzplätzen immer leer bleiben. Wirtschaftlich war der 45 Mio. € teure Bau nicht, doch der noble Vorort Boavista wollte Spielort der EURO 2004 sein. Der Lohn für den Neubau dieses Stadions waren die Austragung von drei Vorrunden Spiele.¹¹⁰

75 % der Gesamtaufwendungen durch die öffentliche Hand wurden in die Gestaltung der Sportstätten investiert.¹¹¹ Die Kosten für die Errichtung haben in allen Fällen die Planrechnung überstiegen. In der folgenden Tabelle werden die Abweichungen der geschätzten und tatsächlichen Kosten der Stadien der UEFA EURO 2004™ in Portugal angegeben.

¹⁰⁹ N.N., Nachhaltigkeitskonzept UEFA EURO 2008™, 2005, S. 15 f.

¹¹⁰ Die Presse vom 31.5./1.6.2008 „Das Spiel mit dem Größenwahn“, S. 2

¹¹¹ Marivoet S., 2006, S. 129

Tabelle 5: Abweichung geschätzter und tatsächlicher Kosten der Stadien der EURO 2004 in Portugal

Stadion	Geschätzte Kosten	Tatsächliche Kosten	Abweichung nominal	Abweichung in %
Munzipal de Braga	86.349.275	93.635.843	7.286.568	8,44
D. Alfonso Henriques	26.356.771	27.844.815	1.488.044	5,65
Dragao	97.755.318	116.564.125	18.808.807	19,24
Bessa	45.164.726	45.409.134	244.408	0,54
Municipal de Aveiro	43.322.699	49.474.858	6.152.159	14,20
Cidade de Coimbra	36.236.671	41.447.727	5.211.056	14,38
Municipal Dr.Magalhaes	48.110.519	57.834.152	9.723.633	20,21
José Alvalade	79.003.030	97.696.688	18.693.658	23,66
Luz	102.131.248	112.901.972	10.770.724	10,55
Algarve	30.647.923	37.961.989	7.314.066	23,86
Total	595.078.180	680.771.303	85.693.123	14,4

Quelle: Handlanger T., 2006, S. 16

Die Gesamtinvestitionen für die Europameisterschaft betrugen 1 Mrd. €, davon kamen 21 % (205 Mio. €) vom Staat. 47 % dieser Investitionen flossen bereits per 31. 12. 2004 durch direkte Steuereinnahmen an die öffentliche Hand zurück.¹¹²

Die regionale Wirtschaft konnte von der Veranstaltung nur in sehr geringem Ausmaß profitieren, da wichtige wirtschaftliche Pakete international ausgeschrieben waren. So kamen internationale Unternehmen zu Aufträgen, die eigentlich der portugiesischen Wirtschaft zugedacht waren – das Catering wurde beispielsweise von Do & Co geliefert. Im Endeffekt blieb nicht so viel wirtschaftliche Wertschöpfung im Land wie geplant.¹¹³

Die mediale Bedeutung des Fußballsports in Europa lässt sich auch an den Zuschauerzahlen messen. Die Fußball-Europameisterschaft 2004 in Portugal hatte europaweit 845 Mio. Fernsehzuschauer.¹¹⁴

¹¹² Marivoet S., 2006, S. 129

¹¹³ N.N., Nachhaltigkeitskonzept der UEFA EURO 2008™, 2005, S. 16

¹¹⁴ N.N., Sportevents und Nachhaltigkeit, 2005, S. 12

5 UEFA EURO 2008™



Österreich und die Schweiz tragen die Fußball-Europameisterschaft zum ersten Mal gemeinsam aus. Nach der EURO 2000 (in Belgien und den Niederlande) ist dies die zweite Europameisterschaft, die in zwei Ländern ausgetragen wird.

5.1 Eckdaten – Rahmenbedingungen

Die Kandidatur erhielt am 12. 12. 2002 von der UEFA den Zuschlag. Die gesamte EM dauert 23 Tage – am 7.6.2008 findet das Eröffnungsspiel in Bern statt und am 29. 6. 2008 das Finale im Ernst Happel Stadion in Wien. Die Fußball-Europameisterschaft steht unter dem Motto: „Expect emotions“.¹¹⁵



Abbildung 14: Host Cities (<http://www.uefa.com/competitions/euro/index.html>)

Von den 31 Spielen werden 16 in Österreich und 15 in der Schweiz stattfinden. Die Austragungsorte in Österreich sind Wien, Salzburg, Innsbruck und Klagenfurt. In der Schweiz wird in Zürich, Basel, Bern und Genf gespielt. Insgesamt werden 1,13 Mio. Karten verfügbar sein. Davon sind 3 % für die UEFA Offiziellen/VIPs, 12-14 % für die Sponsoren, 40 % für die teilnehmenden Verbände, 5-7 % für Corporate Hospitality und 38 % für Public Sales reserviert.¹¹⁶

¹¹⁵ <http://www.euro2008.com>, am 1.11. 2007

¹¹⁶ N.N., Nachhaltigkeitskonzept UEFA EURO 2008™, 2005, S. 27

5.1.1 Wirtschaft

Schon im Vorhinein ist sicher, dass der volkswirtschaftliche Nutzen einer Großveranstaltung wie der EURO 2008 zu klein ist, um ihn von anderen makroökonomischen Einflüssen zu unterscheiden. Vergleichbare Resultate sind schon von der EURO 2004 in Portugal oder der WM 2006 in Deutschland vorhanden. Um wirtschaftliche Impulse deuten zu können, muss von der makroökonomischen Analyse auf kleinere Einheiten umgestiegen werden.¹¹⁷

Für die Austragung der EURO 2008 muss eine Reihe von wirtschaftlichen Maßnahmen vor und während der Turnierphase getroffen werden. Der Um- und Ausbau der Stadien hat hierbei den größten wirtschaftlichen Effekt.

Sportinfrastrukturen wirken nicht direkt auf die langfristige gesamtwirtschaftliche Produktivität. Vielmehr können positive externe Effekte wie die Verbesserung der Verkehrsinfrastruktur für die bessere Erreichbarkeit der Stadien beobachtet werden. Sportgroßveranstaltungen führen meist auch zu einer Erhöhung der individuellen Sportausübung, dadurch werden die Gesundheit und das Wohlbefinden gesteigert, was in weiterer Folge zu einer Reduktion der Staatsausgaben für das Gesundheitssystem führt. Auch der Tourismus – wenn auch meist nur kurz- und mittelfristig – profitiert durch das internationale Interesse.¹¹⁸

Das Ergebnis, ob eine Sportgroßveranstaltung ein Erfolg war, lässt sich durch die Verschiebung zwischen veranstaltungsbedingten und nicht veranstaltungsbedingten Ausgaben/Einnahmen wesentlich beeinflussen.¹¹⁹

Ausbau und Nutzung der Infrastrukturen

Der Bau von Sportstätten wird großteils im Rahmen von öffentlichen Infrastrukturprojekten verwirklicht, ein Teil muss jedoch privat finanziert werden. Investoren für den Sport-/Kultur- und Freizeitbereich sind aufgrund der fehlenden Renditen in diesem Sektor schwer aufzutreiben. Dies führt dazu, dass meist die öffentliche Hand die Sportstätten betreibt und dabei keine Gewinne erwirtschaftet, wie dies ein privatwirtschaftlicher Betrieb müsste.

Die Effekte von international verfolgten Sportgroßveranstaltungen sind ökonomisch messbar, dadurch lassen sich im Stadionbau leichter privatwirtschaftliche Modelle umsetzen. Das Interesse der Öffentlichkeit an Sport-Mega-Events führt zu einer gemischt privat-öffentlichen Finanzierung.

¹¹⁷ Jäggi S./Michal S., 2007, S. 67 f.

¹¹⁸ Grozea-Helmenstein D. et al., 2002, S. 4f.

¹¹⁹ Mattanovich E./Kaspar R., 1998, S. 35

Die Infrastrukturleistungen der öffentlichen Hand werden in materielle und immaterielle Leistungen unterschieden. Zu den materiellen Leistungen zählen das Verkehrs- und Versorgungsnetz oder das Transportsystem. Die immaterielle Infrastruktur setzt sich aus dem technischen und organisatorischen Wissensstand der Bevölkerung zusammen. Bei den Vorbereitungen für die EURO 2008 stehen vor allem die materiellen Infrastrukturmaßnahmen im Mittelpunkt. Der (Um-)Bau der Stadien, die Verbesserung der Verkehrsanbindung und des Transportsystems benötigen zusätzliche Investitionen in die Bauwirtschaft. Die Investitionen erfolgen sowohl von der öffentlichen Hand als auch über private Investoren. Ziel beider ist eine Steigerung ihrer Erträge in einer zukünftigen Periode.

Regionale Wirtschaft

Die regionale Wirtschaft profitiert durch die Besucher der Veranstaltung unmittelbar durch den Kauf von Eintrittskarten, deren Nutzung der Verkehrsleistungen und durch Konsumierung von Verköstigungs- und Nächtigungsleistungen.¹²⁰ Die EURO 2008 soll für die regionale Wirtschaft einen möglichst hohen kurz- und langfristigen Nutzen bringen. Die notwendigen Infrastrukturinvestitionen in der Prä-Event-Phase einer solchen Fußballgroßveranstaltung ermöglichen der regionalen Wirtschaft langfristige Verbesserungen. Je besser das Zusammenwirken der Faktoren günstige geografische Lage, verfügbare Ressourcen und vorhandene Infrastruktur ist, desto größer ist das wirtschaftliche Potential. Die Erhöhung der Standortattraktivität durch den Ausbau der Verkehrs- und Freizeitinfrastruktur und die mediale Aufmerksamkeit können für die Region langfristig positive Effekte hervorrufen. Durch die verstärkte Kommunikation in der Vorbereitungsphase entstehen neue Netzwerke die eine Reduktion von Importen zur Folge haben können.¹²¹

Die Erwartungen der lokalen Wirtschaft sollten aber nicht zu hoch sein – der alleinige Ausbau der Sportstätten garantiert noch kein regionales Wirtschaftswachstum.¹²² Auch stellt die Durchführung der Veranstaltung für die Region selbst häufig eine Belastung dar (erhöhtes Verkehrsaufkommen, Sicherheitsrisiko, etc.).¹²³

¹²⁰ Meyer B./Ahlert G., 2002, S. 83

¹²¹ Grozea-Helmenstein D. et al., 2002, S. 14

¹²² Siegfried J./Zimbalist A., 2006, S. 425

¹²³ Meyer B./Ahlert G., 2002, S. 83

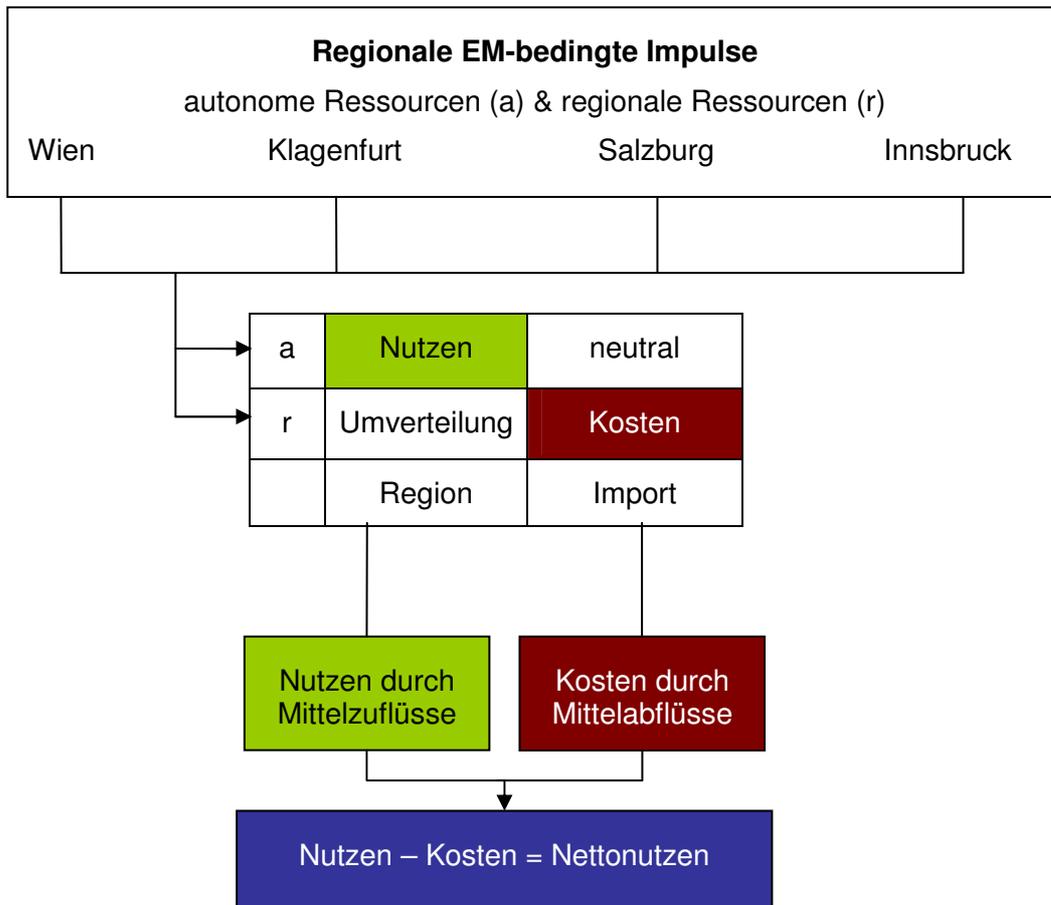


Abbildung 15: Regional bezogene Wirkungen der Kosten und Nutzen (Handlanger T., 2006, S. 4)

Es können vier regionalbezogene Wirkungen auftreten:

- Nutzen: Autonome Ressourcen, die in der Region Niederschlag finden.
- Neutrale Wirkung: Autonome Ressourcen, die für Importe ausgegeben werden.
- Umverteilung: Regionale Ressourcen, die in der Region ausgegeben werden.
- Kosten: Regionale Ressourcen, die für Importe genutzt werden.¹²⁴

Beschäftigung

Bauinvestitionen haben einen deutlich höheren konjunkturellen Effekt als andere Investitionen. Da im Zuge der EURO 2008 die Investitionen hauptsächlich den Bereich Neu- bzw. Umbau der Stadien und deren Verkehrsanbindung betreffen – also die Bauwirtschaft – werden hohe Beschäftigungs- und Einkommenseffekte erwartet.¹²⁵

¹²⁴ Handlanger T., 2006, S. 4

¹²⁵ Kaniovski S. et al., 2003, S. 2

Die Bauwirtschaft zählt nach den Sektoren „Landwirtschaft“, „Handel“ und „Tourismus und Verkehr“ mit zu den arbeitsintensivsten Branchen, zusätzlich ist sie durch einen starken Zusammenhang zwischen Produktionswert und Beschäftigungszahl gekennzeichnet. Das hat bei einer Erhöhung der Nachfrage große Arbeitsmarkteffekte zur Folge.

Die Beschäftigungswirkung im Tourismus entwickelt sich im Vergleich dazu unterproportional, da gerade im Gastgewerbe die zusätzliche Nachfrage mit gleichem Personalstand in Form von Überstunden abgewickelt wird.¹²⁶

Tourismus

Einer der Effekte der EURO 2008 ist die Erhöhung des Erlebnis- und Freizeitwerts bedingt durch die Nachnutzung der erneuerten bzw. erbauten Sportanlagen durch die einheimische Bevölkerung sowie die internationale Aufmerksamkeit während der Veranstaltung. Dieser positive Imageeffekt kann zu einer Steigerung im Tourismus sowie zu einer Erhöhung der Attraktivität von Industrieanlagen führen. Besonders der derzeitige internationale Fußballboom mit der weltweiten medialen Präsenz wichtiger Fußballereignisse spiegelt sich in den Erwartungen in die EURO 2008 wider. In der Tourismusindustrie ergeben sich durch den Ausbau der Infrastrukturen, die allgemeinen Struktureffekte, der Werbewirksamkeit und die Imageeffekte große Chancen.

Die Nachnutzung der neuen bzw. erneuerten Sportanlagen kann für die Regionen gewinnbringend genutzt werden. Das Stadion Salzburg beispielsweise bietet in weiterer Folge die Möglichkeit zur Abhaltung von Kulturveranstaltungen. Der Freizeitwert der Region wird durch die Schaffung einer öffentlich zugänglichen Freizeit-, Sport- und Erholungsinfrastruktur erhöht.

Zu den allgemeinen Struktureffekten zählen neben der verbesserten Sportinfrastruktur Kapazitätsausweitungen und Qualitätsverbesserungen in Bereichen wie der Verkehrsinfrastruktur oder des Hotel- und Gastgewerbes. Der Tourismus profitiert zudem von der enormen Werbewirksamkeit einer Fußballgroßveranstaltung mit der Erhöhung der internationalen Bekanntheit.

¹²⁶ Rütter H. et al., 2007, S. 13

Mittel- und langfristig kann keine allgemein gültige Aussage zur Erhöhung der Tourismuskonsum nach Sportgroßveranstaltungen gegeben werden. Generell profitieren nicht touristisch geprägte Regionen stärker von diesem Effekt. Um den Marktanteil im internationalen Tourismus zu erhöhen, kann der Imageeffekt einer Sportgroßveranstaltung genutzt werden. Durch die Fernsehberichterstattung können bestimmte Bilder einer Region in die Welt getragen werden, die die Tourismusattraktivität gezielt erhöhen. Mittelfristig können dadurch neue Besucherschichten angezogen werden.¹²⁷

In Deutschland gelang bei der WM 2006 ein kalkulierbarer Imageeffekt von 480 Mio. €. Gelingt Österreich ein ähnliches Ergebnis kann laut Wirtschaftsforschern durch die Fußball EM ein Imagegewinn von 250 Mio. € erzielt werden.¹²⁸

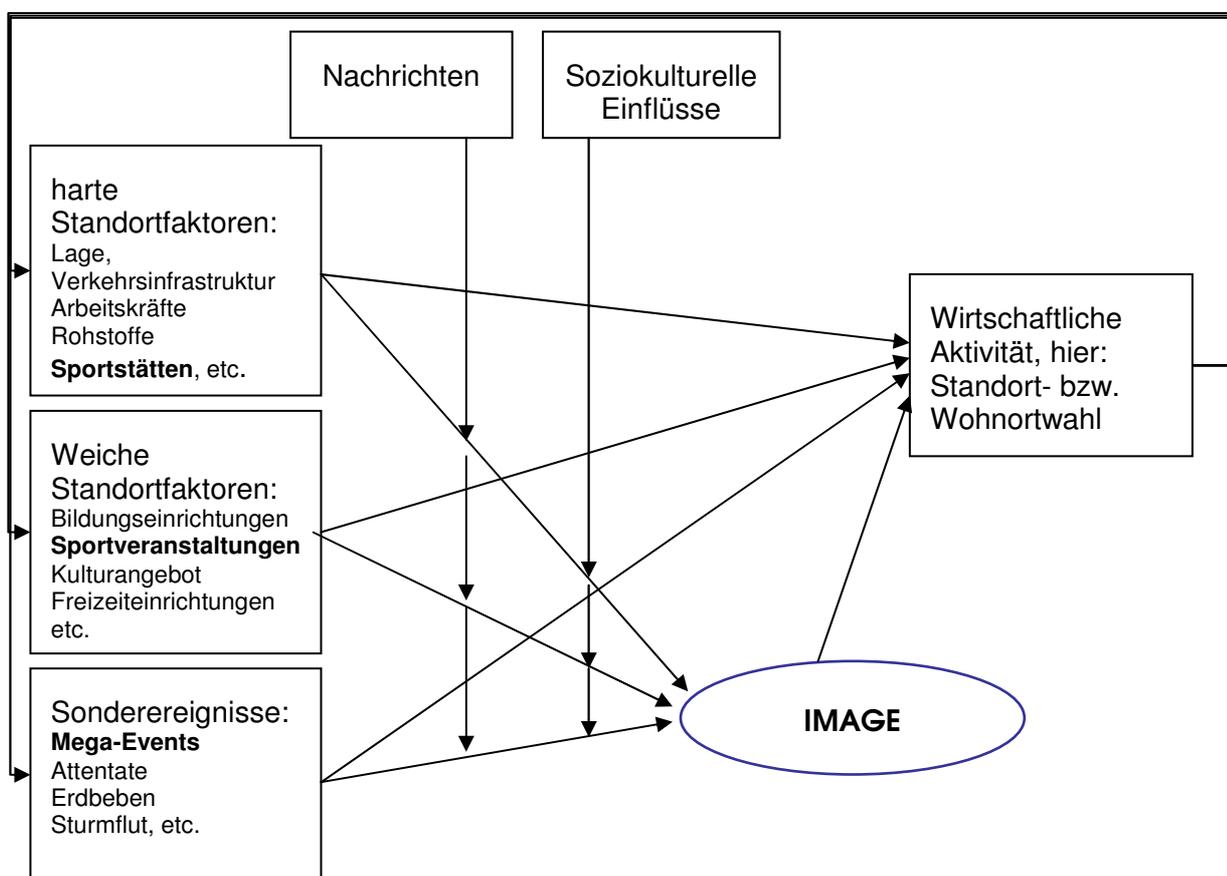


Abbildung 16: Prozess der Imagebildung (Maennig W./Feddersen A., 2002, S. 101)

¹²⁷ Grozea-Helmenstein D., 2002, S. 26

¹²⁸ Wirtschaftsblatt: „Wirtschaft rechnet mit deutlichem Imagegewinn durch die Fußball EM“ 11.4.2008, S. 8

Die Konsumausgaben der einzelnen Touristen sind umso höher anzusetzen, je weiter entfernt sie anreisen müssen. Diese Beobachtung wurde während der EM in Portugal gemacht. Im Durchschnitt gaben dort die Touristen, die mehr als 4000 km Anreise hinter sich hatten, etwa 1.900 € aus, während diejenigen die eine geringere Entfernung zurücklegen mussten, nur durchschnittlich 860 € ausgaben. Auch in den Nächtigungszahlen war dieser Trend deutlich sichtbar. Da Österreich und die Schweiz sehr zentral in Europa liegen, bleibt abzuwarten, inwieweit sich dies in den Konsumausgaben der ausländischen Besucher niederschlägt bzw. in den Nächtigungszahlen.¹²⁹

Bei den vergangenen Fußballgroßveranstaltungen ist im Tourismus zwar kein deutlicher Zuwachs an Nächtigungen verzeichnet worden, doch ist eindeutig ein Verdrängungs- bzw. Verschiebungseffekt aufgetreten. Wegen des Großereignis sind viele Besucher nach Deutschland zur WM 2006 oder nach Portugal zur EM 2004 gereist, viele nicht fußballbegeisterte Touristen haben aber gerade wegen der Veranstaltung ihren Urlaub verschoben oder gar nicht angetreten.¹³⁰ Auch haben diverse Studien gezeigt, dass die langfristigen erhofften Effekte nicht immer den Erwartungen entsprechen. Der wirtschaftliche Impuls ist generell vorsichtig anzusetzen.¹³¹

UEFA

Als eindeutiger Gewinner der EURO 2008 wird die UEFA hervorgehen. Sie rechnet mit Einnahmen von rund 1,3 Mrd. € und einem Reingewinn von 250 Mio. €. Die Fans im Stadion leisten hier nur einen geringen Beitrag, nur 7% der Einnahmen bringt der Kartenverkauf. Den weitaus größten Anteil liefern die TV-Übertragungsrechte – hier wird mit Einnahmen von etwa 800 Mio. € gerechnet. Um mit der EURO werben zu dürfen, zahlen die großen Konzerne wie Coca-Cola, Mc Donalds oder Carlsberg zweistellige Millionenbeträge für die exklusiven Vermarktungsrechte.

¹²⁹ Ribeiro C. J. et al., 2004, S. 25

¹³⁰ Jäggi S./Michal S., 2007, S. 68

¹³¹ Whitson D./Horne J., 2006, S. 79

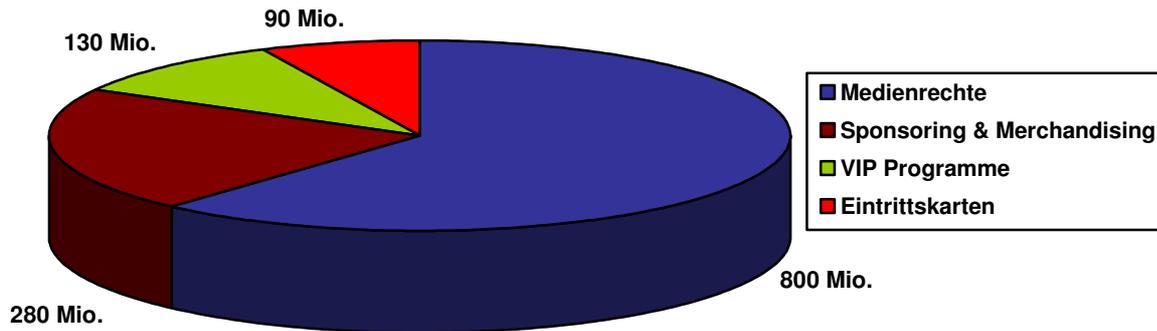


Abbildung 17: Einnahmen der UEFA EURO 2008™ (Die Presse: „Der Sieger sitzt in der Schweiz“, 31.5./ 1.6. 2008, S. 1)

5.1.2 Umwelt

Österreich und die Schweiz haben die ökologischen Aspekte der FIFA-Weltmeisterschaft 2006 weiterentwickelt um damit Umweltschutzmaßstäbe für künftige Großereignisse zu setzen.¹³²

Umweltmanagement

Das Hauptaugenmerk wird hier auf den umweltgerechten Stadionbau, gemäß der EMAS bzw. ISO 14001 Standards, gelegt. Mit speziellen Fankonzepten sollen auch die Fanzonen, Fanmeilen und Public Viewing Areale organisiert werden. Hilfe bieten umfangreiche Checklisten und Leitfäden für eine umweltfreundliche Organisation.

Energie und Klimaschutz

Die Versorgung der Stadien, Fanmeilen, Fanzonen und der Public Viewing Areale mit Energie aus erneuerbaren Ressourcen, verbunden mit einer möglichst hohen Energieeffizienz, soll zu einer klimaneutralen Veranstaltung beitragen. Zusätzlich werden Klimaschutzprojekte finanziert, die den Mehrausstoß an Treibhausgasen während der Veranstaltung kompensieren.

¹³² <http://www.uefa.com>, am 20.10.2007

Mobilität

Die Zuschauerbewegung zu und von den Stadien wird bestmöglich durch das Angebot der öffentlichen Verkehrsanbindungen unterstützt. Angestrebt wird ein Anteil von 60 % im Fernverkehr und ein Anteil von 80 % im Nahverkehr, außerdem soll der Anteil der Fußgänger und Radfahrer über 5 % erreicht werden. Durch Informationskampagnen soll das Angebot von Kombiticket, Fußgängerboulevard aber auch das defensive Parkplatzangebot zu einer Vermehrten Nutzung der öffentlichen Einrichtungen führen. Für Funktionäre, Journalisten und Volontäre werden zusätzlich Generalabonnements/-tickets angeboten. Die Fahrer der Autoflotte, die für den EM-Verkehr eingesetzt wird, müssen sich einem Spritspar-Training unterziehen, das soll eine Einsparung des Treibstoffverbrauchs von bis zu 5 % ergeben.

Abfall / Ressourcen

Ein optimiertes Abfallmanagement in Stadien (jedes Stadion verfügt über ein Konzept zur Ressourcenschonung) und deren Umfeld (Fanzonen) wird unter anderem durch den Einsatz von Mehrwegsystemen für Getränke erreicht. Weiters wird es ein umfangreiches Abfalltrennungssystem geben. Um die Flut an Werbematerial einzudämmen, wird es hier Ausgabebeschränkungen geben.

Wasser

In den Stadien gibt es ein eigenes Regenwasser-Management sowie wasserreduzierende Installationen. Zur Einsparung des Wasserverbrauchs werden getrennte Brauchwasserkreisläufe zwischen Gastronomie-, Sanitär- und Technikbereich eingeführt. Regenwasser soll in größerem Umfang bewirtschaftet und dem natürlichen Wasserkreislauf wieder zugeführt werden. So wird das Wasser von Tribünendachflächen, vom Rasenspielfeld und von den Freiflächen in Speicherbecken gesammelt und zur Bewässerung des Spielfeldes wieder verwendet.¹³³

¹³³ N.N., Nachhaltigkeitskonzept UEFA EURO 2008™, 2006, S. 42 ff.

5.1.3 Soziales

Die Öffentlichkeit soll durch die Initiative „Österreich am Ball“ angesprochen werden, den österreichischen Fußball im Hinblick auf die Veranstaltung optimal zu unterstützen. Die Bedeutung dieses Events wird durch verschiedene gesellschaftliche, kulturelle und soziale Beiträge unterstützt.

Völkerverbindung

Besonders durch die intensive Fanarbeit soll ein deutliches Zeichen der Völkerverbindung und gegen alle Formen des Rassismus gesetzt werden. In Kooperation mit den nationalen Fußballverbänden wird ein Jugendturnier ausgetragen. Durch die sportliche Begegnung der Jugendlichen sollen Vorurteile abgebaut und ein besseres Verständnis für fremde Kulturen in Europa geschaffen werden. Zusätzlich werden kulturelle Veranstaltungen wie Ausstellungen, Lesungen, Filmprojekte usw. aufgegriffen.

Behinderung

Alle Veranstaltungen im Zuge der Europameisterschaft sollen barrierefrei für Behinderte zugänglich sein. In den Stadien und Fanzonen werden pro 1000 Zuschauer 2 Behindertenplätze angeboten.

Kultur

Speziell Österreich will sich im Rahmen der Europameisterschaft als Kulturnation präsentieren. Da mit zunehmender Veranstaltungsdauer die Intensität der Spiele abnimmt, sind neben den sportlichen Highlights einige kulturelle Veranstaltungen geplant. Diese stellen einen wesentlichen Bestandteil der Side-Events dar. So werden beispielsweise die Wiener Philharmoniker am 16. Juni ein Open-Air Konzert im Zuge der EURO 2008 spielen. Mit „Doppelpass“ wurde ein Kulturprojekt zwischen der Schweiz und Österreich geschaffen, das gemeinsam mit Kulturschaffenden, Event- und Kommunikationsfachleuten begleitet wird. Veranstaltungen finden in den Sparten Musik, Tanz, Theater, Literatur, Film sowie übergreifenden Specials statt. An dem spielfreien Wochenende (13.-15. Juni) findet auf der Wiener Donauinsel das Donauinselfest statt. Drei Tage lang werden auf diesem Konzertfestival zahlreiche internationaler Musiker live auftreten, und das gratis für alle Besucher.

Fußballnachwuchs

Die Begeisterung von Jugendlichen für Fußball und Bewegung soll im Rahmen von Projekten (wie „EURO Schools 2008“) an den Schulen schon im Vorfeld der EURO gefördert werden. Wichtig ist auch der besondere Hinweis auf die Suchtprävention (Alkohol und Rauchen). In den Stadien wird auf den Ausschank von alkoholischen Getränken verzichtet und in den Fanzonen wird zumindest ein antialkoholisches Getränk billiger als das billigste Alkoholgetränk angeboten werden.¹³⁴

Medienmarkt

Die neuen Medien der Massenkommunikation, zu beobachten seit Beginn des Satellitenfernsehens, haben den Sportgroßveranstaltungen ein riesiges Publikum verschafft. Seit den 60er Jahren wetteifern die großen Fernsehkanäle um die Übertragungsrechte dieser Veranstaltungen. Die Preise für die exklusiven Übertragungsrechte sind seither steil nach oben gegangen. So zahlte die EBU (European Broadcasting Union) 1988 für die Übertragungsrechte der Olympischen Sommerspiele in Seoul noch etwa 21 Mio. €, während es 2008 in Peking 308 Mio. € sein werden.¹³⁵

Der Erfolg der Organisation der Großveranstaltung, aber auch der Erfolg der eigenen Nationalmannschaft sind für die Medien und der damit verbundenen Werbebranche von Bedeutung. Wenn die Ausrichtung der Veranstaltung ein Erfolg ist, wird dieser Erfolg von der Berichterstattung und der Werbung weiter verstärkt. Der reibungslose Ablauf des Turniers spiegelt sich in der Berichterstattung wider und beeinflusst so in weitere Folge die internationale Wahrnehmung des Gastgeberlandes.

Die EM-Spiele tragen auch zu dem wirtschaftlichen Erfolg der Veranstaltung bei. Je attraktiver die Spiele und die teilnehmenden Mannschaften, desto höher ist das Interesse der Fernsehzuschauer. Für das Publikum in den Stadien sind immer die Spiele der eigenen Nationalmannschaft die attraktivsten. Scheidet die eigene Mannschaft aus dem Turnier aus hat dies ein Sinken der Einschaltquoten zur Folge.¹³⁶

¹³⁴ N.N., Nachhaltigkeitskonzept UEFA EURO 2008™, 2006, S. 67 ff.

¹³⁵ Horne J./Manzenreiter W., 2006, S. 3

¹³⁶ Grozea-Helmenstein D. et al., 2002, S. 46 f.

5.2 Organisationsstrukturen

Die UEFA, der europäische Fußballverband, richtet als Institution die EURO 2008 aus. Österreich und die Schweiz haben für die Veranstaltung die Euro 2008 SA gegründet, eine Gesellschaft die für die organisatorische Durchführung verantwortlich ist und sich nach Ablauf der Europameisterschaft wieder auflöst. Christian Schmölzer, ein ehemaliger österreichischer Fußballprofi, ist der Turnierdirektor in Österreich. In der Schweiz ist Christian Mutschler verantwortlich.¹³⁷

Der offizielle Zeitplan stellt sich wie folgt dar¹³⁸:

September 2006: Beginn der Qualifikation

27. September 2006: Präsentation Maskottchen Trix & Flix

März 2007: erste Phase Ticket-Vorverkauf

Juni 2007: Präsentation des offiziellen Balles

Juli 2007: Beginn der Testspielphase

November 2007: Letzte Qualifikationsrunde

02. Dezember 2007: Gruppenauslosung in Luzern

12. Mai 2008: Übernahme der Stadien

07. Juni 2008: Eröffnungsspiel der UEFA EURO 2008™ in Basel

29. Juni 2008: Finale der UEFA EURO 2008™ in Wien

5.3 Die Nachhaltigkeitscharta

Für die EURO 2008 wurde von Österreich und der Schweiz eine Nachhaltigkeitscharta erstellt. Die Fußball-Europameisterschaft soll eine zukunftsweisende Sportveranstaltung werden. Auf eine nachhaltige Gestaltung der Bereiche Umwelt, Wirtschaft und Soziales/Kultur wird daher besonders geachtet.

¹³⁷ <http://www.uefa.com>, am 20.10.2007

¹³⁸ <http://www.uefa.com>, am 20.10.2007

Auf folgende Punkte haben sich die Verantwortlichen (Josef Pröll – Umweltminister Österreich und Moritz Leuenberger – Umwelt-/Verkehrs-/Energieminister) geeinigt, diese sind auch auf der Homepage des Umweltministeriums von Österreich (<http://www.lebensministerium.gv.at>) oder auf der UEFA Homepage (<http://www.uefa.com>) nachzulesen:

Umweltfreundliche Stadien verwirklichen: Durch eine Umweltzertifizierung der Stadien und Umweltmanagementkonzepte für die Fanzonen sollen ökologische Maßnahmen systematisch berücksichtigt werden und nach der EURO 2008 weiterwirken.

Klimaschonende und energieeffiziente Maßnahmen setzen: Mit der Steigerung der Energieeffizienz und dem Einsatz erneuerbarer Energien soll eine maximale Reduktion der CO₂-Emissionen erreicht werden.

Den öffentlichen Verkehr forcieren: Attraktive Angebote wie das Kombiticket sollen bewirken, dass ein Großteil der BesucherInnen mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu den Spielen und Fanzonen anreist.

Abfälle vermeiden: Gezielte Maßnahmen wie ökologisch optimale Lösungen beim Getränkeausschank sollen die Abfallmengen so gering wie möglich halten bzw. die Wiederverwertung erhöhen.

Für Wirtschaft und Arbeitsplätze erfolgreich sein: Die EURO 2008 soll einen möglichst hohen Nutzen für die Wirtschaft beider Länder schaffen und für neue Arbeitsplätze Impulse geben.

Impulse für den Tourismus setzen: Das positive Image der beiden Tourismusländer Österreich und Schweiz soll gestärkt werden.

Investitionen wirken über die EURO 2008 hinaus: Neu geschaffene Infrastruktur (wie z. B. Stadien, Verkehrsbereiche) soll längerfristig für die Bevölkerung nutzbar sein.

Regionale, Bio- und Fairtrade-Produkte unterstützen: Der Einsatz dieser Produkte soll regionale Wertschöpfungsketten stärken und Akzente für den fairen Handel setzen.

Barrierefreiheit/ Hindernisfreiheit muss Standard sein: Alle Veranstaltungen der EURO 2008 sollen für Behinderte barrierefrei/ hindernisfrei zugänglich und erreichbar sein.

Jugend und (Fußball-)Kultur groß schreiben: Mit Jugend-, Schul- und Kulturprojekten soll die Begeisterung für Fußball, Kultur und Sport gestärkt werden.

Bei Prävention und Jugendschutz vorbildlich sein: Im Zuge der EURO 2008 sollen gezielt Akzente zur Suchtprävention (insbesondere Alkohol und Rauchen) gesetzt werden.

5.4 Fußballstadien

Das UEFA Pflichtenheft fordert als Grundvoraussetzung, um als Austragungsort berücksichtigt zu werden, eine Mindestkapazität von überdachten Sitzplätzen. Bei den Gruppenspielen müssen mindestens 30.000 Sitzplätze, bei den Viertel- und Halbfinalspielen mindestens 40.000 Sitzplätze und bei dem Eröffnungs- und Endspiel mindestens 50.000 Sitzplätze vorhanden sein.

Das Anforderungsprofil für Stadien hat sich in den letzten Jahren stark gewandelt. Nicht nur die Sitzplatzquantität, sondern auch die Sitzplatzqualität muss erfüllt sein. Die VIP-Bereiche sind mittlerweile von der UEFA als Standard vorgegeben. Auch ausreichend ausgestattete Medienzentren sind bei der zunehmenden Vermarktung von Sportgroßveranstaltungen ein Muss. Die Stadioninfrastruktur mit entsprechenden Sicherheitsmaßnahmen, Energieversorgung, Parkmöglichkeiten, öffentlichen Verkehrsmitteln und Ähnliches ist auch entsprechend anzupassen.¹³⁹

In Österreich werden die Austragungsorte in Wien, Salzburg, Klagenfurt und Innsbruck sein.

Das Ernst Happel Stadion in Wien hat mit 50.000 Sitzplätzen die größte Kapazität der EM-Stadien. In der UEFA-Liste für anerkannte Stadien ist es mit fünf Sternen bedacht worden. Für das Turnier werden im ersten und zweiten Rang zusätzliche Sitzreihen eingebaut, die die Stadionkapazität auf 53.008 Sitzplätze erhöhen. Die Sitzreihen im ersten Rang werden nach der Veranstaltung zugunsten der Leichtathletiklaufbahn, wieder entfernt. Hier werden sieben Spiele (Finale, ein Halbfinalspiel, zwei Viertelfinalspiele und drei Gruppenspiele), davon alle Spiele der österreichischen Nationalmannschaft und das Finale stattfinden. Die U-Bahn wird extra für das Turnier ausgebaut, und somit verfügt das Stadion neben einem Straßenbahn und Busanschluss auch über einen eigenen U-Bahn-Anschluss mit dem Zentrum.¹⁴⁰



Abbildung 18: Ernst Happel Stadion (<http://www.euro-2008.co.at>)

¹³⁹ N.N., UEFA „Pflichtenheft“, 2002, S. 17 ff.

¹⁴⁰ <http://www.oefb.at>, am 20.10.2007

Das Stadion Wals-Siezenheim an der Stadtgrenze von Salzburg wird für die EURO kurzfristig von 18.686 auf 32.800 Sitzplätze ausgebaut. Neben einem direkten Bahnanschluss (München-Salzburg) mit eigener Haltestelle verfügt es über einen Autobahnanschluss. Im Juni 2006 wurde zusätzlich die S-Bahn-Station Taxham-Europapark eröffnet, die einen Teil der Verkehrsströme der EURO übernehmen soll. In Salzburg werden drei EM-Spiele stattfinden.¹⁴¹



Abbildung 19: Stadion Wals-Siezenheim (<http://www.stadion.at>)

Das Wörtherseestadion in Klagenfurt wurde am 5. September 2007 nach fast fünfjähriger Bauzeit mit dem Länderspiel Österreich : Japan offiziell eröffnet. Es wurde nach dem Vorbild des St. Jakob-Parks in Basel als multifunktionales Stadion errichtet. Das Fußballstadion liegt in unmittelbarer Nähe des Wörthersees und soll neben dem Sportpark auch ein Hotel, Büros und ein Einkaufszentrum bekommen. Die Arena bietet bei den drei EM-Spielen je 30.000 Zuschauern Platz. Nach der EURO 2008 wird der Oberrang zurückgebaut, durch eine technisch innovative Dachabsenkung entsteht keine architektonische Veränderung des Baukörpers und der Gesamteindruck bleibt voll erhalten.¹⁴²



Abbildung 20: Wörthersee Stadion (<http://www.sportpark-klagenfurt.at>)

¹⁴¹ <http://www.oefb.at>, am 20.10.2007

¹⁴² <http://www.oefb.at>, am 20.10.2007

Auch das neue Tivoli Stadion im Süden von Innsbruck, zwischen dem Olympia-Eisstadion und der Autobahn, fasst nach seinem Umbau 30.000 Sitzplätze. Bedingt durch die Zentrumsnähe ist das Stadion gut mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen. Bei der EURO 2008 werden hier drei Spiele stattfinden.¹⁴³



Abbildung 21: Tivoli NEU (<http://www.tivolistadion.at>)

In der Schweiz finden die Spiele in den Stadien in Basel, Bern, Genf und Zürich statt.

Am Standort des alten Joggeli-Stadions wurde die erste multifunktionale Arena der Schweiz errichtet. Der St. Jakob Park in Basel wurde, von ursprünglich 30.000 Sitzplätzen, für die EURO auf 42.400 Sitzplätze aufgestockt. Nach der Veranstaltung wird das Kontingent sukzessive auf 38.500 Plätze reduziert.¹⁴⁴



Abbildung 22: St. Jakob Park (<http://www.baselunited.ch>)

¹⁴³ <http://www.oefb.at>, am 20.10.2007

¹⁴⁴ <http://www.oefb.at>, am 20.10.2007

Das neu errichtete Stade de Suisse Wankdorf in Bern, konzipiert als Multifunktionsarena, hat eine Kapazität von 32.000 Sitzplätzen. Die Anlage umfasst ein Einkaufszentrum, ein Hotel, Restaurants und ein Schulgebäude. Auf dem Dach wird die größte integrierte Solaranlage der Welt errichtet. Bei der EURO 2008 werden hier drei Gruppenspiele stattfinden.¹⁴⁵



Abbildung 23: Stadion Wankdorf (<http://www.stadedesuisse.ch>)

Das Stadion in Genf (Stade de Genève) wurde 2003 als neue Multifunktionsarena mit eigener Parkgarage, Hotel, Fernsehstudios, Büros und einem Kulturzentrum, eröffnet. Die moderne Fußballarena fasst 30.000 überdachte Sitzplätze und befindet sich in La Praille nahe der französischen Grenze. Öffentlich ist es über den Genfer RER-Verbund mit eigenem Bahnhof erreichbar, aber es ist auch über die Autobahn verbunden. Hier werden drei Gruppenspiele ausgetragen.¹⁴⁶

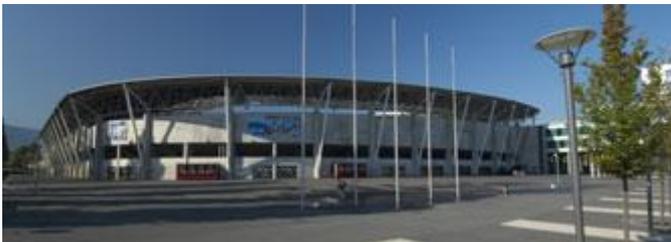


Abbildung 24: Stade de Genève (<http://www.stade.ch>)

¹⁴⁵ <http://www.oefb.at>, am 20.10.200)

¹⁴⁶ <http://www.oefb.at>, am 20.10.2007

In Zürich hat man sich für den Neubau des Stadions Letzigrund für die EURO 2008 ausgesprochen. Das Stadion ist eine multifunktionale Arena, die je nach Event zwischen 25.000 (Fußball), 30.000 (Leichtathletik), und 50.000 (Open-Air-Konzerte) Personen Platz bietet. Der Letzigrund ist Heimstadion des FC Zürich und des LC Zürich, daneben wird hier jedes Jahr das renommierte Leichtathletik-Meeting Weltklasse Zürich ausgetragen. Mit vier temporären, zusätzlichen Sitzreihen wird die geforderte Sitzplatzanzahl von 30.000 erreicht. In diesem Stadion werden drei Endrundenspiele abgehalten.¹⁴⁷



Abbildung 25: Stadion Letzigrund (<http://www.stadionletzigrund.ch>)

Im Vergleich zu den letzten Europameisterschaften in Portugal oder den Fußball-Weltmeisterschaften in Deutschland sind die Stadien der EURO 2008 sehr klein und mit ihren Kapazitäten an der unteren Messlatte anzusetzen. Dies führt schon im Vorfeld unter den teilnehmenden Nationen zu Kritik, doch aus dem Blickwinkel der Nachhaltigkeit haben die Größendimensionen durchaus ihre Berechtigung.

5.5 Die Teilnehmer

Für die EURO 2008 haben sich folgende Nationen qualifiziert:

Gruppe A: Schweiz, Tschechien, Portugal, Türkei

Gruppe B: Österreich, Kroatien, Deutschland, Polen

Gruppe C: Niederlande, Italien, Rumänien, Frankreich

Gruppe D: Griechenland, Schweden, Spanien, Russland

Die Gruppen A und C spielen ihre Vorrundenspiele in der Schweiz und die Gruppen B und D in Österreich.

¹⁴⁷ <http://www.oefb.at>, am 20.10.2007

Die Unterbringung der Mannschaften spielt vor allem im Tourismus eine wichtige Rolle. Besonders begehrt sind Mannschaften wie Deutschland oder Italien die stets einen Tross an Fans mit sich führen. Die Mannschaftsquartiere folgender Teams befinden sich in Österreich: Tschechien (Seefeld), Spanien (Neustift), Russland (Leogang), Griechenland (Hof/Fuschlsee), Italien (Baden), Kroatien (Bad Tatzmannsdorf), Österreich (Stegersbach), Polen (Bad Waltersdorf).

Während sich die Hoteliers in Baden freuen, die Italiener beherbergen zu dürfen – mit ihnen kommen auch die italienischen Fans, sind die Spanier keine Zielgruppe für das Stubaital (Neustift). Skifahren gehen diese lieber in ihrer Heimat Spanien und den Sommerurlaub verbringen die Österreicher eher in Spanien als umgekehrt. Von den Hoteliers in der Region wird der Tirol und Österreich Werbung vorgehalten „verschlafen“ zu haben. Die Deutschen, die in Österreich spielen, wohnen in der Schweiz. Ähnlich wie in Niederösterreich mit ihren italienischen Gästen, wird ihnen dort das Quartier gratis zur Verfügung gestellt.¹⁴⁸

¹⁴⁸ Die Presse: „Spanien im Stubaital“ 3.6.2008, S. 18

6 Berechnungsmethoden zur Bewertung von Sportgroßveranstaltungen

Eine Entscheidungshilfe, ob die Durchführung einer sportlichen Großveranstaltung im Einzelfall oder für die Gesellschaft als Ganzes von Vorteil ist, muss je nach Veranstaltung neu ausgewählt werden. Nicht jede Methode ist auf jedes Event anwendbar. Zum aktuellen Zeitpunkt gibt es noch keine allgemein anerkannte Methode.¹⁴⁹

Zur Beurteilung von Sportgroßveranstaltungen sind möglichst alle bei der Durchführung auftretende Effekte zu erfassen, was mitunter zu Schwierigkeiten führt.¹⁵⁰

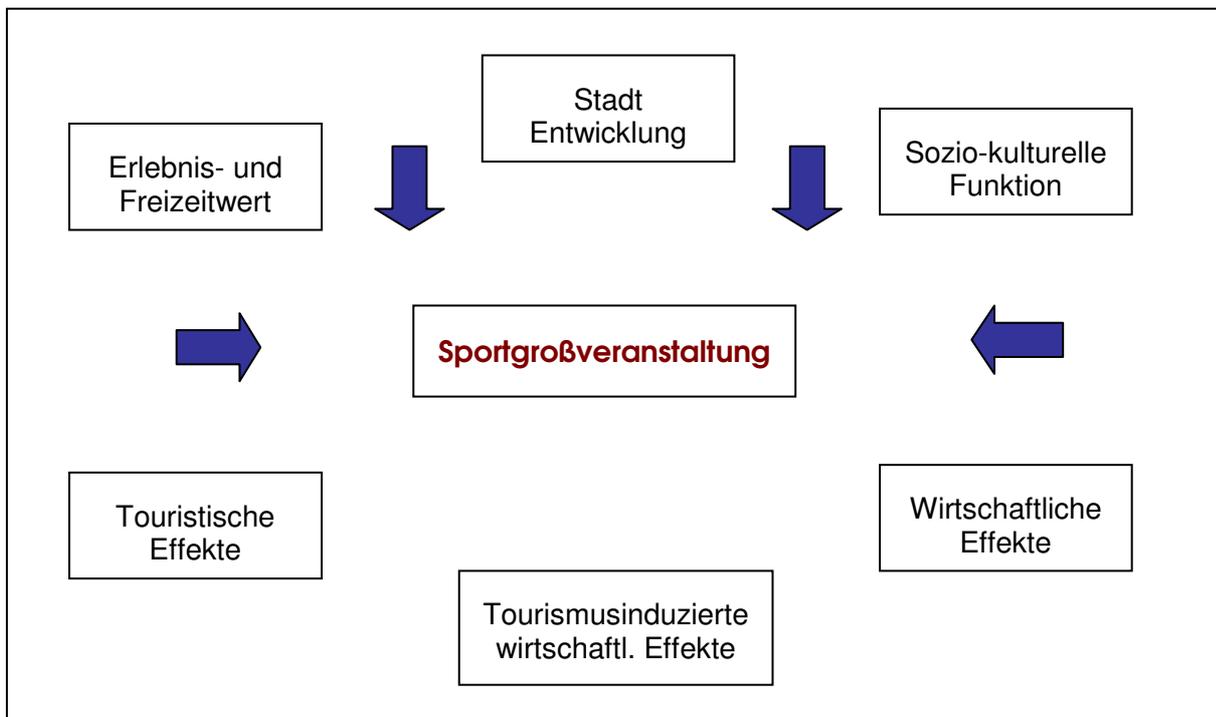


Abbildung 26: Ökonomische Analyse sportlicher Großveranstaltungen (Klein M.-L., 1996, S. 56)

¹⁴⁹ Rahmann B. et al., 1998, S. 85 f.

¹⁵⁰ Gans P. et al., 2002, S. 123

6.1 Problematik der Wirtschaftlichkeitsanalysen

Die wirtschaftlichen Auswirkungen sind schwer messbar. Zum einen existiert auf internationaler Ebene kein einheitliches Kennzahlensystem, zum anderen kann nicht gewährleistet werden, dass die Messungen objektiv und unter gleichen Bedingungen durchgeführt worden sind. Erschwerend kommt hinzu, dass die Voraussetzungen in den verschiedenen Ländern zu unterschiedlich sind um allgemein gültige volkswirtschaftliche Aussagen zu treffen. Es ist jedoch möglich Tendenzen aufzuzeigen.¹⁵¹ Allein welche der wirtschaftlichen Aktivitäten der Veranstaltung zuzurechnen ist, ist konzeptionell schwierig. Dies ist besonders für die Infrastrukturinvestitionen gültig. Hier sollte auch geprüft werden, ob eine alternative Verwendung der Mittel einen größeren volkswirtschaftlichen Nutzen gestiftet hätte. Zudem muss eine belastbare Wirkungsanalyse auf einer bestimmten Zeitachse angelegt werden, wobei der Zeitraum vor allem ex-post schwer zu bestimmen ist.¹⁵²

Der Austragungsort einer Sportgroßveranstaltung investiert sehr viel um eine optimale Veranstaltung zu gewährleisten. Umso verwunderlicher ist in Anbetracht dieser Summen die Tatsache, dass es kaum Wirtschaftlichkeitsstudien vorangegangener Großveranstaltungen gibt. Die vorhandenen Wirtschaftlichkeitsstudien sind fast alle vor der Durchführung der Veranstaltung verfasst worden, die wirtschaftlichen Auswirkungen können in diesen Fällen nur geschätzt werden.¹⁵³

Der Unterschied zwischen den erwarteten und den tatsächlichen Zahlen, betreffend wirtschaftliche, soziale und kulturelle Effekte, ist klar sichtbar. Auch wenn die ökonomischen Effekte einer Sportgroßveranstaltung stets als einer der Hauptgründe für eine Bewerbung bzw. Austragung angeführt werde, so treten diese Effekte nur in den seltensten Fällen ein. Auch die anderen erwarteten positiven Effekte wie Beschäftigung, Tourismus, Medienberichterstattung zur Imageverbesserung u. Ä., sind kritisch zu hinterfragen.¹⁵⁴

¹⁵¹ IOC Olympic Studies Centre, 2003, S. 2

¹⁵² Brenke K./Wagner G., 2007, S. 5 f.

¹⁵³ Gratton C. et al., 2006, S. 42

¹⁵⁴ Horne J./Manzenreiter W., 2006, S. 9 f.

Die einzige positive Ausnahme waren die Olympischen Spiele in Barcelona 1992. Die öffentlichen Ausgaben beliefen sich auf 5,7 Mrd. €. Dieses Geld wurde in die Verbesserung der Verkehrsinfrastruktur – hier besonders die Anbindungen von der Stadt an die Strandgebiete – und die Revitalisierung der Stadt gesteckt. Die Arbeitslosenquote fiel deutlich unter den spanischen und europäischen Durchschnitt – bei näherer Betrachtung ist aber festzuhalten, dass die Arbeitsplätze zum Großteil kurzfristig und dazu noch schlecht bezahlt waren.¹⁵⁵

6.2 Kosten-Nutzen Analyse

Um ein umfassendes Bild einer Sportgroßveranstaltung zu bekommen, ist es notwendig, neben der Prüfung der Wirtschaftlichkeit auch die gesellschaftliche Wirkung zu untersuchen. Viele dieser Kennzahlen sind aber schwer messbar, daher müssen Richtwerte für eine qualitative Bewertung gefunden werden. Einen geeigneten Lösungsansatz stellt die Kosten-Nutzen-Analyse dar – hier werden zunächst die wirtschaftlichen Auswirkungen in einer Wertgröße zusammengefasst um sie dann den nicht monetär ausdrückbaren Variablen gegenüberzustellen. Die Kosten-Nutzen-Analyse bietet ein flexibles, umfassendes Analysewerkzeug für die Bewertung öffentlicher Projekte. Bei einem positiven Ergebnis profitieren sowohl Wirtschaft als auch Gesellschaft. Ein negativer Saldo lässt den Rückschluss zu, dass die Gesellschaft für die Austragung in irgendeiner Weise zahlt.¹⁵⁶

Die Kosten-Nutzen-Analyse ist jedoch kritisch zu betrachten, da sie einige theoretische Probleme mit sich bringt, die in der jeweilig aktuellen Situation projektbezogen gelöst werden müssen. In erster Linie ist hier die Abgrenzungsproblematik, also die Schwierigkeit der korrekten Zurechnung von Effekten auf die untersuchte Veranstaltung, zu nennen. Es gilt die Merkmale herauszufiltern, die für die jeweilige Veranstaltung – hier die Fußball-EM – besonders relevant sind, um die tatsächlichen Event-indizierten Effekte berechnen zu können. Die Prognosen zukünftiger Größen müssen mit Hilfe verschiedener hypothetischer Szenarien gelöst werden.¹⁵⁷

¹⁵⁵ Brunet F., 1995, S. 15

¹⁵⁶ Hone P./Silvers R., 2006, S. 414

¹⁵⁷ N.N., Sportevents und Nachhaltigkeit, 2005, S. 14

6.2.1 Begriffliche Definition der Kosten und Nutzen

Im Bezug auf die EM sind Kosten als Zielverletzung und Nutzen als Zielerfüllung zu sehen und nicht mit Ausgaben und Einnahmen zu verwechseln. Zwar erhöhen mehr Besucher die Einnahmen, gleichzeitig steigen damit aber auch die Kosten durch erhöhten Sicherheitsbedarf oder zusätzliche Infrastrukturkosten. Bei der Kosten-Nutzen-Analyse entscheidet erst der Nettoeffekt (Nutzen minus Kosten) ob die Besucherzunahme als positiv zu bewerten ist.¹⁵⁸

6.2.2 Typisierung der Kosten/Nutzen

Bei einer Kosten-Nutzen Analyse werden folgende Kosten-Nutzen-Arten unterschieden:

1. Reale vs. pekuniäre Kosten und Nutzen

Die realen Kosten/Nutzen beziehen sich auf den gesamtwirtschaftlichen Wohlfahrtsentzug/-zuwachs im Sinne der Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen. Genauer sind es Wirkungen eines öffentlichen Vorhabens, die unmittelbar die Versorgung von Individuen oder Haushalten mit Gütern oder Dienstleistungen verändern und so auch auf die gesellschaftliche Wohlfahrt wirken. Die pekuniären Kosten/Nutzen stellen die Effekte, die zur Änderung der Preisverhältnisse führen, dar. Sie rufen beim Konsumenten Verteilungsänderungen monetärer Transfervorgänge hervor, also Umverteilungsvorgänge. In der Kosten-Nutzen-Analyse werden nur die realen Veränderungen berücksichtigt.

2. Direkte (primäre) vs. Indirekte (sekundäre) Kosten und Nutzen

Direkte Kosten/Nutzen sind die, die sich unmittelbar mit der Veranstaltung in Verbindung bringen lassen. Indirekte Kosten/Nutzen fallen als Nebenprodukt an, sind aber nicht zu unterschätzen. Sie werden vom Projekt nicht bewusst angestrebt.

3. Tangible vs. Intangible Kosten/Nutzen

Unter tangiblen Kosten/Nutzen sind jene Größen zusammengefasst, die sich monetär bewerten lassen, intangible Kosten/Nutzen hingegen betreffen vor allem außermärkliche Effekte, sie lassen sich nur mit Hilfe qualitativer Angaben umschreiben. Eine genaue Grenze zwischen den tangiblen und intangiblen Effekten lässt sich nicht immer ziehen.

¹⁵⁸ Rahmann B. et al., 1998, S. 95

4. Intangible monetarisierbare vs. Intangible nicht monetarisierbare Kosten/Nutzen

Die intangiblen Kosten/Nutzen können weiter unterteilt werden. Über Schätzverfahren können einige Werte quantifiziert werden. Nicht monetarisierbare Kosten/Nutzen werden in der Analyse als qualitative Information gelistet und den quantifizierbaren Größen gegenübergestellt. Für die zeitliche, räumliche und institutionelle Aufteilung sind weitere Unterteilungen notwendig.

5. Kurzfristig vs. Langfristige Kosten/Nutzen

Mit dieser Bewertung können Aussagen über die Persistenz oder Flüchtigkeit der Wirkung von Kosten/Nutzen getroffen werden.

6. Kosten/Nutzen während der Prä-Event -, Event -, Post-Event-Phase

Je nachdem in welcher Phase die Kosten/Nutzen auftreten ist deren Bedeutung und Intensität zu bewerten.

7. Kosten/Nutzen von Regionen, Organisationen und Personengruppen

Die Zuordnung der Kosten/Nutzen zu einer bestimmten gesellschaftlichen Einheit ermöglicht es, Gruppeninteressen aufzuzeigen. Bei einer Fußballgroßveranstaltung ist besonders die Interaktion in den verschiedenen Bereichen von Bedeutung.¹⁵⁹

6.2.3 Vorgehensweise der Kosten-Nutzen-Analyse

Die Vorgehensweise einer Kosten-Nutzen-Analyse läuft wie folgt ab:

1. Problemdefinition
2. Festlegung des Zielsystems unter Berücksichtigung der Restriktionen
3. Typisierung des Projekts bzw. der Alternativen
4. Erfassung, Gewichtung und Zuordnung der Kosten und Nutzen
5. Bestimmung und Bewertung der Handlungsalternativen
6. Ermittlung des Nettonutzen und Diskontierung
7. Projektbeurteilung und Entscheidungshilfe¹⁶⁰

¹⁵⁹ Rahmann B. et al., 1998, S. 97 ff.

¹⁶⁰ Gans P. et al. , 2003, S. 33

Zu Beginn muss das Projekt einem gesellschaftlichen Wertesystem zugeteilt werden, aus dem sich konkrete Ziele ableiten lassen. Das Projekt ist dann mit möglichen Alternativen, die der gleichen Zielerreichung dienen, gegenüberzustellen. Am Schluss sollte dann jenes mit den größten Erfolgsaussichten ausgewählt werden. In der Referenzsituation der Fußball-EM läuft es mangels vergleichbarer Alternativen darauf hinaus zu messen, ob eine Durchführung oder Nicht-Durchführung sinnvoller ist. Nach der Einordnung des Projekts erfolgt die Identifizierung der qualitativen Kosten/Nutzen und die Zuordnung zu den bestimmten Kategorien. Für eine einheitliche Beurteilung besteht die Notwendigkeit, die verschiedenen Kosten und Nutzen soweit wie möglich in Geldeinheiten zu bewerten und den Nettotonnen darzustellen. Kosten und Nutzen, die zu unterschiedlichen Zeitpunkten anfallen, müssen auf einen gemeinsamen Zeitpunkt umgerechnet werden – diese Homogenisierung wird Diskontierung genannt. Um auf den Nettogegenwartswert zu kommen, wird die Differenz zwischen abgezinsten Nutzen und Kosten berechnet. Ist eine monetäre Darstellung nicht möglich, wird auf eine Bewertung verzichtet. Der Nettogegenwartswert stellt die quantifizierbare Wirkung des Projekts im Vergleich zu den Alternativen dar. Die Entscheidung fällt auf jenes Projekt, das den höchsten positiven Kapitalwert aufweist und somit den höchsten volkswirtschaftlichen Nettobeitrag zum Sozialprodukt leistet. Die qualitativen Größen können explizit in den Analyserahmen miteinbezogen werden, somit ist der Nettogegenwartswert nicht die alleinige Entscheidungsgrundlage. Der Entscheidungsträger hat abzuwägen, welches Gewicht er den qualitativen Projektwirkungen beimisst.

Da die EM ein Zukunftsprojekt ist, können verschiedene Unsicherheiten den Nettogegenwartswert beeinflussen. Diese Unsicherheitspotentiale müssen mittels Abschätzung, durch Hypothesen, relativiert werden.¹⁶¹

¹⁶¹ Rahmann B. et al., 1998, S. 99 ff.

6.3 Input-Output-Analyse

Die Input-Output-Analyse geht auf W. Leontief zurück und dient der Untersuchung der interindustriellen Verflechtung in einer Volkswirtschaft. Sie stellt die Beziehungen zwischen dem Einsatz von Leistungen (Input) und dem Produktionsergebnis (Output) in einer Matrix dar und zeigt, wie sich die Änderungen der Endnachfrage auf die Produktion der einzelnen Wirtschaftszweige und andere volkswirtschaftliche Größen auswirken. Die Verflechtung aller Sektoren einer Volkswirtschaft wird so bildlich dargestellt. Die Zeilen- (Lieferungen) und Spaltensummen (Empfänger) müssen übereinstimmen. Die Liefer-/Empfangsbeziehungen zwischen den produzierenden Sektoren beschreiben die industrielle Marktverflechtung, die für die Input-Output-Analyse besondere Bedeutung besitzt.¹⁶²

Die Input-Output-Analyse basiert auf einer Input-Output-Tabelle, die in Österreich, ergänzend zur Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung, von der Statistik Austria erstellt wird. Die Gliederung dieser Tabelle geschieht nach funktionellen Gesichtspunkten, so können die Güterströme von der Produktion bis zur Verwendung mit deren Vorleistungsströmen dargestellt werden.¹⁶³

6.4 Simultananalyse

Bei der Simulationsmethode werden in einem ökonometrischen Makromodell Zusammenhänge zwischen Güter-, Arbeits- und Geldmarkt mit Preisen, Löhnen und anderem Einkommen sowie dem Staatssektor dargestellt. Dabei wird angenommen, dass die Preise flexibel sind und sich untereinander simultan verhalten.¹⁶⁴ Ziel ist die zahlenmäßige Erfassung des Wirtschaftsgeschehens in einer bestimmten Periode, wobei die wirtschaftlichen Aktivitäten zusammengefasst werden. Ein Nachteil für die Quantifizierung von Infrastrukturinvestitionen ist das Verlorengelangen von Detailinformationen.¹⁶⁵

¹⁶² Kasimati E., 2003, S. 436

¹⁶³ Helmenstein C. et al., 2005, S. 14 f.

¹⁶⁴ Kasimati E., 2003, S. 438

¹⁶⁵ Helmenstein C. et al., 2005, S. 14 f.

6.5 Sportevent-Scorecard

In der Schweiz wurde in einem KTI-Projekt (Kommission für Technologie und Kommunikation) in Anlehnung an die Balanced Scorecard die Sportevent-Scorecard entwickelt. Hier werden die Daten einer Veranstaltung, unterteilt in die Bereiche Ökonomie, Ökologie und Soziales, zusammengeführt. Ziel ist es, vergleichbare Ergebnisse einzelner Veranstaltungen zu bekommen. Die bisherigen Ergebnisse zeigen, dass zur Bewertung von Sportgroßveranstaltungen neben der Zuschauerzahl eine Reihe von anderen Faktoren einen entscheidenden Einfluss haben. Die dazu notwendigen Daten sind aber nur mit erheblichem Aufwand zu ermitteln, und von deren Ergebnissen lassen sich oft nur schwer Maßnahmen ableiten. Zudem vernachlässigt die Sportevent-Scorecard viele qualitative Aspekte wie Sozialverträglichkeit oder die Kommunikation der Maßnahmen.¹⁶⁶

6.6 Retrospektivanalyse

Die Kennziffernmethode bzw. Retrospektivanalyse stellt Ex-post Betrachtungen mit einem Referenzszenario dar. Zu jeder Veranstaltung werden Personen (Fachleute aus den Bereichen Tourismus, Einzelhandel, Politik, Medien, Umwelt, etc.) identifiziert, die über die Ausprägung einzelner Effekte Auskunft geben können. Hier werden unterschiedliche Kennzahlen wie das Pro-Kopf-Einkommen, die Beschäftigungswirkung u. Ä. miteinander verglichen. Diese Methode wird zur Ex-post-Erfolgskontrolle wirtschaftspolitischer Maßnahmen verwendet. Auf Basis der so gewonnenen Daten lassen sich für einzelne Typen von Sportveranstaltungen Ausprägungen der zu erwarteten Effekte aufzeigen.¹⁶⁷

¹⁶⁶ N.N., Sportevents und Nachhaltigkeit, 2005, S. 16

¹⁶⁷ Gans P. et al., 2002, S. 231 ff.

7 Berechnungen zur EURO 2008 in Österreich

In der Literatur werden zur Quantifizierung der ökonomischen Effekte verschiedene Methoden angeboten – die optimale Methode ist vom Untersuchungsgegenstand abhängig.

7.1 Auswahl der Berechnungsmethode

Als Methoden für die Messung der Infrastrukturinvestitionen stehen für die EURO 2008 (als zukünftiges Ereignis) die Simulationsmethode und die Input-Output-Analyse zur Verfügung. Die Kennziffernmethode, die eine Ex-post-Betrachtung von bestimmten Kennziffern mit einem Referenzszenario betrachtet, ist hier nicht geeignet.

Für die Berechnung mittels der Simulationsmethode ermittelte das Institut für Höhere Studien für die EURO 2008 jährliche Investitionen von etwa 55 Mio. €, das entspricht 0,2 % der jährlichen Bauinvestitionen in Österreich. Da die gesamtwirtschaftlichen Effekte nicht signifikant waren, wurde diese Methode für eine weitere Berechnung der EURO 2008 verworfen.

Die Input-Output-Analyse (IOA) zeigt die Verflechtung der einzelnen Produktionsbereiche in einer Volkswirtschaft und deren Beiträge zur Wertschöpfung auf. Hier werden die Güterströme von der Produktion bis zur Verwendung sichtbar gemacht (inklusive deren Vorleistungen). Besonders die für die Planung von Sportgroßveranstaltung wichtigen Berechnungen von direkten und indirekten Wertschöpfungs-, Kaufkraft- und Beschäftigungseffekten werden ermöglicht. Zusätzlich können induzierte Effekte auf das gesamtwirtschaftliche Steueraufkommen und die Sozialabgaben berechnet werden.¹⁶⁸

¹⁶⁸ Helmenstein C. et al., 2005, S. 14 f.

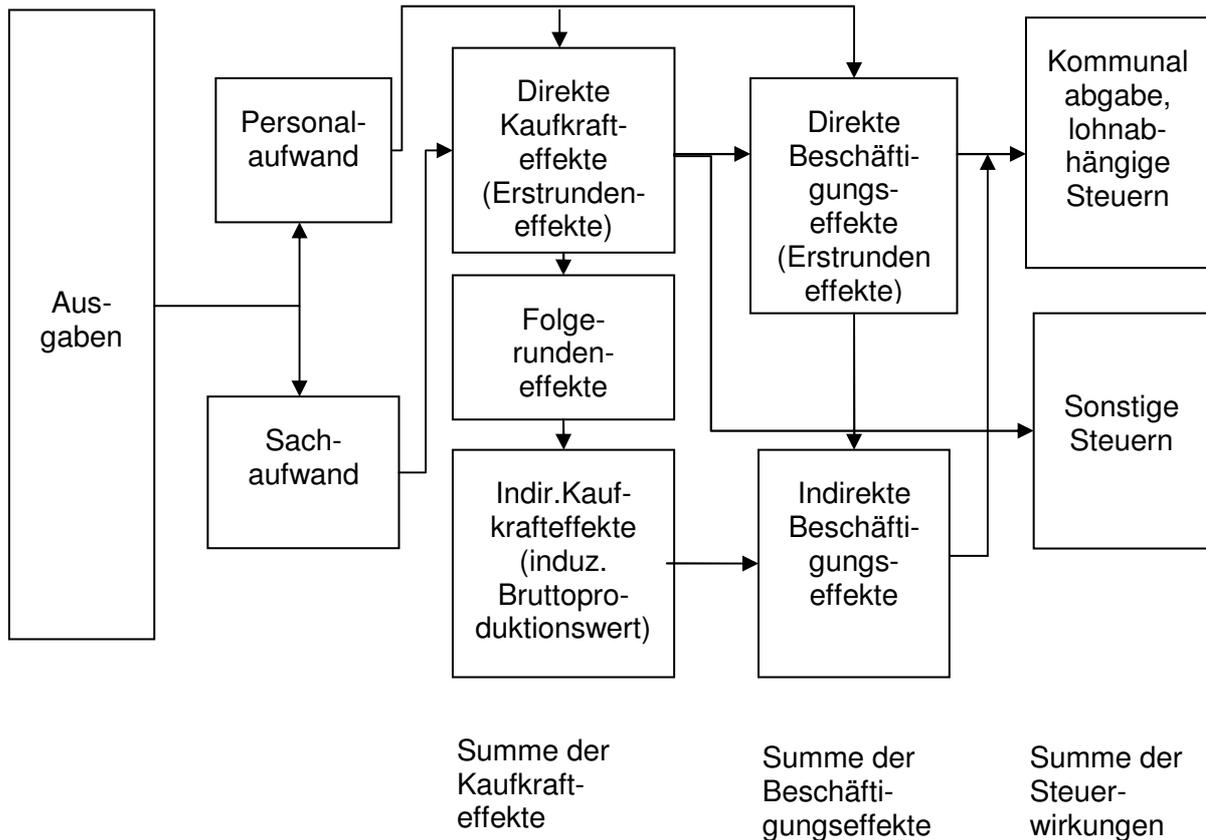


Abbildung 27: Darstellung der Beschäftigungs-, Kaufkraft- und Steuerwirkung (Helmenstein C. et al., 2005, S. 16)

7.2 Infrastrukturinvestitionen

Bei der kurzfristigen Betrachtung der Infrastrukturinvestitionen stehen die Beschäftigungs- und Einkommenseffekte im Mittelpunkt, langfristig werden Wachstums-, Struktur- und Wettbewerbsaspekte untersucht. Die Investitionsquote hängt in der klassischen Theorie eng mit dem wirtschaftlichen Wachstum zusammen, da sich die Wachstumsrate proportional zur Investitionsquote verändert. Auch nach den neuen Wachstumstheorien haben Infrastrukturinvestitionen eine langfristige positive Wirkung auf das Produktivitätswachstum. Zusammen mit dem technischen Fortschritt garantieren sie eine langfristig positive Rentabilität der Investition.¹⁶⁹

Durch die Investitionen in die Bauwirtschaft werden auch andere damit verbundene Wirtschaftszweige unterstützt. Es entsteht eine erhöhte Inlandsnachfrage und in weiterer Folge ein hoher Multiplikatoreffekt für Beschäftigung und Produktion.¹⁷⁰

¹⁶⁹ Seitz H., 1995, S. 125 f.

¹⁷⁰ Kaniovski S. et al., 2003., 2002, S. 12 ff.

Die Erhöhung der staatlichen Investitionen steigert das unternehmerische Output. Daraus resultieren höhere Steuereinnahmen des Staates, was sich wiederum positiv auf den Refinanzierungsrahmen für weitere Investitionsprojekte auswirkt. So wird die langfristige gesamtwirtschaftliche Produktivität gesichert.¹⁷¹

7.2.1 Investitionen in die Infrastruktur in Wien

Wien ist der Hauptspielort der EURO 2008, hier werden sieben Spiele stattfinden, das Internationale Broadcasting Center (IBC) wird hier untergebracht und der Wiener Rathausplatz ist der Ort des offiziellen Fan-Parks.¹⁷²

In Wien werden laut Artikel in der Tageszeitung Kurier vom 25. Jänner 2007 (S. 19 f.) folgende Ausgaben getätigt werden:

Bahnhof Wien Nord: Die Kosten des Verkehrsknotenpunkts Praterstern, mit Fertigstellung im Mai 2008, belaufen sich auf 97 Mio. €. Weitere 9 Mio. € werden in die Renovierung der beiden Bahnhöfe Hütteldorf und Heiligenstadt fließen.

Wurstelprater: Die Um- und Neugestaltung des ältesten Vergnügungsparks Europas wird mit 17 Mio. € kalkuliert.

Alte Messe: Die Gebäude der Alten Messe werden abgerissen, auf deren Fläche entstehen für die EURO 2008 neue Parkplätze. Die Kosten betragen etwa 4 Mio. €.

Verlängerung der U2: Die U-Bahnlinie U2 wird bis Mai 2008 bis zum Ernst Happel Stadion verlängert und wird damit zum Hauptverkehrsträger für die EURO 2008 in Wien. Dieser Ausbau kostet 700 Mio. €.

Stadion Center: Das Stadion Center, ein neues Einkaufszentrum neben dem Ernst Happel Stadion, wurde um 80 Mio. € von privaten Investoren errichtet.

Ernst Happel Stadion: Der Umbau des bestehenden Ernst Happel Stadions für die EM kostet 36 Mio. €. Die Kapazität wird von 49.825 auf 52.008 Sitzplätze erhöht, die Medieneinrichtungen werden erweitert, Interviewräume vor und im Stadion errichtet, zwei neue Videowalls angebracht und auch die VIP-, Presse- und Sicherheitsbereich werden neu gestaltet.

Fanmeile: Der gesamte Ring wird während der Sportereignisse gesperrt sein. Zwischen Rathausplatz und Heldenplatz soll Platz für 100.000 Fans sein. Die Kosten hängen stark von der Größe des Fandorfes ab, das wiederum abhängig ist von den in Wien spielenden

¹⁷¹ Kaniowski S. et al., 2003, S. 16

¹⁷² N.N., Nachhaltigkeitskonzept UEFA EURO 2008™, 2005, S. 29

Nationen. Da Deutschland in Wien spielen wird, wird mit einem deutlich Fanansturm gerechnet.

Kärntner Straße: Die noble Flaniermeile der Innenstadt wird für die EM um 12,2 Mio. € saniert.

7.2.2 Investitionskosten

Für die nachhaltige, effektive Nutzung der Stadien – und auch den damit verbundenen Rückbau der Kapazitäten – ist es wichtig, die Folgekosten zu minimieren. Die Stadien müssen auch noch nach der Veranstaltung für die Nutzung durch die Sport- und Freizeitbranche attraktiv sein.

Tabelle 6: Investitionskosten der Stadionerrichtung bzw. des –zubaus (Angaben in Mio. €)

Austragungsort	Stadion	Grundstück	Infrastruktur	Gesamtkosten
Wien	-	-	-	5,45
Klagenfurt	36,34	-	11,63	47,97
Innsbruck	29,07	12,35	8,72	50,14
Salzburg	36,34	7,27	14,53	58,14
Gesamtkosten	101,74	19,62	34,88	161,70

Quelle: Grozea-Helmenstein D. et al., 2002, S. 16

In der Fußballsaison 2002/2003 kamen zu den 180 Meisterschaftsspielen der T-Mobile Bundesliga durchschnittlich etwa 4.000 Zuschauer. Die von der UEFA während der EM geforderten 30.000 Sitzplätze würden so in der Nachnutzung keine Anwendung finden. Die Städte Innsbruck und Klagenfurt haben sich aufgrund dieser geringen Zahl entschieden, die Stadien nach der EM auf eine Basisversion von 12.000 – 18.000 Sitzplätzen zurückzubauen. Die Kosten für diesen Rückbau trägt der Bund und sie betragen laut Kostenvoranschlag 12,6 Mio. €. ¹⁷³

Beispielhaft ist hier die Kostenstruktur und Finanzierungsaufteilung des Sportpark Wörtherseestadion dargestellt – in Innsbruck ist mit etwa derselben Kostenstruktur zu rechnen. Die Gesamtkosten (Sportpark und Stadion inkl. Rückbau) belaufen sich auf etwa 70 Mio. €.

¹⁷³ Handlanger T., 2006, S. 14 f.

Tabelle 7: Kostenstruktur und Finanzierungsaufteilung Wörtherseestadion

Kosten lt. Kostenvoranschlag	Mio. € (netto)	Finanzierungsaufteilung		
		Bund	Land	Stadt
Basisstadion (12.000 Sitzplätze)	27,5	1/3	1/3	1/3
EURO Stadion (32.000 Sitzplätze)	17,7	1/3	1/3	1/3
Ballsportkompetenzzentrum	5,9	1/3	1/3	1/3
Zusatzkosten (Planung, Vergabe, ...)	4,1	1/3	1/3	1/3
Fußballakademie	6,6		1/2	1/2
Sonstige Kosten	2,4			100 %
Rückbau zum Basisstadion	6,3			100 %

Quelle: Handlanger T., 2006, S. 14

In Salzburg belaufen sich die Kosten auf insgesamt etwa 59 Mio. €, diese können unterteilt werden in die Errichtung des Basisstadions mit 18.200 Sitzplätzen um 44 Mio. € und die Erweiterung für die EURO 2008 um weitere 13.300 Sitzplätze, um auf die notwendigen 31.500 Sitzplätze zu kommen, um 15 Mio. €. ¹⁷⁴

7.2.3 Wertschöpfung der Infrastrukturinvestitionen

Zur Analyse der investitionsinduzierten Wertschöpfung wird die Gesamtproduktion des Bausektors – korrigiert um die Vorleistungen – ermittelt. Durch zusätzliche Investitionen wird die Nachfrage angekurbelt, die wiederum als Multiplikator über die Zulieferbeziehung die Wertschöpfung dieser Zulieferbetriebe erhöht. Die Wertschöpfungseffekte der Infrastrukturinvestitionen hängen von den zusätzlich ausgelagerten Bauaktivitäten ab. Aufbauend auf die Input-Output-Tabelle von 1990 wurde für die Bauinvestitionen ein Wertschöpfungskoeffizient von 1,16 berechnet – wird in dem Wert die gestiegene Importquote berücksichtigt ergibt sich eine Abweichung von 15 %, was einem Koeffizienten von 1,36 entspricht. Eine Investitionssumme von 100 Mio. € ergibt eine Wertschöpfung von 73,3 Mio. €. ¹⁷⁵

¹⁷⁴ Helmenstein C. et al., 2005, S. 25

¹⁷⁵ Grozea-Helmenstein D. et al., 2002, S. 23

Tabelle 8: Wertschöpfung der EM-Investitionen

	nominell	real
2003	29,16 Mio. €	20,63 Mio. €
2004	29,16 Mio. €	20,19 Mio. €
2005	29,16 Mio. €	19,81 Mio. €
Gesamt	87,48 Mio. €	60,63 Mio. €

Quelle: Grozea-Helmenstein D. et al., 2002, S. 23

Im Rahmen der Vorbereitungen für die EURO 2008 beträgt der geschätzte Input-Output-Effekt der Investitionen etwa 60 Mio. €. ¹⁷⁶

Diese direkte Wertschöpfung von etwa 60 Mio. € ergibt einen multiplikativen Wertschöpfungseffekt von etwa 30 Mio. €. ¹⁷⁷

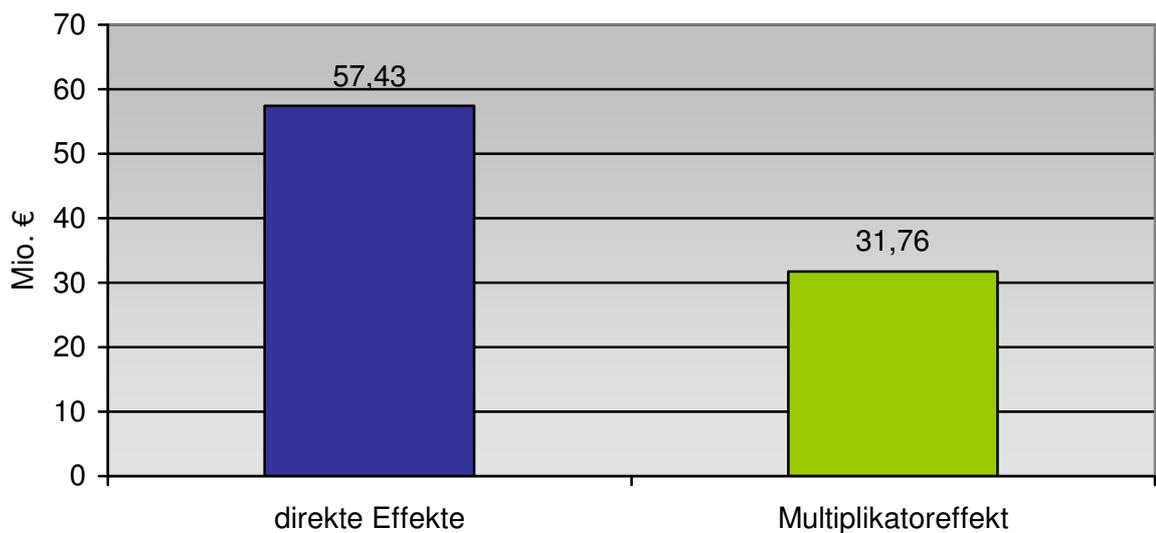


Abbildung 28: Direkte und indirekte Wertschöpfungseffekte der EM 2008 in Österreich (Helmenstein C. et al., 2005, S. 33)

¹⁷⁶ Grozea-Helmenstein D. et al., 2002, S. 22 f.

¹⁷⁷ Helmenstein C. et al., 2005, S. 32 f.

7.3 Beschäftigungseffekt

7.3.1 Bauindustrie

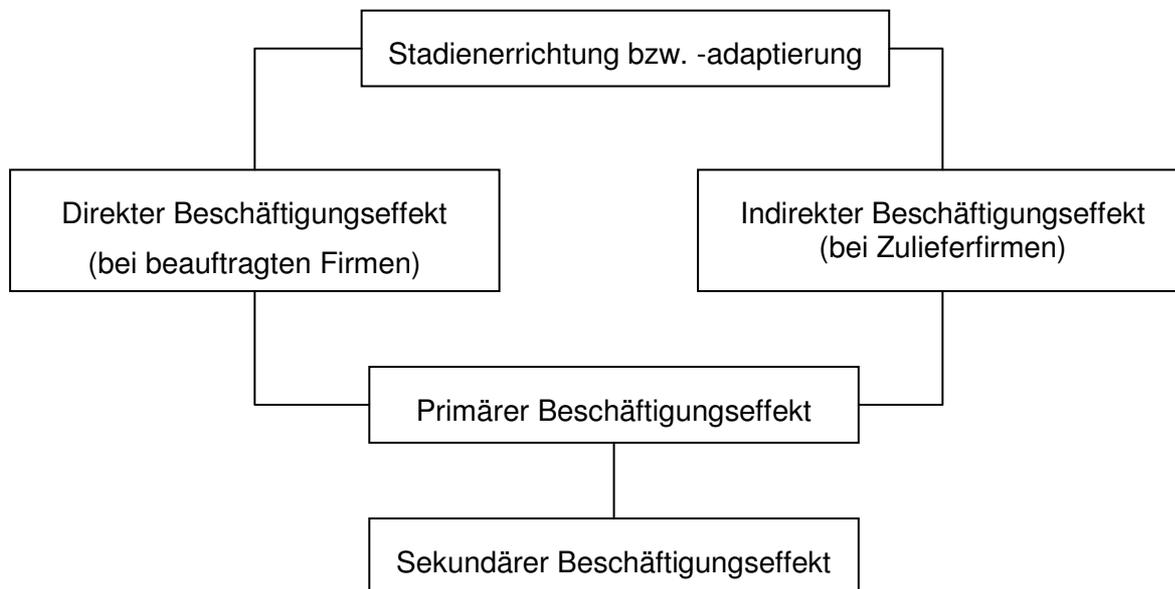


Abbildung 29: Beschäftigungswirkung durch den Stadionbau (Grozea-Helmenstein D. et al., 2002, S. 14)

Der primäre Beschäftigungseffekt setzt sich aus dem direkten und dem indirekten Beschäftigungseffekt des Stadionbaus zusammen. Der sekundäre Beschäftigungseffekt wird durch die Konsumnachfrageerhöhung, verursacht durch den primären Effekt, im gesamten Bereich der Wirtschaft erzeugt.¹⁷⁸

Tabelle 9: Investitionsinduzierte Beschäftigungseffekte des Stadionbaus 2003-2005

	Direkter Beschäftigungseffekt	Indirekter Beschäftigungseffekt
2003	397	188
2004	388	184
2005	381	180
Gesamt	1167	552
direkt + indirekt	1719	

Quelle: Grozea-Helmenstein D. et al., 2002, S. 20

¹⁷⁸Grozea-Helmenstein D. et al., 2002, S. 14

Von 2003-2005, in dem Zeitraum der für die Errichtung und Adaptierung der EM-Stadien vorgesehen war, ist die Beschäftigung im österreichischen Bauwesen um 1.167 Personen gestiegen. Wird nun zum primären Beschäftigungseffekt noch der indirekte Beschäftigungseffekt der Zulieferfirmen addiert, führten die Investitionen für die Errichtung und Anpassung der EM-Stadien in den Jahren 2003-2005 zu einer Beschäftigungszunahme von 1.719 Arbeitsplätzen.

Durch den direkten Beschäftigungseffekt fallen durch die entstandenen Arbeitsplätze die Zahlungen von Arbeitslosengeld und Notstandshilfe weg und vermindern dadurch die Staatsausgaben. Gleichzeitig werden die Staatseinnahmen durch die Lohnnebenkosten von Arbeitgeberseite sowie durch Steuern und Sozialversicherungsabgaben erhöht.¹⁷⁹

Im Bauwesen betrug die Arbeitslosenquote 2000 bei 12,3 % und die gesamtösterreichische Arbeitslosenrate betrug 5,8 %. Durchschnittlich erhielten die 30-39 jährigen Bezieher (Arbeitslosengeld und Notstandshilfe) 708 € bzw. 525 € pro Monat. Der durch den Stadionsausbau hervorgerufenen Beschäftigungseffekt von 1.719 Arbeitsplätzen führt also zu einer Verringerung der Staatsausgaben um 12,62 Mio. €, zusätzlich können noch Staatsabgaben (Steuer- und Abgabenquote 44,5 %) in diesem Beschäftigungsbereich von 30,16 Mio. €, davon 26,09 Mio. € Steuereinnahmen, im Zeitraum von 2003-2005 eingehoben werden.

Durch die zusätzliche Beschäftigung kann eine gesteigerte Konsumnachfrage angenommen werden, was wiederum zu einem sekundären Beschäftigungseffekt in diesem Bereich führt. Der sekundäre Beschäftigungseffekt lässt sich wie folgt berechnen. Zunächst wird der primäre Beschäftigungseffekt mit der prognostizierten durchschnittlichen Bruttolohnsumme je Beschäftigten multipliziert (zur Berechnung der EM-bedingten Einkommenserhöhung), von dieser Summe wird die prognostizierte Sparquote und die Steuerleistung abgezogen, das ergibt die Konsumausgabe. Mittels geschätztem Multiplikator und der aus der Input-Output-Tabelle entnommenen Beschäftigungswirkung erhält man den sekundären Beschäftigungseffekt.

¹⁷⁹ Helmenstein C. et al., 2005, S. 32

Der sekundäre Beschäftigungseffekt, der durch die vermehrten Konsumausgaben des primären Beschäftigungseffekts (Stadionbau) entsteht, ergibt 543 zusätzliche Arbeitsplätze. Insgesamt entstehen im Zuge der Vorbereitungen für die EURO 2008 2.262 Arbeitsplätze – 1719 durch den primären Beschäftigungseffekt und 543 durch den sekundären. Aufgeteilt auf die auf drei Jahre geplante Bauzeit entspricht dies einer durchschnittlichen jährlichen Beschäftigung von 754 Personen.¹⁸⁰

Tabelle 10: Sekundärer Beschäftigungseffekt

	2003	2004	2005	Gesamt
Sekundärer Beschäftigungseffekt	185	181	177	543
Gesamteffekt (primär + sekundär)	770	753	738	2262

Quelle: Grozea-Helmenstein D. et al., 2002, S. 22

7.3.2 Tourismusnachfrage

In der Tourismuswirtschaft kommt es vor allem zu kurzfristigen Beschäftigungseffekten. Die Vorbereitungs- und Durchführungsphase der EURO 2008 benötigt vor allem in den Monaten Juni und Juli 2008 zusätzliche Arbeitskräfte. Der Beschäftigungsmultiplikator ermöglicht eine Schätzung der zusätzlichen Arbeitsplätze im Tourismus. Da es sich um eine Dienstleistungsbranche handelt, wird der Beschäftigungsmultiplikator im Tourismus höher als in anderen Wirtschaftsbereichen ausfallen.

Tabelle 11: EM-bedingte Beschäftigungseffekte im Tourismus

	Unselbstständige	Selbstständige	Gesamt
Maximalvariante	3.558	781	4.339
Minimalvariante	2.499	549	3.048

Quelle: Grozea-Helmenstein D. et al., 2002, S. 43

Über die zusätzlichen Ausgaben der EM-Besucher erhöhen sich in Österreich die zusätzlichen Jahresarbeitsplätze im Tourismus auf 3.048 bis zu maximal 4.339 – immer unter der Voraussetzung, dass die EM-bedingte Nachfrage durch zusätzliche Arbeitsplätze und nicht durch Überstunden bewältigt wird.¹⁸¹

¹⁸⁰ Grozea-Helmenstein D. et al., 2002, S. 21 f.

¹⁸¹ Grozea-Helmenstein D. et al., 2002, S. 43

7.4 Tourismus

Die Besucher von Sportgroßveranstaltungen unterscheiden sich von normalen Städtetouristen hinsichtlich ihrer Konsumausgaben sowie ihres Sozial- und Reiseprofils.¹⁸²

Bei den 16 Spielen, die während der EM in Österreich stattfinden, beträgt die Stadionkapazität insgesamt 615.894 Plätze. Das ist die Basis für die Schätzung der zusätzlichen Tourismusaufgaben – sie setzen sich aus den erwarteten Spielbesuchern und den damit verbundenen Nächtigungszahlen zusammen. Der Anteil der ausländischen Besucher hängt stark mit den teilnehmenden bzw. spielenden Mannschaften zusammen. Zur Abschätzung der zusätzlichen Tourismusaufgaben hat das IHS zwei Szenarien angenommen, eine Maximal- und eine Minimalvariante wurden erstellt. Schon nach der ersten Vorverkaufsphase kann mit großer Wahrscheinlichkeit von einer nahezu Vollauslastung der Stadien ausgegangen werden. Bei einer 100 %-Auslastung sind Einnahmen aus Eintrittsgeldern in der Höhe von 52,33 Mio. € zu erwarten, bei einer Auslastung von 96 % bzw. 70 % wären das Einnahmen von 50,23 Mio. € bzw. 36,63 Mio. €. Das IHS ist bei der Berechnung der Maximalvariante von 96 %, einem Erfahrungswert der letzten EM in Portugal, ausgegangen. Die Sitzplatzkapazitäten werden zu 30-40 % an österreichische Zuschauer vergeben, die restlichen 60-70% entsprechen dem Anteil der erwarteten ausländischen Touristen während der EM. Bei der Maximalvariante wird bei einem Auslastungsgrad von 96 % mit 30 % inländischen und 70 % ausländischen Zuschauern gerechnet, während die Minimalvariante mit einer Auslastung von 70 % mit einem Verhältnis 40:60 inländische zu ausländische Besucher rechnet. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer von drei Tagen und zwei Nächten pro EM-Gast wurde aufgrund von Daten der „Gästabefragung Österreich“ (GBÖ) 2000 sowie auf Basis von Studien der letzten Fußball-Europameisterschaft geschätzt.¹⁸³

¹⁸² Preuß H. et al., 2007, S. 1

¹⁸³ Helmenstein C. et al., 2005, S. 54

Tabelle 12: Auslastung und Besucherzahlen der EM-Spiele 2008

	Wien	Salzburg	Innsbruck	Klagenfurt	Gesamt
Kapazität	48.630	31.828	30.000	30.000	140.458
Spiele	7	3	3	3	16
Auslastung 100 %	340.410	95.484	90.000	90.000	615.894
Auslastung 96 %	326.794	91.664	86.400	86.400	591.258
Inländische Gäste 30 %	98.038	27.499	25.920	25.920	177.377
Ausländische Gäste 70 %	228.756	64.165	60.480	60.480	413.881
Auslastung 70 %	238.287	66.839	63.000	63.000	431.126
Inländische Gäste 40 %	95.315	26.736	25.200	25.200	172.450
Ausländische Gäste 60 %	142.972	40.103	37.800	37.800	258.676

Quelle: Grozea-Helmenstein D. et al., 2002, S. 35

Die durchschnittlichen Tagesausgaben der ausländischen Sommertouristen in Österreich sind laut GBÖ etwa 80 €, die der einheimischen Gäste etwa 47 €. Die „fußballspezifischen Ausgaben“ sind in dieser Rechnung noch nicht enthalten, da sich die Daten der GBÖ auf einen Durchschnittstouristen und nicht auf einen Fußballtouristen beziehen. Besucher von Fußballgroßveranstaltungen geben einen großen Teil ihres Reisebudgets für Fanartikel aus, auch sonst ist ihr Budget etwas höher als das eines Durchschnittstouristen anzusetzen - wie dies die letzten Europameisterschaften gezeigt haben. Zudem ist bei Kurzurlaube generell ein höheres Ausgabeverhalten zu beobachten. Nach Berücksichtigung dieser Gründe werden die Tagesausgaben der ausländischen Besucher von 80 € auf 130 € und die der inländischen Besucher von 47 € auf 65 € angehoben. Die Anreiseverkehrsmittel der EM Touristen werden basierend auf den Erfahrungswerten von früheren Fußballgroßveranstaltungen und den Daten der GBÖ geschätzt – daraus ergibt sich die Annahme, dass bei der EURO 2008 vermehrt auf öffentliche Verkehrsmittel und private Busse zurückgegriffen wird.

Zu den offiziellen Gästen zählen die teilnehmenden Mannschaften, acht Mannschaften tragen ihre Vorrundenspiele in Österreich aus, Begleitpersonen, UEFA-Angestellte, das lokale Organisationskomitee, Schiedsrichter u. Ä. Die offiziellen Gäste bleiben meist während der gesamten Veranstaltungsdauer, nur die ausgeschiedenen Mannschaften haben einen kürzeren Aufenthalt. Zu berücksichtigen sind auch die etwa 6.000 erwarteten Medienvertreter, deren Aufenthaltsdauer aber geringer als die der offiziellen Personen geschätzt wird, da diese je nach Ereignis auch in die Schweiz reisen werden. Ihre Tagesausgaben werden sich aber von jenen der offiziellen Gäste nicht signifikant unterscheiden und sind mit ihnen gleichzusetzen.¹⁸⁴

In einer umfassenden Betrachtung sind die so genannten Fan-Feste nicht zu vernachlässigen. Besonders seit der WM 2006 in Deutschland wurden diese „Side-Events“ zu einem wichtigen Bestandteil der Veranstaltung. Den Kernpunkt stellt das Public Viewing, also das kollektive Anschauen der Spiele auf einer Großleinwand, dar. Der Erfolg dieser Veranstaltungen war in ihrer Größe nicht vorhersehbar, so dass noch während der Weltmeisterschaft die Kapazitäten erheblich aufgestockt wurden. Die Fan-Feste, ein Publikumsmagnet für Inländer und Ausländer, wurden zu einem empirisch nachweisbaren integralen Bestandteil des Sportereignisses. Die Besucher der Fan-Feste unterscheiden sich in ihrem Ausgabeverhalten signifikant von jenen der Stadionbesucher. Der durchschnittliche Tageskonsum der Stadionbesucher überschreitet denjenigen der Fan-Fest-Besucher um etwa das Doppelte. In Deutschland gaben die Stadionbesucher pro Tag im Mittel 160 € bei Tagesbesuchern und 290 € bei Übernachtungstouristen aus, während die Besucher der Fan-Feste im Mittel nur 89 € bei Tagesbesuchern und 169 € bei Übernachtungstouristen ausgaben.¹⁸⁵

7.4.1 Maximalvariante

In der Maximalvariante ergeben sich bei der geschätzten durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von drei Tagen und zwei Nächten der ausländischen Gäste 827.662 zusätzliche Nächtigungen. Inklusiv der offiziellen Gäste und der Medienvertreter entstehen in Österreich durch die EM-Besucher 929.210 zusätzliche Nächtigungen. Dabei wird durch die EM-Gäste eine touristische Nachfrage von etwa 210 Mio. € ausgelöst.¹⁸⁶

¹⁸⁴ Grozea-Helmenstein D. et al., 2002, S. 34 ff.

¹⁸⁵ Preuß H. et al., 2007, S 3 f.

¹⁸⁶ Grozea-Helmenstein D. et al., 2002, S. 37

Tabelle 13: Nächtigungen und Tourismusnachfrage in der Maximalvariante

	Nächtigungen	Tagesausgaben	Ausgaben gesamt
Offizielle Gäste	4.350	363 €	1.580.700 €
8 Mannschaften + Begleitung	7.200	291 €	2.093.000 €
Medienvertreter	90.000	363 €	32.703.500 €
Ausländische Gäste	827.660	131 €	162.424.200 €
Inländische Gäste		65 €	11.601.700 €
Gesamt	929.210		210.403.100 €

Quelle: Grozea-Helmenstein D. et al., 2002, S. 37

7.4.2 Minimalvariante

Bei der Minimalvariante ändert sich nur die Anzahl der ausländischen Gäste und damit die Anzahl der Nächtigungen – alle anderen Annahmen bleiben gleich. So entstehen durch die EM-Besucher 618.900 zusätzliche Nächtigungen, wobei eine touristische Nachfrage von etwa 150 Mio. € ausgelöst wird.¹⁸⁷

Tabelle 14: Nächtigungen und Tourismusnachfrage in der Minimalvariante

	Nächtigungen	Tagesausgaben	Ausgaben gesamt
Offizielle Gäste	4.350	363 €	1.580.700 €
8 Mannschaften + Begleitung	7.200	291 €	2.093.000 €
Medienvertreter	90.000	363 €	32.703.500 €
Ausländische Gäste	517.350	131 €	101.515.300 €
Inländische Gäste		65 €	11.279.400 €
Gesamt	618.900		149.171.900 €

Quelle: Grozea-Helmenstein D. et al., 2002, S. 37

¹⁸⁷ Grozea-Helmenstein D. et al., 2002, S. 37

7.4.3 Weitere Österrichtouristen

Die Austragung der EM in Österreich und der Schweiz begünstigt Aufenthalte im anderen Austragungsland – so werden EM-Touristen aus der Schweiz die Europameisterschaft mit einem Österreichbesuch verbinden. Die Ausgaben der etwa 100.000 zusätzlichen Gäste werden auf rund 73 € pro Person geschätzt. Die Tagesausgaben fallen niedriger aus, da angenommen wird, dass die fußballspezifischen Ausgaben in dem Land getätigt werden (hier der Schweiz), in dem sie auch die Spiele besuchen. Da auch hier von einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer mit drei Tagen und zwei Nächten ausgegangen wird, gehen von dieser Gästegruppe noch einmal touristische Ausgaben in der Höhe von 22 Mio. € aus.¹⁸⁸

Tabelle 15: Ausgaben der weiteren Österrichtouristen

	Anzahl	Tagesausgaben	Gesamtausgaben
Touristen	100.000	73 €	22 Mio. €

Quelle: Grozea-Helmenstein D. et al., 2002, S. 38

7.4.4 Touristische Verdrängungseffekte

Ein Großteil (55 %) der ausländischen Besucher, die im Rahmen der EM nach Österreich kommen, wird in Wien erwartet. Nicht nur, weil es die österreichische Hauptstadt ist, sondern vor allem, weil hier deutlich mehr EM-Spiele stattfinden als in den drei anderen österreichischen Austragungsorten. In Salzburg, Klagenfurt und Innsbruck werden je 15 % erwartet. Die Nächtigungsspitze dieser Städte liegt jeweils im August und wird als Obergrenze für die Nächtigungskapazität angenommen. In Wien ist die Nächtigungszahl im Juni durchschnittlich um 16 % geringer als im August, in den andern Städten beträgt der Unterschied zwischen diesen beiden Monaten sogar über 50 %. In Salzburg, Klagenfurt und Innsbruck wird trotz der zusätzlichen EM-Touristen die Kapazitätsobergrenze nicht erreicht werden – hier findet demnach keine Verdrängung der „normalen“ Sommertouristen durch die EM statt. Vielmehr findet hier eine gesteigerte Nachfrage, beispielsweise für die Salzburger Festspiele oder Styriarte statt. Anders die Situation in Wien, die EM-Touristen können hier nicht alle ohne Verdrängung der „normalen“ Touristen untergebracht werden. Die fehlenden Nächtigungskapazitäten können teilweise von nahen, verkehrstechnisch gut angebundenen Orten in Niederösterreich oder dem Burgenland ausgeglichen werden.

¹⁸⁸ Grozea-Helmenstein D. et al., 2002, S. 38

Insgesamt ist kein touristischer Verdrängungswettbewerb zu erwarten, wenn mit einer intensiven Tourismuswerbung in den Herkunftsländern der Österreicher die traditionellen Urlaubsgäste vermittelt werden kann, dass sie keinerlei Beeinträchtigung ihrer Urlaubsqualität durch die EM befürchten müssen. Ist dies möglich, findet keine Verdrängung, sondern vielmehr eine zeitliche Ausdehnung der Sommersaison von Juni bis August statt.¹⁸⁹

Einheimische könnten auch durch diesen Verdrängungseffekt betroffen sein. So ist es möglich, dass sie ihren Wohnort gerade wegen dem bevorstehenden Großereignis verlassen.¹⁹⁰

7.4.5 Gesamte touristische Auswirkung

Die gesamttouristische Nachfrage wird durch den Wirtschaftssektor „Beherbergungs- und Gaststättenwesen“ repräsentiert. Zur Berechnung der touristischen Wertschöpfung wird auf die Produktionsseite im Tourismussegment zurückgegriffen. Das IHS hat eine Input-Output-Tabelle erstellt, die eine Verknüpfung der gesamtwirtschaftlichen Produktion darstellt. Die zusätzliche touristische Nachfrage, die durch die EURO 2008 entsteht, führt auch in anderen Wirtschaftsbereichen zu zusätzlicher Produktion. Die Nachfragesteigerung löst so einen Multiplikatoreffekt aus. Die Basis für die Input-Output Analyse sind die berechneten Ausgaben der in- und ausländischen Gäste in der Maximal- sowie der Minimalvariante. Die ausländischen Gäste unterscheiden sich hier vor allem in der Nachfrage nach Beherbergung, Nahrungs- und Genussmittel sowie nach Eisenbahn- und Seilbahnverkehr. Die dadurch berechneten Ausgaben kommen zum einen Teil der Produktion im Inland zugute, zum anderen fließen sie aber durch Direktimporte ins Ausland. Dies gilt auch für die Vorleistungen der Produkte. Im Tourismus ist die Importquote generell niedriger als beispielsweise im privaten Konsum, da es sich um einen Dienstleistungssektor handelt und hier Importe nur bis zu einem gewissen Grad möglich sind.

¹⁸⁹ Grozea-Helmenstein D. et al., 2002, S. 38 f.

¹⁹⁰ Siegfried J./Zimbalist A., 2006, S. 424

Tabelle 16: Touristische Wertschöpfung der EURO 2008

	Ausgaben	Wertschöpfung
Maximalvariante		
Ausländische Gäste	198.800.000 €	143.500.000 €
Inländische Gäste	11.600.000 €	8.500.000 €
Gesamt	210.400.000 €	152.000.000 €
Minimalvariante		
Ausländische Gäste	137.900.000 €	99.600.000 €
Inländische Gäste	11.300.000 €	8.300.000 €
Gesamt	149.200.000 €	107.900.000 €

Quelle: Grozea-Helmenstein D. et al., 2002, S. 42

Die EURO 2008 wird eine touristische Wertschöpfung zwischen 108 und 152 Mio. € haben. Bei beiden Varianten verursachen die ausländischen Touristen den größten Teil dieser Wertschöpfung. Die touristischen Zusatzausgaben variieren zwischen 149 und 210 Mio. €, daraus ergeben sich für den Staat Mehrwertsteuereinnahmen von 19 bis 27 Mio. €. ¹⁹¹

Tabelle 17: Mehrwertsteueraufkommen der zusätzlichen touristischen Nachfrage

	Ausländische Gäste	Inländische Gäste	Gesamt
Maximalvariante	25.843.988	1.391.765	27.235.753
Minimalvariante	17.925.886	1.352.948	19.278.834

Quelle: Grozea-Helmenstein D. et al., 2002, S. 42

7.5 Medien- und Werbemarkt

Medien lassen sich in die Kategorien Printmedien und elektronische Medien und in regionale, nationale und internationale Medien unterteilen. Die Werbebranche wählt für ihre Kampagnen das jeweilig passende Medium aus, hier spielt vor allem die Geschwindigkeit der Übermittlung eine wichtige Rolle. ¹⁹²

¹⁹¹ Grozea-Helmenstein D. et al., 2002, S. 40 ff.

¹⁹² Grozea-Helmenstein D. et al., 2002, S. 45

Bei der Fußball-Europameisterschaft wird die nationale und internationale Aufmerksamkeit 30 Tage lang auf Österreich und die Schweiz fokussiert sein, das kann deutliche ökonomische Effekte auslösen. Eine erfolgreiche Werbung kann die Vermarktung der Europameisterschaft fördern und positive Auswirkungen auf die Gesellschaft und die Wirtschaft über die Imagegestaltung nach sich ziehen.

Das Interesse der Österreicher wird durch die Teilnahme der österreichischen Nationalmannschaft und durch die verstärkte Werbung der österreichischen Wirtschaft gesteigert. Das Fernsehen als wichtigstes Medium bei Fußballübertragungen wird zusätzliche Werbeeinnahmen von 4,36 Mio. € bis 5,09 Mio. € ausweisen können. Die Kosten der TV Übertragungsrechte von ca. 8 Mio. € sollten über die klassische Werbung und verschiedene Formen von Sponsoring wieder eingespielt werden.

Insgesamt rechnet die Werbebranche (Print- und elektronische Medien) mit Einnahmen in der Höhe von 15,9 Mio. € bis 18,5 Mio. €. Im Sportsponsoring werden noch Einnahmen von 27,3 Mio. € bis 54,5 Mio. € erwartet. Diese Einnahmen ergeben zusammen ein Steuereinkommen von 13,3 Mio. € bis zu 22,2 Mio. €. ¹⁹³

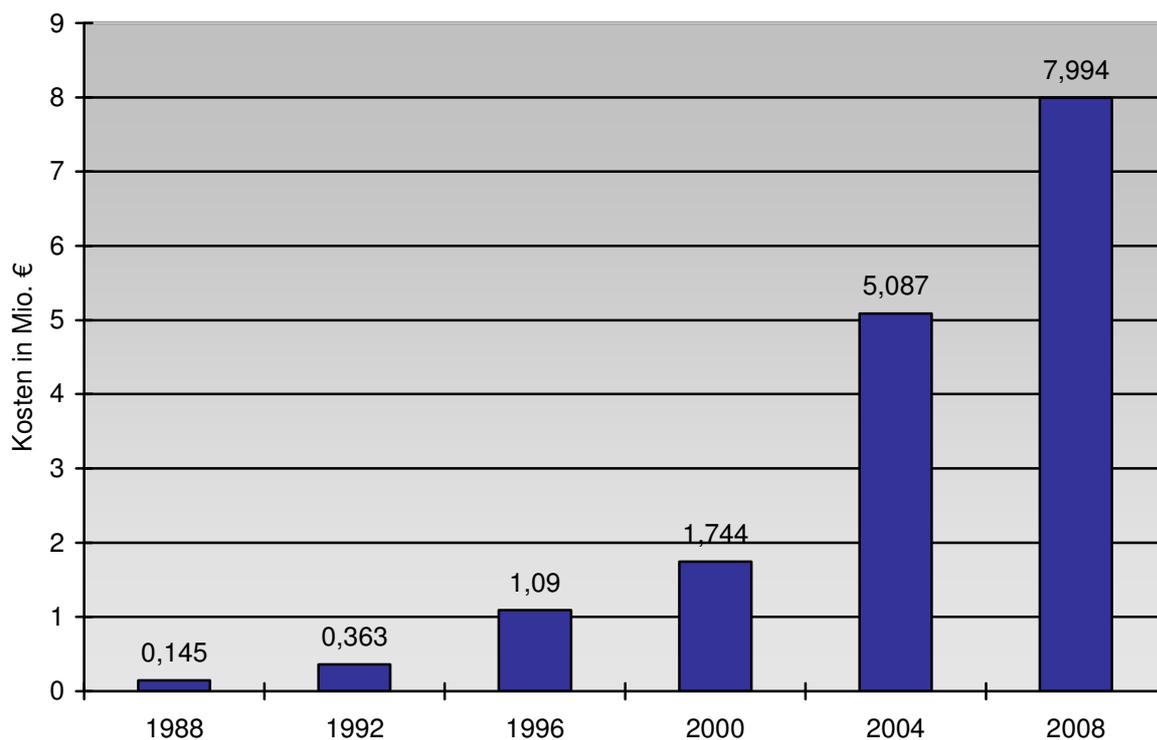


Abbildung 30: Entwicklung der TV-Lizenzkosten für Österreich von 1988-2008 (Grozea-Helmenstein D. et al., 2002, S. 57)

¹⁹³ Grozea-Helmenstein D. et al., 2002, S. 59

7.6 Telekommunikationssektor

Der Telekommunikationssektor profitiert von der Berichterstattung der Journalisten an ihre Medien in aller Welt. Für die Berichterstattung wird eine entsprechende IT-Infrastruktur mit Datenanschlüssen und Endgeräten benötigt. Kosten entstehen für die Einrichtung und Nutzung der Telekommunikationseinrichtungen.

Tabelle 18: Zahl der Medienvertreter bei der EURO 2000

1.700	Journalisten
4.500	Radio- und Fernsehberichterstatter
630	Fotografen

Quelle: Grozea-Helmenstein D. et al., 2002, S. 69

Im UEFA Pflichtenheft sind die Mindestanforderungen für die Telekommunikationsinfrastruktur angeführt. Daraus geht hervor, dass der Veranstalter nur für die räumliche Infrastruktur verantwortlich ist, nicht für die Hardware. Die Anschaffungskosten dafür sind sehr gering.¹⁹⁴

7.7 Sportwetten

Gerade bei Sportgroßveranstaltungen, im Speziellen bei Fußballgroßveranstaltungen, ist der Sportwettenmarkt in den letzten Jahren stark gewachsen. Die Erfahrung vergangener Jahre zeigt, dass die EM auf die Nachfrage nach Toto/Torwetten keine direkten Auswirkungen haben wird, jedoch der Markt der Buchmacherwetten profitiert stark. In diesem Wettsystem ist eine direkte Verbindung zwischen Wette und Spiel gegeben. In der IHS Studie von Grozea-Helmenstein et al. (2002) sind zwei Szenarien durchgerechnet, um die gesamtwirtschaftlichen Auswirkungen abzuschätzen. Es wird erwartet, dass die Wettumsätze während der EM im Austragungsmonat 100-200 % über dem Normalwert liegen. 200 % Steigerung (23,25 Mio. € bis 24,71 Mio. € zusätzlicher Wettumsatz) sind nur mit einer starken Popularität zu erreichen, hier müsste die EM zum beherrschenden Thema werden. Bei einer geringen Popularität werden immer noch 100 % Steigerung erwartet, das entspricht 11,63 Mio. € bis 12,35 Mio. € zusätzlichem Wettumsatz.

¹⁹⁴ Grozea-Helmenstein D. et al., 2002, S. 73 f.

Indirekt ergeben sich aus der Erhöhung des Wettaufkommens Steuereffekte, Nachfrageeffekte und Umverteilungseffekte von den Wettverlierern zu den Wettgewinnern.

Tabelle 19: 100 % Zunahme der Wetteinsätze

	Ergebnis in Mio. €
Erwarteter zusätzlicher Gewinn	11,6 – 12,4
Erwarteter zusätzlicher Wettrohertrag	1,6 – 1,7
Erwartete zusätzliche Wettgewinne	10,0 – 10,6
Erwartete zusätzliche Gewinnsteueregebühr	0,1 – 0,6
Erwartete zusätzliche Wettgebühr	0,17 – 0,19
Erwarteter zusätzlicher Nettoertrag der Buchmacher	1,4 – 1,6
Summe der zusätzlichen Steuereinnahmen	0,3 – 0,8

Quelle: Grozea-Helmenstein D. et al., 2002, S. 66

Tabelle 20: 200 % Zunahme der Wetteinsätze

	Ergebnis in Mio. €
Erwarteter zusätzlicher Gewinn	23,3 – 24,7
Erwarteter zusätzlicher Wettrohertrag	3,1 – 3,5
Erwartete zusätzliche Wettgewinne	20,1 – 21,2
Erwartete zusätzliche Gewinnsteueregebühr	0,3 – 1,2
Erwartete zusätzliche Wettgebühr	0,4
Erwarteter zusätzlicher Nettoertrag der Buchmacher	2,8 – 3,1
Summe der zusätzlichen Steuereinnahmen	0,6 – 1,5

Quelle: Grozea-Helmenstein D. et al., 2002, S. 66

Da für die EM die Öffnungszeiten der Wettbüros nicht angepasst werden müssen, wird mit keinen Kapazitätserweiterungen der Wettanbieter gerechnet. Beschäftigungseffekte sind nicht zu erwarten.¹⁹⁵

¹⁹⁵ Grozea-Helmenstein D. et al., 2002, S. 63 ff.

7.8 Gesamtwirtschaftliche Effekte

Die EURO 2008 in Österreich bietet ein Sportgroßereignis mit wichtigen wirtschaftlichen Impulsen. Die wirtschaftlich größten Auswirkungen werden durch die Infrastrukturinvestitionen in den vier Austragungsorten und dem Tourismus erwartet. Österreich kann sich neben der Positionierung als Kultur- und Erholungsland nun auch als Eventdestination etablieren. Die Einnahmenseffekte gemeinsam mit den Beschäftigungs- und Wertschöpfungseffekten verdeutlichen das wirtschaftliche Potential.¹⁹⁶

Die Wertschöpfungseffekte werden durch die Impulse in der Bauwirtschaft – hier wird mit Investitionen in der Höhe von 162 Mio. € gerechnet – und durch die erhöhte touristische Nachfrage im Rahmen der EM, die zusätzliche Ausgaben von rund 149 bis 210 Mio. € versprechen, profitieren.

Tabelle 21: Wertschöpfungseffekte durch die EURO 2008 (2000-2008)

	Ausgaben	Wertschöpfung
Bauinvestitionen	161,7 Mio. €	87,4 Mio. €
Tourismuskonsum (max.)	210,4 Mio. €	152 Mio. €
Tourismuskonsum (min.)	149,2 Mio. €	107,9 Mio. €
Gesamt (max.)	372,1 Mio. €	239,4 Mio. €
Gesamt (min.)	310,9 Mio. €	195,3 Mio. €

Quelle: Grozea-Helmenstein D. et al., 2002, S. 80

In Österreich entstehen durch die EURO 2008 zusätzliche Ausgaben von 311 bis 372 Mio. €, woraus sich Wertschöpfungseffekte von 195 bis 239 Mio. € ergeben.

Auch die Beschäftigungseffekte treffen primär die beiden Branchen Bauwirtschaft und Tourismus. So entstehen in der Baubranche zum Ausbau der Sportinfrastruktur in den Jahren 2003-2005 etwa 2.260 neue Arbeitsplätze, dies entspricht 750 zusätzlichen Arbeitsplätzen pro Jahr. Im Tourismus entsteht ein kurzfristiger Arbeitskräftebedarf von 3.048 bis 4.339 Beschäftigten. Der gesamte Beschäftigungsbedarf beläuft sich auf 5.310 bis 6.601 neue Arbeitsplätze – also 885 bis 1.100 zusätzliche Arbeitsplätze pro Jahr.

¹⁹⁶ Grozea-Helmenstein D. et al., 2002, S. 44

Tabelle 22: Beschäftigungseffekte durch die EURO 2008

	2003	2004	2005	2008	Gesamt
Bauwirtschaft					
Primärer Beschäftigungseffekt	585	572	562		1.719
Sekundärer Beschäftigungseffekt	185	181	177		543
Beschäftigungseffekt Bauwirtschaft	770	753	739		2.262
Tourismuswirtschaft					
Maximaler Beschäftigungseffekt				4.339	
Minimaler Beschäftigungseffekt				3.048	
Beschäftigung Tourismus					3.048-4.339
Gesamtbeschäftigungseffekt					5.310-6.601

Quelle: Grozea-Helmenstein D. et al., 2002, S. 80

Durch den verstärkten Tourismus während der EM wird mit einer Erhöhung der Reiseverkehrseinnahmen um 1,5 % bis 2,1 % (bezogen auf 2000) gerechnet.¹⁹⁷

7.9 Immaterielle Effekte

Neben den ökonomischen Effekten sind noch viele weitere, nicht pekuniäre Effekte zu erwarten.

Vor allem die Image- und Wahrnehmungssteigerung für die austragenden Regionen kann langfristig positiv auf den Tourismus wirken. Die gesteigerte internationale Aufmerksamkeit weckt das Interesse, Österreich oder die Schweiz auch abseits der EM zu besuchen. Für die EURO sind koordinierte Marketingmaßnahmen der nationalen, regionalen und lokalen Tourismusorganisatoren maßgeblich, um ein einheitliches Erscheinungsbild bei den Touristen hervorzurufen.

¹⁹⁷ Grozea-Helmenstein D. et al., 2002, S. 79 ff.

Für die Bevölkerung selber können positive Effekte im Gesundheitswesen durch eine gesteigerte Motivation und Entwicklung des Fußball- und Sportverhaltens resultieren. Durch die getätigten Infrastrukturmaßnahmen in den öffentlichen Verkehr und die damit verbundene verringerte Lärm- und Schadstoffbelastung steigt das allgemeine Wohlbefinden. Eine positive Einstellung zur Heimatstadt steigert weiter die Identifikation der Bewohner mit ihrer Stadt.

Die intensive Zusammenarbeit unterschiedlichster Gruppen und Wirtschaftszweige während und vor der Veranstaltung führt zu neuen Netzwerken, die auch später gewinnbringend genutzt werden können.¹⁹⁸ Eine Großveranstaltung wie die EM ist nur durchführbar mit der Hilfe von tausenden freiwilligen ehrenamtlichen Mitarbeitern. Von dieser Arbeit profitiert nicht nur die Veranstaltung, sondern auch die freiwilligen Helfer können wertvolle Erfahrungen sammeln. Das Zusammengehörigkeitsgefühl kann durch das gemeinsame Arbeiten gestärkt und das soziale Gefüge ausgebaut werden.

Die Qualität des Sports kann durch eine Großveranstaltung wie der EURO 2008 gefördert werden. So können die österreichischen Entscheidungsträger von international erfolgreichen Managern und Trainern dazulernen und motiviert werden, selber Fortbildungen zu besuchen, um ihr Wissen auf den neusten Stand zu bringen.¹⁹⁹

Der Nachwuchsfußball erfuhr durch die Ausrichtung der EURO 2008 einen zusätzlichen Impuls. Das Projekt „Challenge 2008“ soll die Voraussetzung für regelmäßige sportliche erfolge im Fußballsport schaffen. Der Nachwuchs wird durch eine sorgfältig geplante Gesamtstrategie, die alle wesentlichen sportlichen Belange umfasst (Fußballtaktik, körperliche Fitness, mentale, aber auch medizinische Betreuung), gefördert. Die Kooperation geschieht sowohl auf horizontaler Ebene als auch vertikal, in Anbindung mit dem Breitensport.²⁰⁰

Die Entwicklung der gemeldeten Spieler in Österreich verzeichnet einen kontinuierlichen Aufwärtstrend, der besonders durch sportliche Highlights verstärkt wird. So rechnet Österreich durch die Austragung der EURO 2008 mit einem neuerlichen Impuls für den Fußballsport. Die Erfahrungswerte zeigen, dass Ereignisse wie die WM Qualifikation 1990 oder der Europacuperfolg von Austria Salzburg 1994 Mitgliederzuwächse im zweistelligen Prozentbereich brachten.²⁰¹

¹⁹⁸ Rütter H. et al., 2004, S. 6

¹⁹⁹ Helmenstein C., 2005, S. 99 ff.

²⁰⁰ Felderer B. et al., 2005, S. 73 f.

²⁰¹ Felderer B. et al., 2005, S. 90

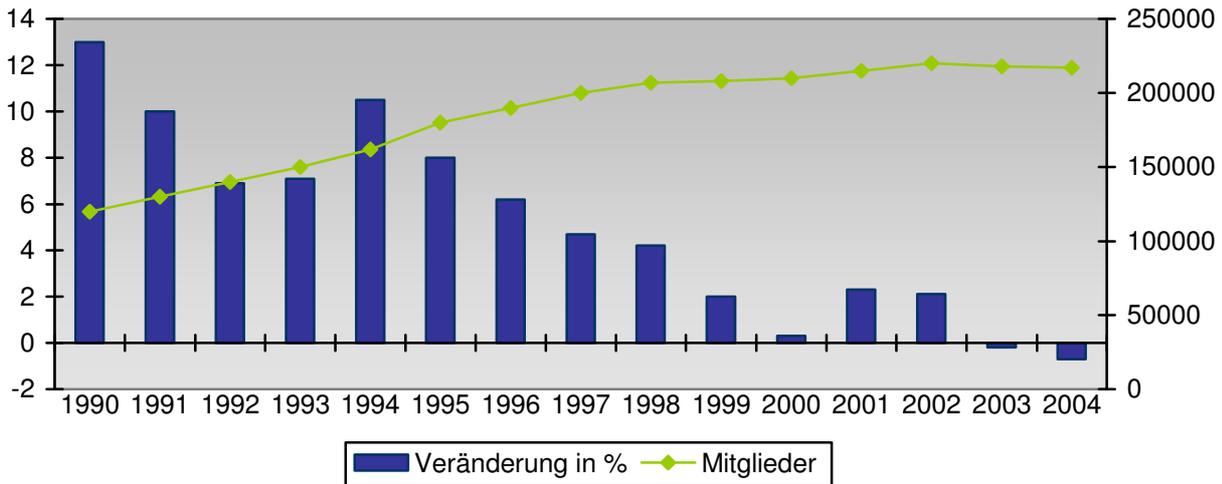


Abbildung 31: Entwicklung der Mitgliederzahlen von Nachwuchsspielern in Österreich (Felderer B. et al., 2005, S. 91)

7.10 Ermittlung und Zuordnung der Kosten und Nutzen der EURO 2008

Eine übersichtliche Darstellung der durch die EM verursachten Kosten und Nutzen sowie deren Zuordnung in die unterschiedlichen Kategorien erleichtert die Erfassung der möglichen Wirkungen.²⁰²

Tabelle 23: Tangible direkte Kosten

TANGIBLE DIREKTE KOSTEN UND NUTZEN	
Kosten	Nutzen
Investitionsbezogene Effekte	
Investitionsausgaben für Infrastruktur	Werbe- und andere Einnahmen aus dem Stadionbetrieb
- Sportinfrastruktur (insb. Stadien)	Nutzenrückflüsse aus der Sportinfrastruktur
- Verkehrsinfrastruktur (öffentl. Verkehr)	Einkommenswirkung aus Beschäftigung
Dienstleistungseinrichtungen	
Verdrängte oder eingeschränkte Nutzung der Infrastruktur während der Baumaßnahmen	
Betriebskosten	

²⁰² Rahmann B. et al., 1998, S. 106

Kapitalkosten	
Organisationseffekte	
Organisationskomitee	
Verwaltung/Betreuung	TV-Rechte (anteilig)
Personal	Ticketverkauf (anteilig)
PR/ Werbung	Sponsoren/Lieferanten/Lizenzen
Unterkunft/(Stadion-)Mieten	
Sicherheit	
Staat	
Polizei und Sicherheitskräfte	Direkte Steuereinnahmen
Verwaltungsaufwand	Beschäftigungswirkung

Quelle: Rahmann B. et a., 1998, S. 107

Die unmittelbar von der EM ausgelösten Kosten sind vor allem die zur Bereitstellung der notwendigen Infrastruktur sowie für den Organisationsbetrieb während der Veranstaltung.

Tabelle 24: Tangible indirekte Kosten

TANGIBLE INDIREKTE KOSTEN UND NUTZEN	
Kosten	Nutzen
Verdrängungseffekte	Tourismusausgaben
- verdrängter Tourismus	Dienstleistungsausgaben (Restauration, Transport)
- verdrängte Konsumausgaben	Umsatzsteigerung im Medienbereich
Preissteigerung (insb. Im Dienstleistungs-, Immobilien- und Baubereich)	Induziertes (Netto-)Einkommen aus Multiplikatorwirkung
	Einkommenswirkung aus Beschäftigung

Quelle: Rahmann B. et al., 1998, S. 108

Die meisten indirekten Kosten/Nutzen sind nur schwer exakt quantifizierbar.

Tabelle 25: Intangible Kosten und Nutzen

INTANGIBLE KOSTEN UND NUTZEN	
Kosten	Nutzen
Ökologische und akustische Beeinträchtigung aus Baumaßnahmen	Erlebnis- und Freizeitnutzen
Emissionsbelastung aus zusätzlichen Transportwegen	(regionaler/nationaler) Werbe-/Imageeffekt
Überfüllungskosten (Lärm, Gedränge,...)	„politischer Sendungsgewinn“/Förderung nationaler Identifikation
Belästigung durch „Rowdies“	Sozialisations- und Integrationsgewinne
(individuelle) Trauer, Enttäuschung	Völkerverständigung/Abbau von Konflikten
Soziale Kosten (i.S.v. Polarisation innerhalb gesellschaftlicher Einheiten)	(individuelle) Stolz- und Glücksgefühle
Risikovermeidungskosten	„industrielles Selbstbewusstsein“
	Strukturwandel (Förderung Dienstleistungssektor)
	Wachstums-/Impulswirkung
	Technologieförderung und -darstellung
	Attraktion ausländischer Unternehmen
	Exportförderung
	Aufbau und Erweiterung des Tourismuspotentials

Quelle: Rahmann B. et al., 1998, S. 109

Insbesondere auf der Nutzenseite wird unterstellt, dass durch eine effiziente Organisation der Veranstaltung die angeführten Gefahren weitestgehend vermieden werden.

7.11 Nachhaltigkeitspotentiale

Da es sich bei der EURO 2008 um ein singuläres Ereignis handelt, sind die Kosten/Nutzen, die ausschließlich während bzw. kurz vor oder nach der Präsenzphase anfallen, weniger problematisch einzustufen. Für das Gesamtergebnis sind aber die langfristigen Effekte, die durch die EM induziert werden, bedeutend. Der Bau und die Renovierung der Stadien und der Verkehrsinfrastruktur haben erfahrungsgemäß den langfristigen Effekt. Die Höhe der Investitionsausgaben und die Intensität der Nachnutzung (voraussichtliche Auslastung der neuen bzw. renovierten Infrastruktur in der Post-Event-Phase) entscheiden über die Höhe des Nettonutzens. Aber gerade die Intensität der Nachnutzung ist nur schwer zu prognostizieren, da zukünftige Faktoren wie die lokale Bevölkerungsdichte, die allgemeine lokale Kaufkraft oder auch das konkurrierende Angebot an Einrichtungen im Freizeitsektor schwer abzuschätzen sind.²⁰³

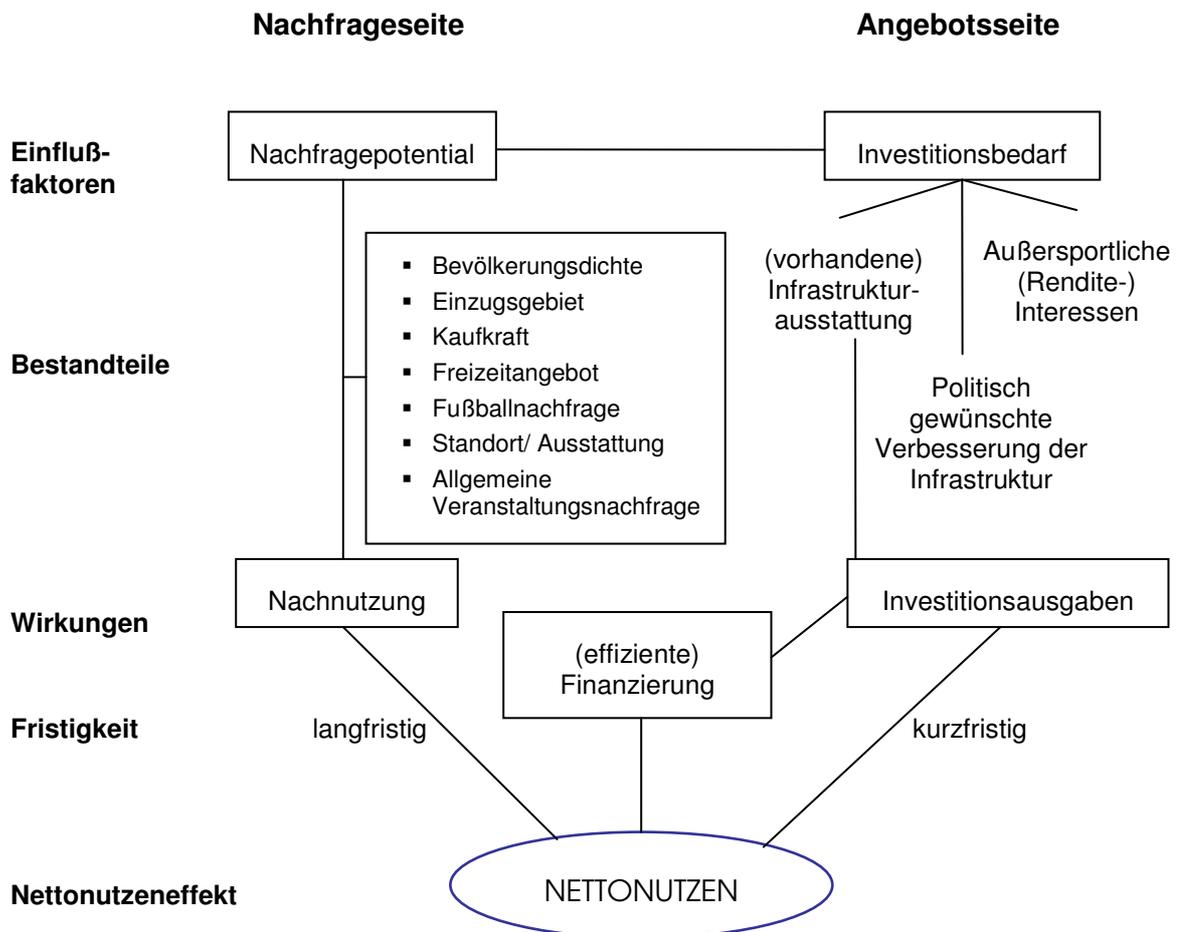


Abbildung 32: Haupteinflussfaktoren der Fußball-EM (Rahmann B. et al., 1998, S. 119)

²⁰³ Rahmann B. et al., 1998, S. 113 ff.

8 Berechnungen zur EURO 2008 in der Schweiz

In der Schweiz werden bei der EM im Juni 2008 15 Spiele stattfinden, davon sechs Spiele in Basel (drei Gruppenspiele mit der Schweizer Nationalmannschaft, zwei Viertelfinalspele und ein Halbfinale) und je drei Gruppenspiele in Bern, Genf und Zürich.

8.1 Infrastruktur

Die Investitionen in die Infrastruktur sind vor allem Investitionen in den Aus-/ Um- und Neubau der Fußballstadien. Die Gesamtkapazität der vier EM-Stadien in der Schweiz wird nach den Ausbauten 142.740 Sitzplätze umfassen. Die Kosten für die Bautätigkeiten inklusive der multifunktionalen Nutzungsmöglichkeiten betragen 1.258 Mio. CHF (758 Mio. €) – davon 444 Mio. CHF (267 Mio. €) allein für den Stadionausbau.²⁰⁴

Tabelle 26: Kapazitäten und Kosten der Schweizer Stadien

	Kapazität		Kosten (Mio. CHF)	
	brutto	netto	total	davon Stadion
St. Jakob-Stadion Basel	42.500	40.000	253	120,1
Wankendorfstadion Bern	32.000	31.000	350	110,8
Stade de Genève	31.228	30.502	280	95,0
Stadion Zürich	37.012	30.016	375	117,8
Total	142.740	131.518	1.258	443,7

Quelle: Rütter H. et al., 2004, S. 30

Die Bautätigkeiten der vier EM-Stadien bringen der Schweiz zusätzliche Umsätze (inklusive der indirekten Wirkungen) von 90 bis 100 Mio. CHF (54 bis 60 Mio. €) und schaffen in der Baubranche 450 bis 500 Arbeitsplätze.²⁰⁵

8.2 Tourismus

Die wirtschaftlichen Auswirkungen des Tourismus werden vor allem während der Veranstaltung anfallen, doch auch mittelfristig ist mit Effekten (Image, Bekanntheitsgrad) zu rechnen.²⁰⁶

²⁰⁴ Rütter H. et al., 2004, S. 29 f.

²⁰⁵ Rütter H. et al., 2007, S. 20

Die Besucher der EURO 2008 lassen sich in unterschiedliche Gruppen einteilen. Die offiziellen Gäste - zu denen die teilnehmenden Mannschaften mit deren Betreuern, die UEFA-Verantwortlichen und die Medienvertreter zählen – verbringen die längste Zeit, nämlich die gesamte Turnierdauer, in der Schweiz. Acht Mannschaften werden in der Schweiz wohnen, pro Team wird mit 50 Personen gerechnet, das ergibt eine Gesamtzahl von 400 Personen. Erfahrungsgemäß wird in Fünf-Sterne-Hotels übernachtet, die Ausgaben liegen also mit 340 CHF (205 €)/Person und Tag relativ hoch. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer wird mit 20,8 Tagen angenommen, da die Mannschaften schon vor Turnierbeginn anreisen und je nach Spielerfolg bleiben. 800 Repräsentanten der UEFA werden während der EURO in der Schweiz wohnen, auch sie werden vorwiegend in Fünf-Sterne-Hotels untergebracht werden. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer wird mit 15 Tagen angenommen, mit täglichen Ausgaben von 410 CHF (247 €). Da das Hauptpressezentrum in Wien liegt, werden in der Schweiz weniger Medienvertreter als in Österreich zu finden sein. Die 3.300 Medienvertreter bleiben im Schnitt 25 Tage in Drei- bis Vier-Sterne-Hotels und geben durchschnittlich 290 CHF (175 €) pro Tag und Person aus.

Bei den übrigen ausländischen Besuchern wird mit einer Aufenthaltsdauer von etwa drei Tagen, also zwei Nächten gerechnet. Die Besucher aus der Schweiz (etwa 14 %) werden nicht als Touristen gewertet, auch deren Ausgaben werden weitaus niedriger geschätzt als die der ausländischen Besucher. Die größte Gruppe ist die der ausländischen Zuschauer – unsicher ist noch die Anzahl der Besucher sowohl im als auch außerhalb des Stadions. Die größte Unsicherheit besteht durch die Public-Viewing-Besucher. Unter Public Viewing wird das kollektive Verfolgen der Spiele auf öffentlichen Plätzen über Großbildschirme verstanden. Um hier eine Annäherung zu erreichen wird mit einem Minimal- und Maximalszenario gerechnet.

In der Maximalversion wird mit einer Stadionauslastung von 96 % für alle 15 Spiele und einem Aufenthalt von 3,1 Tagen gerechnet. In der Minimalversion wird mit einer Auslastung von 86 % und einem Aufenthalt von 2,7 Tagen gerechnet. Dies ergibt maximal 471.000 und minimal 415.000 Zuschauer. Bei den Besuchern der Spiele sind die VIP und Sponsorgäste diejenigen, die mit 410 CHF (256 €) pro Tag und Person am meisten ausgeben.²⁰⁷

²⁰⁶ Rütter H. et al., 2007, S. 26

²⁰⁷ Rütter H. et al., 2004, S. 36 ff.

Tabelle 27: Besucherausgaben Schweiz

Schweiz	Min. Szenario		Max. Szenario	
	Mio.CHF	%	Mio.CHF	%
Ausgaben nach Besuchertyp				
Matchbesucher 1)	169	66	179	44
Public Viewing 2)	86	34	227	56
Total	255	100	406	100
Ausgaben nach Touristenkategorien				
Einheimische	42	16	101	25
Tagesgäste 3)	38	15	72	18
Übernachtungsgäste	175	69	233	57
Total	255	100	406	100
Inländer	74	29	161	40
Ausländer	181	71	245	60
1) Während des gesamten Aufenthalt in Host City inkl. Athleten, Offizielle, Medien, Sponsoren VIPs				
2) Ohne Anteil Matchbesucher				
3) Inklusiver Tagesgäste mit Übernachtung außerhalb der Host City				

Quelle: Rütter H. et al., 2007, S. 30

Die Besucher geben rund 250 bis 400 Mio. CHF (150 bis 240 Mio. €) aus. Der hohe Anteil der ausländischen Gäste von 60 bis 71 % an den Gesamtausgaben verdeutlicht noch einmal den hohen wirtschaftlichen Stellenwert der EURO 2008 für den Schweizer Tourismus. Der direkte Anteil an der Beschäftigungswirkung liegt bei prognostizierten 1.470 bis 2.400 vollzeitäquivalenten Stellen.

Indirekte Effekte von den Tourismusaussgaben resultieren vor allem aus den zusätzlichen Konsumausgaben. Diese werden etwa 223 bis 354 Mio. CHF (134 bis 213 Mio. €) ausmachen und 960 bis 1.525 zusätzliche Arbeitsplätze schaffen.²⁰⁸

²⁰⁸ Rütter H. et al. , 2007, S. 33

8.3 Medien-, Werbe- und Telekommunikationsmarkt

Bei den Werbe- und Medienaktivitäten handelt es sich bei einem großen Teil der Ausgaben um Verlagerungen der Budgets (nicht volkswirtschaftlich relevant), daher kommt es zu einem großen Unterschied zwischen der Brutto- und Nettowirkung, der zu beachten ist. So wird hier mit Bruttoumsätzen von 250 bis 350 Mio. CHF (150 bis 210 Mio. €) gerechnet, wovon nur ca. ein Viertel effektive zusätzliche Ausgaben sind, der Rest sind Budgetverlagerungen.

Tabelle 28: Wirtschaftliche Effekte Medien/Werbung/Telekommunikation

Schweiz	In der CH ausgelöste Umsätze		durch Umsätze in der Schweiz ausgelöst							
			BWS		Beschäftigung		Lohneinkommen		Einkommenssteuer	
	(dir. + ind.)		Mio. CHF		Mio. CHF		Mio. CHF		Mio. CHF	
	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max
Bereiche										
Medien, Werbung, Telekomm.	558	818	329	482	2.343	3.437	174	255	27	40
Übrige Akteure	67	88	41	54	305	400	22	29	3	4
Total brutto	625	906	370	536	2.649	3.837	195	283	30	44
Total netto	180	262	107	155	765	1.109	56	82	9	13

Quelle: Rütter H. et al., 2007, S. 35

Zu den übrigen Akteuren zählen die SBB (Schweizer Bundesbahn), der Schweizer Fußballverband (SFV), Präsenz Schweiz, Sportfive (Verkauf von Fernsehrechten der UEFA), die Budgets anderer Städte und Kantone sowie die Ausgaben für die UBS-Arenas.

Insgesamt generiert dieser Bereich direkte und indirekte Umsätze von brutto 625 bis 900 Mio. CHF (380 bis 545 Mio. €), dies entspricht 180 bis 260 Mio. CHF (110 bis 160 Mio. €) netto. Die Nettowertschöpfung ergibt 110 bis 150 Mio. CHF (67 bis 90 Mio. €) und 760 bis 1.100 zusätzliche Arbeitsplätze.²⁰⁹

²⁰⁹ Rütter H. et al., 2007, S. 35

8.4 Gesamtwirtschaftliche Auswirkung

Die wirtschaftlichen Auswirkungen ergeben sich, wie auch schon im vorherigen Kapitel für Österreich besprochen, hauptsächlich aus den Bereichen Bauwirtschaft und Tourismus. Ein wirtschaftlicher Effekt, jedoch bedeutend geringer, wird auch in der Telekommunikationsbranche, im Media- und Werbemarkt, erwartet. Ähnlich wie in Österreich das Institut für höhere Studien mit einer Wirtschaftlichkeitsstudie beauftragt wurde, wurde auch in der Schweiz eine Arbeitsgemeinschaft zur Abschätzung der wirtschaftlichen Wirkung der EURO 2008 eingesetzt. Die Arbeitsgemeinschaft unter der Leitung von Dr. Heinz Rütter setzt sich aus der sozioökonomischen Beratung „Rütter + Partner“, dem Institut für Tourismuswirtschaft (ITW) in Luzern und dem Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF) der Universität Bern zusammen.

Um die volkswirtschaftlichen Effekte der EURO 2008 zu erfassen, wird aufgrund der noch nicht abschätzbaren Unsicherheiten mit einem Minimum- und Maximumszenario gerechnet. Die berechneten Wirkungen beziehen sich auf die Periode von der Kandidatur bis zum Ende der Spiele.²¹⁰

In der Schweiz werden Nettoumsätze zwischen 1,1 und 1,5 Mrd. CHF (0,67 bis 0,91 Mrd. €) erwartet, was einer Bruttowertschöpfung von 640 bis 860 Mio. CHF (387 bis 520 Mio. €) auslöst. Dies entspricht einem Beitrag zum BIP von etwa 0,14 - 0,18 %, was immer noch zu gering ist, um eine effektive Wirkung auf die Schweizer Volkswirtschaft auszuweisen. Die Beschäftigungswirkung entwickelt sich im Vergleich dazu unterproportional, da gerade im Gastgewerbe die zusätzliche Nachfrage mit gleichem Personalstand in Form von Überstunden abgewickelt wird. Das zusätzliche Beschäftigungsvolumen beträgt zwischen 5.290 und 7.350 Arbeitsplätzen.²¹¹

²¹⁰ Rütter H. et al., 2007, S. 5 ff.

²¹¹ Rütter H. et al., 2007, S. 13

Tabelle 29: Gesamtwirkung auf die Schweizer Volkswirtschaft

Schweiz	In der Schweiz ausgelöste Umsätze (dir. + ind.)		Durch Umsätze in der Schweiz ausgelöst							
			BWS		Beschäftigung		Lohneinkommen		Einkommenssteuer	
	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max
Stadien	89	99	48	53	440	490	29	33	4	5
EURO 2008 SA/ UEFA	234	259	163	180	1100	1210	107	118	12	13
Bund, Host Cities	128	152	81	96	610	720	46	54	6	7
Besucher	467	737	238	375	2380	3820	129	208	12	19
Übrige Bereiche	180	262	107	155	760	1110	56	82	9	13
Total Netto	1099	1509	637	859	5290	7350	368	495	43	57

Quelle: Rütter H. et al., 2007, S. 13

Bei der Bruttowirkung der durch die EURO 2008 generierten Umsätze, Wertschöpfung und Beschäftigungswirkung zeigen sich jedoch volkswirtschaftlich relevante Wirkungen. In diesen Zahlen sind auch Kompensationen, Budgetverlagerungen und Ähnliches enthalten, sie geben damit Aufschluss über die insgesamt für die Veranstaltung benötigten Ressourcen. Die brutto generierten Umsätze belaufen sich auf 1,6 bis 2,2 Mrd. CHF (0,97 bis 1,3 Mrd. €), die brutto ausgelöste Wertschöpfung liegt bei 930 bis 1.270 Mio. CHF (562 bis 768 Mio. €), und die Beschäftigungswirkung brutto entspricht 7.370 bis 10.340 Arbeitsplätzen.

Der Schweizer Staat rechnet bei Ausgaben der öffentlichen Hand von 140 Mio. CHF (85 Mio. €) mit Steuereinnahmen von 80 bis 110 Mio. CHF (48 bis 67 Mio. €). Die ausländischen Besucher tragen zwischen 175 und 230 Mio. CHF (106 bis 139 Mio. €) zur Schweizer Zahlungsbilanz bei.²¹²

²¹² Rütter H. et al., 2007, S. 15 ff.

Tabelle 30: Steuereffekte und Beitrag zur Zahlungsbilanz

Schweiz	In Mio. CHF	
	Min	Max
Ausgaben der öffentlichen Hand	140	140
Bund	70	70
Host Cities	61	61
Übrige Kantone und Städte	10	10
Ausgelöste Steuern/erzielte Steuereinnahmen	79	108
Einkommenssteuer	42	56
Mehrwertsteuer	30	40
Übrige Steuern	7	12
Beitrag der ausländischen Gäste zur Zahlungsbilanz	175	234

Quelle: Rütter H. et al., 2007, S. 17

Die regionalen Umsätze und Wertschöpfung während der EURO 2008 werden in Basel und Zürich am höchsten sein, dies ist auf das bevölkerungsmäßig größere Einzugsgebiet und die höhere Anzahl der ausgetragenen Spiele zurückzuführen. Es wird je nach Host City mit 310.000 bis 1,3 Mio. Besuchern und mit 80.000 bis 180.000 Übernachtungen gerechnet.²¹³

8.5 Immaterielle Effekte

Zu den immateriellen Effekten, die sehr viel schwieriger zu messen und abzuschätzen sind, ist vor allem der von Radio und TV ausgehende Imageeffekt zu erwähnen. Dieser Werbeeffekt kann sich langfristig positiv auf den Tourismus und die Standortattraktivität auswirken. Zudem können neue, relativ junge Besucher gewonnen werden, was wiederum ein wertvolles Potential für den Schweizer Tourismus darstellt.

Die intensive Zusammenarbeit in der Vorbereitungsphase der EM zwischen Tourismus, Wirtschaft und den Behörden führt zu neuen Netzwerken, woraus auch in Zukunft innovative Maßnahmen entstehen können. Innerhalb der Schweizer Bevölkerung soll es zu einem Gemeinschaftsgefühl kommen, das verbindet und die Integration fördert.²¹⁴

²¹³ Rütter H. et al., 2007, S. 18

²¹⁴ Rütter H. et al., 2007, S. 62

9 Zusammenführung der Effekte in Österreich und der Schweiz

9.1 Ergebnis der Studien

Den Infrastrukturinvestitionen in den Sportstättenbau werden in der Schweiz nur zu 10 % der EURO zugerechnet, da sie, anders als in Österreich, unabhängig von der Veranstaltung gebaut worden wären. Die gemeinsame Wertschöpfung beträgt 100 Mio. € und schafft etwa 2.200 zusätzliche Arbeitsplätze.

Für beide Länder spielt der Tourismus eine entscheidende Rolle während der EURO 2008. Insgesamt wird mit 2 Mio. Übernachtungen gerechnet – in der Schweiz jedoch weniger als in Österreich. Dafür sind folgende Gründe ausschlaggebend:

- in der Schweiz wird ein Spiel weniger gespielt und das Finale wird in Wien ausgetragen
- das große Pressezentrum ist in Wien, daher werden in Österreich mehr Medienvertreter erwartet
- die Schweiz liegt geografisch günstig für viele Besucher, sie können nach dem Match wieder nach Hause fahren und müssen nicht über Nacht bleiben
- die Definition „Tourist“ wird in Österreich und der Schweiz unterschiedlich ausgelegt und bewertet (so werden Einheimische in der Schweizer Studie nicht als Touristen behandelt, während das in der IHS-Studie durchaus der Fall ist)

Die Tourismusausgaben beider Länder werden auf 343 Mio. € geschätzt. Dies entspricht einer Wertschöpfung von 326 Mio. € und 8.600 Arbeitsplätzen.

Tabelle 31: Gesamteffekt der EURO 2008 in Österreich und der Schweiz

	Schweiz Max. Szenario	Österreich Max. Szenario	Total EURO 2008 Max. Szenario
Stadionbau			
Gesamtinvestition	15 Mio. €	128 Mio. €	143 Mio. €
<i>Gesamteffekte</i>			
Umsatz	22 Mio. €	*	-
Wertschöpfung	12 Mio. €	89 Mio. €	101 Mio. €
Beschäftigung	190	1.988	2.178
Tourismus			
Übernachtungen und Tagesgäste	1.027.630	1.523.420	2.551.050
Übernachtungen	863.910	1.129.210	1.993.120
Direkte Besucherausgaben	133 Mio. €	210 Mio. €	343 Mio. €
<i>Gesamteffekte</i>			
Umsatz	202 Mio. €	*	-
Wertschöpfung	104 Mio. €	222 Mio. €	326 Mio. €
Beschäftigung	2.360	6.254	8.614
Media- und Werbemarkt			
<i>Gesamteffekt</i>			
Umsatz	27 Mio. €	33 Mio. €	60 Mio. €
Wertschöpfung	16 Mio. €	19 Mio. €	35 Mio. €
Beschäftigung	280	396	676
Telekommunikation			
<i>Gesamteffekt</i>			
Umsatz	8,8 Mio. €	*	-
Wertschöpfung	3,9 Mio. €	*	-
Beschäftigung	40	*	-

Diese Tabelle basiert auf den Zahlen der Schweizer Studie aus dem Jahr 2004. In der Zwischenzeit wurde diese Studie überarbeitet, da sich einige relevante Faktoren verändert haben. So wurden beispielsweise die Ausgaben für den Ausbau der Stadien in der Schweiz auf 85 Mio. € erheblich erhöht – da sich dieses Budget aber aus verschiedenen Quellen (Ausgaben öffentlicher Hand, Budget des Bundes, Budget der Host Cities) zusammensetzt, kann es nicht mit den Zahlen von 2004 verglichen werden (wo die Host Cities beispielsweise noch kein Budget zur Verfügung stellten). Der erwartete Umsatz und die Bruttowertschöpfung liegen gegenüber der Studie von 2004 allein bei den Minimumwerten doppelt so hoch, bei den Maximumwerten sogar um 170 % höher. Die Beschäftigungswirkung wächst nicht im gleichen Ausmaß (45 - 95 %), da der Beschäftigungseffekt besonders im Gastgewerbe unterdurchschnittlich ist (ein Teil der Mehrarbeit kann mit demselben Personalstand abgewickelt werden). Zudem wurde mit dem Public Viewing – nach der WM 2006 in Deutschland – eine neue Dimension der Eventkultur geschaffen. Dies lockt zusätzliche Besucher in das Austragungsland – gerechnet wird mit 2,8 bis 5,4 Mio. (2004: max. 1,0 Mio.) Personen. Diese Personen geben zwar deutlich weniger aus als die Matchbesucher, leisten aber dennoch einen Beitrag zur Zahlungsbilanz. Die aktualisierten Zahlen 2007 schätzen die Wirkung der EURO 2008 etwa doppelt so hoch ein wie jene der Studie 2004.²¹⁵

²¹⁵ Rütter H. et al., 2007, S. 4 ff.

9.2 Ex- Ante Nachhaltigkeitsanalyse der EURO 2008

Für eine bessere Beurteilung der Fußballeuropameisterschaft sollen nun die Daten der österreichischen Wirtschaftlichkeitsstudie von Grozea-Helmenstein D. et al. (2002) und Helmenstein C. et al. (2007) sowie die der Schweizer Wirtschaftlichkeitsstudie von Rütter H. et al. (2004) einer Ex-Ante Analyse unterzogen werden.

Ex-Ante Beurteilungen von Sportgroßveranstaltungen hat, gegeben durch die Knappheit der Ressourcen (hier vor allem die öffentlichen Mittel), eine große Bedeutung. Für eine rationelle Entscheidung sollen die Kosten und Nutzen vorab geschätzt werden. Problematisch ist die Abschätzung der einzelnen Effekte – zumal eine derartige Veranstaltung (Fußballeuropameisterschaft) zum ersten Mal in Österreich bzw. der Schweiz stattfindet. Gans Paul et al. haben durch Evaluierung und mit Hilfe einer Retrospektivanalyse von insgesamt 193 Sportgroßveranstaltungen generalisierbare Schätzwerte als Parameter für eine Kosten-Nutzen-Analyse ermittelt.²¹⁶

Nach der genauen Definition der Veranstaltung, die schon im Kapitel 5 genauer behandelt wurde, erfolgt die Typisierung der Sportgroßveranstaltung und die Gewichtung der Ziele um die Kosten und Nutzen der Veranstaltung bewerten zu können.

9.2.1 Typisierung der EURO 2008

Die Klassifikation der Veranstaltung wird nach den Kriterien Zuschauer-/ Teilnehmerzahl, Regelmäßigkeit, Dauer und Siedlungsstruktur vorgenommen. Wie aus der folgenden Abbildung deutlich ersichtlich, ist die EURO 2008 eine „Typ 30“ Veranstaltung.

²¹⁶ Gans P. et al., 2003, S. 229 ff.

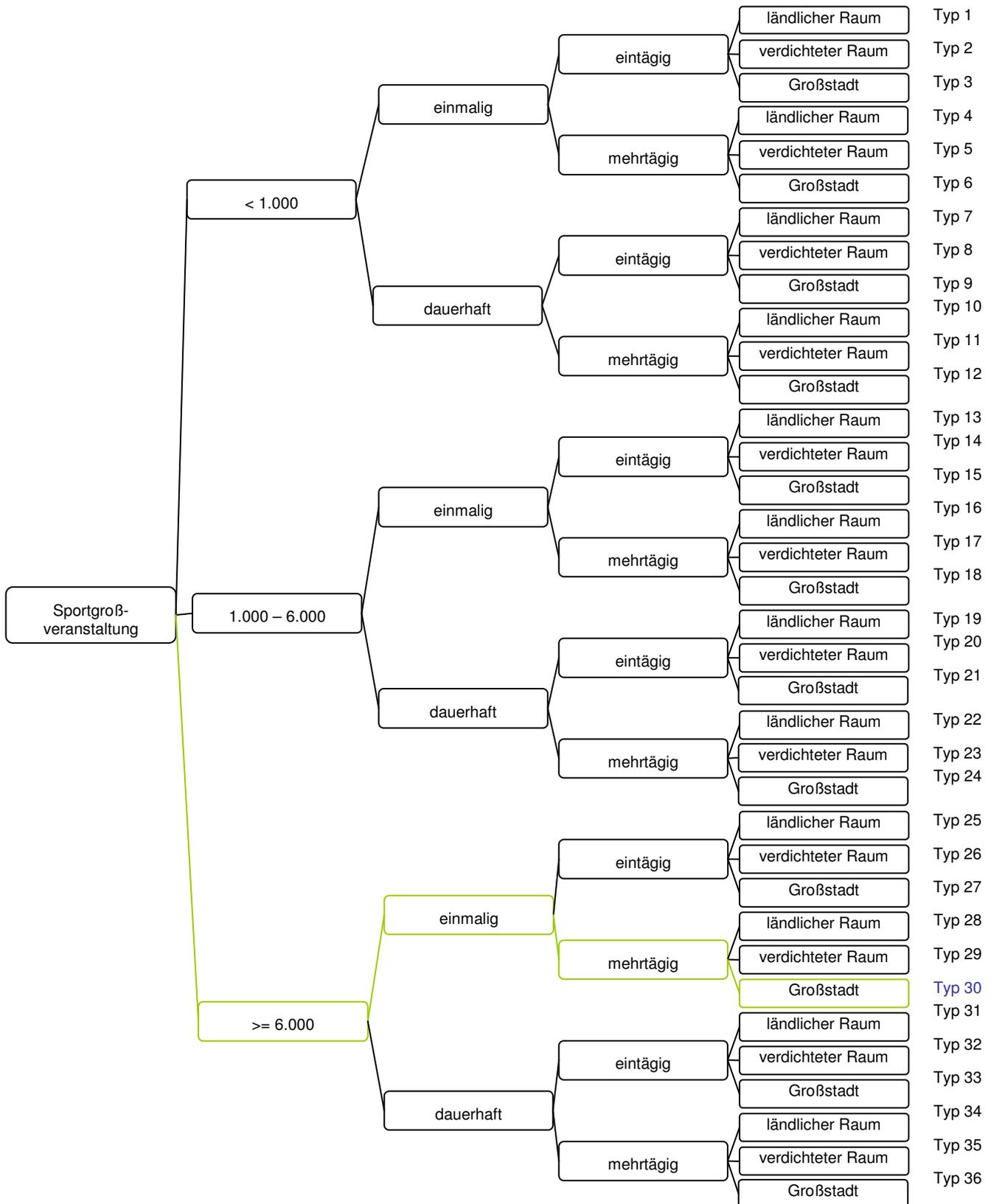


Abbildung 33: Typen von Sportgroßveranstaltungen (Gans P. et al., 2003, S. 239)

9.2.2 Beurteilung der Veranstaltung

Die monetären und die verbal beschriebenen Effekte führen zu einer Gesamtbeurteilung der Veranstaltung. Ermittelt werden diese Werte mit Hilfe des Kosten-Nutzen-Analysebogen.

Alle Berechnungen werden im Anhang genau beschrieben.

Teil A: Ziele der Akteure

ÖKONOMISCH		
1. Veranstalter: Erzielung eines nachhaltig positiven betriebswirtschaftlichen Ergebnisses	EUR	Verbale Beschreibung
1.1. Einnahmen aus dem Verkauf von Eintrittskarten	+ Österreich: 36,6 - 50,2 Mio. Schweiz: 40,6 - 45,3 Mio. Gesamt: 77,2 – 95,5 Mio.	Machen etwa 10% der Einnahmen der UEFA aus Ö: Annahme min: 70% und max: 96% Auslastung CH: (ein Spiel weniger als in Österreich und etwas kleinere Stadien); Annahme min: 86% und max: 96% Auslastung siehe Anhang
1.2. Einnahmen aus dem Verkauf von Fanartikeln	+ Österreich: 43,2 - 67,3 Mio. Schweiz: 13,1 – 16,9 Mio. Gesamt: 56,2 – 84,2 Mio.	siehe Anhang
1.3. Einnahmen aus eigener (Stadion-) Gastronomie		Keine Angaben

1.4. Einnahmen aus der Folgenutzung von anlässlich der EURO 2008 auf- und ausgebauter Infrastruktur		Stadien werden teilweise wieder zurückgebaut und anschließend für Bundesligaspiele bzw. große Veranstaltungen, wie Konzerte, genutzt. (Multifunktionale Arena)
1.5. Einnahmen aus der Vergabe von Übertragungsrechten	+ 800 Mio.	Genauere Zahlen werden erst nach der EURO veröffentlicht
1.6. Einnahmen aus Sponsoren- und Werbeverträgen und der Vergabe von Lizenzen	+ 200 Mio.	UEFA nimmt etwa 1 Mrd. EUR aus TV-Rechten, Sponsoring und der Vergabe von weiteren Lizenz Rechten wie Maskottchen, Fußballer-Bildchen und ähnliches ein ²¹⁷
1.7. Zuschüsse der öffentlichen Hand	+ Österreich: 135 Mio. ²¹⁸ Schweiz: 85 Mio. ²¹⁹ Gesamt: 220 Mio.	In Form von Infrastrukturinvestitionen

²¹⁷ Liebherr C., 2007 (<https://blog.drs.ch>, am 29.4.2008)

²¹⁸ Helmenstein C. et al., 2007, S. 6

²¹⁹ Rütter H., 2004, S. 15

1.8. Personal- und Sachkosten für Planung und Durchführung der Veranstaltung (Verwaltung, Logistik, Pachten, Versicherungen, Abgaben, Betreuung der Teilnehmer und deren Begleiter)	- 85,4 Mio.	Im Veranstaltungsbudget (gesamtes Veranstaltungsbudget ca. 110 Mio.) geplant
1.9. Kosten für die Leistung Dritter (Sicherheit, Abfallbeseitigung,...)	- 15,4 Mio.	Im Veranstaltungsbudget geplant ²²⁰
1.10. Kosten für den Auf- und Ausbau und den Betrieb von Sportstätten und sonstiger veranstaltungsbezogener Infrastruktur	- Österreich: 128 Mio. Schweiz: 15 Mio. Gesamt: 143 Mio. ²²¹	
1.11. Finanzierungskosten		Keine Angaben
	= 1.109,6 – 1.155,9 Mio.	Entspricht etwa den 1,1 Mrd. erwarteten Einnahmen der UEFA
2. Bevölkerung: Steigerung des wirtschaftlichen Wohlstands		
2.1. Erzielung zusätzlicher Einkommen aufgrund der Sportgroßveranstaltung (z.B.: private Vermietung von Zimmern)		Hohe zusätzliche Einkommen

²²⁰ BidDoc, 2002, S. 210 f.

²²¹ Rütter H., 2004, S. 65

2.2. Schaffung zusätzlicher Arbeitsplätze	ca. 11.000 (Ö und CH)	Langfristig keine bis geringfügige Schaffung zusätzlicher Arbeitsplätze, mittel- und kurzfristig v.a. im Baugewerbe und in der Gastronomie vermehrter Bedarf, der aber auch durch kurzfristige Mehrarbeit gedeckt wird
2.3. Nutzen durch veranstaltungsbedingten Auf- und Ausbau von Infrastruktur		Nutzen vor allem durch den Ausbau der öffentlichen Verkehrsmittel und der Schaffung neuer/ renovierter Sportstätten
2.4. Preissteigerungen anlässlich der EURO 2008		Kurzfristig wird eine geringe Preissteigerung erwartet
2.5. Zeitverlust durch Überfüllung aufgrund der EURO 2008		Bei Spielen wird am Austragungsort mit geringen Zeitverlusten gerechnet, denen aber mit einer höheren Frequenz der öffentlichen Verkehrsmitteln entgegen gewirkt wird
	=	

3. Besucher: Begrenzung des finanziellen Aufwands für den Besuch der Veranstaltung		
3.1. Ausgaben für den Eintritt	- 45 (Gruppenspiel, 3. Rang) – 550 (Finale, 1. Rang) Durchschnittlich: 85/ Ticket Gesamt: 77,2 – 95,5 Mio.	Offizielle Preise – aufgrund der hohen Nachfrage werden die Tickets am Schwarzmarkt um ein vielfaches verkauft Siehe Anhang
3.2. Ausgaben für die Verpflegung während der Veranstaltung	- 41 - 56,5 Mio. .	siehe Anhang
3.3. Ausgaben für die An- und Abreise	- 13 - 17,9 Mio.	Für EM Ticket Inhaber ist die Anreise per Bahn am Matchtag und Abreise am folgenden Tag bis 12.00 Uhr im Preis inkludiert (Kombiticket). So soll ein Anreiz für die Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel gegeben werden. siehe Anhang
	= 131,2 – 169,9 Mio.	

4. Öffentliche Verwaltung: Beachtung der Grundsätze der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit		
4.1. Einnahmen aus Steuern, Gebühren und Pachten	+ 80 Mio. ²²²	Enthält die gesamten Fiskaleffekte (Infrastruktur, Tourismus, Budget)
4.2. Einnahmen aus der Folgenutzung von anlässlich der Sportgroßveranstaltung auf- und ausgebauter Infrastruktur		Keine Angaben
4.3. Personal- und Sachkosten für die Planung und Durchführung der Veranstaltung (Sicherheit, Abfallbeseitigung)		Mangels vollständiger Aufgliederung wird hier der volle Betrag dem Veranstalter zugerechnet
4.4. Kosten für die Errichtung und Unterhaltung von Infrastruktur im Zshg. mit der Veranstaltung		
4.5. Kosten für den Auf- und Ausbau und den Betrieb von Sportstätten und sonstiger veranstaltungsbezogener Infrastruktur		
4.6. Direkte und Indirekte Zuschüsse an den Veranstalter	- 220 Mio.	Direkte Zuschüsse der öffentlichen Hand, indirekte Zuschüsse sind nicht ausgewiesen
	= - 140 Mio.	

²²² Helmenstein C., 2007, S. 83

5. Gastgewerbe und Einzelhandel: kurz-, mittel- und langfristige Erzielung positiver betriebswirtschaftlicher Ergebnisse		
5.1. Zusätzliches Einkommen durch Ausgaben von Veranstaltungsbesuchern	+ Österreich: 104,2 – 140,2 Mio. Schweiz: 96,8 – 118,5 Mio. Gesamt: 201 – 258,7 Mio.	siehe Anhang Inkl. offizieller Gäste, Teams (und Betreuerstab) und Medienvertreter
5.2. Zusätzliches Einkommen durch Preissteigerung infolge veranstaltungs-bedingter Nachfragesteigerung		geringe zusätzliche Einkommen durch Preissteigerung
5.3. Zusätzliche Einkommen durch Aufträge des Veranstalters	+ Österreich: ²²³ 51,5 - 72,5 Mio. Schweiz: ²²⁴ 53,7 – 66,9 Mio. Gesamt: 105,2 – 139,4 Mio.	Wertschöpfungseffekte durch Vorleistungen

²²³ Helmenstein C. et al., 2007, S 54

²²⁴ Rütter H., 2004, S. 41

5.4. Langfristige Erzielung zusätzlicher Einkommen durch Verbesserung des touristischen Images des Austragungsortes		Zusätzliche Einkommen durch Verbesserung des touristischen Images
5.5. Langfristige Erzielung zusätzlicher Einkommen durch Nachfragesteigerung infolge des veranstaltungsbedingten Auf- und Ausbaus touristischer Infrastruktur		Zusätzliche Einkommen durch Nachfragesteigerung
	= 306,2 – 398,1 Mio.	
6. Sonstige Unternehmen: kurz-, middle- und langfristige Erzielung positiver betriebswirtschaftlicher Ergebnisse		
6.1. Zusätzliche Einkommen durch Aufträge des Veranstalters	+ Österreich: 56,4 - 96,8 Mio. Schweiz: 23,2 - 30,8 Mio. Gesamt: 79,6 - 127,6 Mio.	Telekommunikation, Werbung siehe Anhang
6.2. Langfristige Erzielung zusätzlicher Einkommen durch Verbesserung des Unternehmensimage infolge der Nutzung der Veranstaltung als Plattform zur Selbstdarstellung		Geringe zusätzliche Einkommen durch Verbesserung des Unternehmensimage

6.3. Langfristige Erzielung zusätzlicher Einkommen durch Verbesserung des wirtschaftlichen Images des Austragungsorts		Zusätzliches Einkommen durch Verbesserung des Image „Sportland“ Österreich
6.4. Nutzen durch veranstaltungsbedingten Auf- und Ausbau von Infrastruktur (z.B. Zeitersparnis durch Ausbau öffentlicher Verkehrsmittel)		Ausbau öffentlicher Verkehrsmittel (z.B. U2 in Wien) und nachhaltige Verlagerung der freizeitbedingten Verkehrsströme auf öffentliche Verkehrsmittel
6.5. Zeitverluste durch Überfüllung aufgrund der Sportveranstaltung		Kaum Zeitverluste durch Überfüllung (verstärkte Verkehrslenkung und keine Verkehrsüberlastung)
	= 79,6 -127,6 Mio.	
ÖKOLOGISCH		
1. Bevölkerung: Erhalt oder Verbesserung ökologischer Lebensbedingungen		
1.1. Nachhaltige Verbesserung ökologischer Bedingungen durch veranstaltungsbedingten Auf- und Ausbau von Infrastruktur		Verbesserung ökologischer Bedingungen durch Ausbau des öffentlichen Verkehrs (weniger externe Kosten – Stau, Abgas, Lärm)
1.2. Erhalt und Verbesserung der ästhetischen Qualität des Landschafts- und Stadtbildes		Verbesserung der ästhetischen Qualität des Landschafts- und Stadtbildes (z.B. Renovierung)

1.3. Nachhaltiger Eingriff in geschützte Landschaften		Keine Eingriffe in geschützte Landschaften (Stadtgebiet)
1.4. Dauerhafte Verluste von Freiflächen		Geringe Verluste von Freiflächen (Stadien meist bereits vorhanden – nur Klagenfurt Neubau)
1.5. Energieverbrauch aufgrund der Sportgroßveranstaltung (Veranstaltung selbst, An- und Abreiseverkehr)		Mittlerer Energieverbrauch aufgrund des An- und Abreiseverkehrs
1.6. Lärmbelastung aufgrund der Sportgroßveranstaltung (Veranstaltung selbst, An- und Abreiseverkehr)		Geringe Lärmbelastung in und um Stadien, aber erhebliche Lärmbelastung in den Fanzonen in der Stadt
1.7. Luftschadstoffimmissionen aufgrund der Sportgroßveranstaltung (Veranstaltung selbst, An- und Abreiseverkehr)		Mittlere Luftschadstoffimmissionen aufgrund des An- und Abreiseverkehrs
1.8. Abfallproduktion infolge der Sportgroßveranstaltung		Hohe Abfallproduktion
	=	
SOZIALES		
1. Bevölkerung: Stärkung des Gemeinwesens		
1.1. Positiv empfundene Entwicklung sozialer und kultureller Traditionen infolge des veranstaltungsbedingten Tourismus		Kaum Berührungspunkte

1.2. Stärkung des Zusammengehörigkeitsgefühls innerhalb der Bevölkerung infolge der Austragung der Veranstaltung		Erhebliche Stärkung des Zusammengehörigkeitsgefühls innerhalb der Bevölkerung
1.3. Stärkung der regionalen Identität infolge der Veranstaltung		Erhebliche Stärkung der regionalen Identität
1.4. Steigerung des Einsatz der Bevölkerung für das Gemeinwesen		Steigerung des Einsatzes (Volunteers)
1.5. Kriminalität und Vandalismus aufgrund der Sportgroßveranstaltung		Geringes bis mittleres Gefahrenpotential für die Bevölkerung
	=	
2. Besucher: Erzielung eines positiven Freizeit- und Erlebnisnutzen und Vermittlung von Werten		
2.1. Unterhaltung während des Besuchs der Sportgroßveranstaltung		Sehr hoher Unterhaltungswert
2.2. Erholung durch den Besuch der Sportgroßveranstaltung		Keine Erholungswirkung
2.3. Förderung der Gesundheit durch Motivation zu eigener sportlichen Betätigung		Kaum Förderung der Gesundheit – eventuell erhöhter Anreiz für Nachwuchs
2.4. Vermittlung eines Gemeinschaftsgefühls innerhalb der Zuschauer		Starkes Gemeinschaftsgefühl der Zuschauer (Fans einer Mannschaft)

2.5. Förderung der Integration von Minderheiten		Förderung der Integration durch Volunteerprogramm (verschiedene Leute mit unterschiedlichen kulturellen Background arbeiten gemeinsam); Mannschaften als Vorbild (friedliches Miteinander am Spielfeld – Fair Play)
2.6. Vermittlung von Orientierung und Werten		Fair Play der FIFA als Vorbild
2.7. Konfliktsituation zwischen den Zuschauern		Hohe Konfliktsituation zwischen den Fans verschiedener Nationen
2.8. Gesundheitliche Beeinträchtigung beim Besuch der Veranstaltung (Vermeidung von Unfällen, Hörschädigung,...)		Geringe gesundheitliche Beeinträchtigung durch den Besuch der Veranstaltung
	=	

Teil B: Ökonomische, ökologische und soziale Ziele

1. Ökonomische Ziele	EUR
1.1. Veranstalter: Erzielung eines nachhaltig positiven betriebswirtschaftlichen Ergebnisses	+ 1.109,6 – 1.155,9 Mio.
1.2. Bevölkerung: Steigerung des wirtschaftlichen Wohlstands	
1.3. Besucher: Begrenzung des finanziellen Aufwands für den Besuch der Veranstaltung	- 131,2 – 169,9 Mio.

1.4. Öffentliche Verwaltung: Beachtung der Grundsätze der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit	- 140 Mio.
1.5. Gastgewerbe und Einzelhandel: kurz-, mittel- und langfristige Erzielung positiver betriebswirtschaftlicher Ergebnisse	+ 306,2 – 398,1 Mio.
1.6. Sonstige Unternehmen: kurz-, mittel- und langfristige Erzielung positiver betriebswirtschaftlicher Ergebnisse	+ 79,6 -127,6 Mio
	= 1.224,2 – 1.371,7 Mio.
2. Ökologische Ziele	EUR
2.1. Bevölkerung: Erhalt oder Verbesserung ökologischer Lebensbedingungen	
	=
3. Soziale Ziele	
3.1. Bevölkerung: Stärkung des Gemeinwesens	
3.2. Besucher: Erzielung eines positiven Freizeit- und Erlebnisnutzens und Vermittlung von Werten	
	=

Teil C: Oberziel

Steigerung des Gemeinwohls im Untersuchungsraum durch die Durchführung der Europameisterschaft.

1. Ökonomische Ziele	1.224,2 – 1.371,7 Mio.
2. Ökologische Ziele	
3. Soziale Ziele	
	=1.224,2 – 1.371,7 Mio.

9.2.3 Durchführung der Nutzwertanalyse

Anhand der Nutzwertanalyse werden die Wirkungen der EURO 2008 vor der Durchführung der Veranstaltung beurteilt werden. Die Analyse beinhaltet auch die Berechnung der Nullalternative.

Bei der Nutzwertanalyse werden die einzelnen Ziele nun hinsichtlich ihrer relativen Bedeutung gewichtet. Das Gesamtergebnis ist also nicht nur davon abhängig in welchem Maße die Ziele erreicht wurden, sondern auch davon, wie wichtig sie eingestuft wurden. Die Zielgewichte drücken die Präferenzen der einzelnen Akteure aus.

Die Ziele einer Ebene tragen jeweils in einem bestimmten Umfang zur Erreichung der jeweils übergeordneten Ziele bei. Die einem Ziel untergeordneten gewichteten Teilziele, ergänzen sich zu insgesamt 100%. Die Zielgewichte werden durch Befragung der beteiligten Akteure ermittelt. Die Studie von Gans et al. hat Schätzwerte für alle 36 Typen von Sportgroßveranstaltungen erhoben, auf die hier zurückgegriffen wird. Die dazugehörige Tabelle (Tabelle I) ist im Anhang ausgewiesen.

Um die von der Veranstaltung ausgehende Wirkung zu erfassen werden die Zielerreichungsgrade der Ziele auf der untersten Ebene des Zielsystems geschätzt und die Zielerreichungsgrade auf den höheren Ebenen berechnet. Die Zielerreichungsgrade werden anhand eines Punktesystems, auf einer Skala von 0 bis 5, angegeben. Da auch hier keine eigenen Daten (in ausreichenden Umfang) zur Verfügung stehen, wird wiederum auf die Schätzwerte aus der Studie von Gans et al. zurückgegriffen. Diese Werte sind in der Tabelle II im Anhang zu finden.

Zum Schluss werden die erfassten Zielgewichte und Zielerreichungsgrade verknüpft, um die Nutzwerte auf den einzelnen Ebenen des Zielsystems zu berechnen.²²⁵

²²⁵ Gans P., 2003, S. 268 ff.

Nutzwertanalysebogen der EURO 2008 (Durchführung)

Teil A: Ziele der Akteure

ÖKONOMISCH			
1. Veranstalter: Erzielung eines nachhaltigen positiven betriebswirtschaftlichen Ergebnisses	W Zielgewicht	Z Zielerreichungsgrad	N Nutzwert
1.1. Einnahmen aus dem Verkauf von Eintrittskarten	23,2 / 100	1,7	0,3944
1.2. Einnahmen aus dem Verkauf von Fanartikel	1,0 / 100	0,4	0,004
1.3. Einnahmen aus eigener (Stadion-) Gastronomie	2,7 / 100	0,3	0,0081
1.4. Einnahmen aus der Folgenutzung von anlässlich der Sportgroßveranstaltung auf- und ausgebauten Infrastruktur	0,3 / 100	0,3	0,0009
1.5. Einnahmen aus der Vergabe von Übertragungsrechten	2,2 / 100	0,8	0,0176
1.6. Einnahmen aus Sponsor- und Werbeverträgen und der Vergabe von Lizenzen	43 / 100	3,3	1,419
1.7. Zuschüsse der öffentlichen Hand	14,8 / 100	1,8	0,2664

1.8. Begrenzung der Personal- und Sachkosten für Planung und Durchführung der Veranstaltung (Verwaltung, Logistik, Pachten, Versicherungen, Abgaben, Betreuung der Teilnehmer und deren Begleiter)	3,5 / 100	2,5	0,0875
1.9. Begrenzung der Kosten für Leistungen Dritter (z.B. Sicherheit, Abfallbeseitigung)	3,3 / 100	2,8	0,0924
1.10. Begrenzung der Kosten für den Auf- und Ausbau und den Betrieb von Sportstätten und sonstiger veranstaltungsbezogener Infrastruktur	2,2 / 100	3,8	0,0836
1.11. Begrenzung der Finanzierungskosten (inkl. Grundstückskosten, Rückbauten usw.)	3,8 / 100	3,0	0,114
	Σ 100		Σ 2,4879
2. Bevölkerung: Steigerung des wirtschaftlichen Wohlstands	W Zielgewicht	Z Zielerreichungsgrad	N Nutzwert
2.1. Erzielung zusätzliches Einkommen aufgrund der Veranstaltung (z.B. private Vermietung von Zimmern)	40,7 / 100	1,7	0,6919
2.2. Schaffung zusätzlicher Arbeitsplätze	20,7 / 100	0,0	0

2.3. Nutzen durch veranstaltungsbedingten Auf- und Ausbau von Infrastruktur	15 / 100	0,0	0
2.4. Vermeidung von Preissteigerungen anlässlich der Veranstaltung	10,3 / 100	5,0	0,515
2.5. Vermeidung von Zeitverlusten durch Überfüllung aufgrund der Veranstaltung	13,3 / 100	4,7	0,6251
	Σ 100		Σ 1,832
3. Besucher: Begrenzung des finanziellen Aufwands für den Besuch der Veranstaltung	W Zielgewicht	Z Zielerreichungs- grad	N Nutzwert
3.1. Begrenzung der Ausgaben für den Eintritt	41,7 / 100	2,6	1,0842
3.2. Begrenzung der Ausgaben für die Verpflegung während der Veranstaltung	34,6 / 100	1,9	0,6574
3.3. Begrenzung der Ausgaben für die An- und Abreise	23,7 / 100	3,3	0,7821
	Σ 100		Σ 2,5237
4. Öffentliche Verwaltung: Beachtung der Grundsätze der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit	W Zielgewicht	Z Zielerreichungs- grad	N Nutzwert
4.1. Einnahmen aus Steuern und Gebühren	13,0 / 100	1,3	0,169

4.2. Einnahmen aus der Folgenutzung von anlässlich der Veranstaltung auf- und ausgebauten Infrastruktur	1,7 / 100	0,0	0
4.3. Begrenzung der Personal- und Sachkosten für Planung und Durchführung der Veranstaltung (z.B. Kosten für Sicherheit, Abfallbeseitigung)	23,5 / 100	2,5	0,5875
4.4. Begrenzung der Kosten für die Errichtung und Unterhaltung von Infrastruktur im Zusammenhang mit der Sportgroßveranstaltung	9,4 / 100	4,3	0,4042
4.5. Begrenzung der Kosten für den Auf- und Ausbau und den Betrieb von Sportstätten und sonstiger veranstaltungsbezogener Infrastruktur	6,7 / 100	3,7	0,2479
4.6. Begrenzung der direkten und indirekten Zuschüsse an den Veranstalter	45,8 / 100	2,3	1,0534
	∑ 100		∑ 2,462
5. Gastgewerbe und Einzelhandel: kurz-, mittel- und langfristige Erzielung positiver betriebswirtschaftlicher Ergebnisse	W Zielgewicht	Z Zielerreichungsgrad	N Nutzwert
5.1. Zusätzliches Einkommen durch Ausgaben von Veranstaltungsbesuchern und Tross	41 / 100	2,8	1,148

5.2. Zusätzliches Einkommen durch Preissteigerung infolge veranstaltungsbedingter Nachfragesteigerung	8,5 / 100	1,3	0,1105
5.3. Zusätzliches Einkommen durch Aufträge des Veranstalters	15 / 100	1,5	0,225
5.4. Langfristige Erzielung zusätzlicher Einkommen durch Verbesserung des touristischen Image des Austragungsortes	16 / 100	2,4	0,384
5.5. Langfristige Erzielung zusätzlicher Einkommen durch Nachfragesteigerung infolge des veranstaltungsbedingten Auf- und Ausbaus touristische Infrastruktur	19,5 / 100	1,7	0,3315
	∑ 100		∑ 2,199
6. Sonstige Unternehmen: kurz-, mittel- und langfristige Erzielung positiver betriebswirtschaftlicher Ergebnisse	W Zielgewicht	Z Zielerreichungs- grad	N Nutzwert
6.1. Zusätzliche Einkommen durch Aufträge des Veranstalters	22,4 / 100	2,1	0,4704

6.2. Langfristige Erzielung zusätzlicher Einkommen durch Verbesserung des Unternehmensimage infolge der Nutzung der Sport- veranstaltung als Plattform zur Selbstdarstellung	18,3 / 100	2,4	0,4392
6.3. Langfristige Erzielung zusätzlicher Einkommen durch Verbesserung des wirtschaftlichen Images des Austragungsortes	34,3 / 100	2,9	0,9947
6.4. Nutzen durch veranstaltungsbedingten Auf- und Ausbau von Infrastruktur	17,4 / 100	1,2	0,2088
6.5. Vermeidung von Zeitverlusten durch Überfüllung aufgrund der Sportgroßveranstaltung	7,6 / 100	4	0,304
	Σ 100		Σ 2,4171
ÖKOLOGISCH			
1. Bevölkerung: Erhalt oder Verbesserung ökologischer Lebensbedingungen	W Zielgewicht	Z Zielerreichungs- grad	N Nutzwert
1.1. Nachhaltige Verbesserung ökologischer Bedingungen durch veranstaltungs- bedingten Auf- und Ausbau von Infrastruktur	17 / 100	0,5	0,085

1.2. Erhalt oder Verbesserung der ästhetischen Qualität des Landschafts- und Stadtbildes	5,5 / 100	0,3	0,0165
1.3. Vermeidung nachhaltiger Eingriffe in geschützte Landschaften	8 / 100	5	0,4
1.4. Vermeidung des dauerhaften Verlustes von Freiflächen	8,5 / 100	5	0,425
1.5. Begrenzung des Energieverbrauchs aufgrund der Veranstaltung	10 / 100	4	0,4
1.6. Begrenzung der Lärmbelästigung aufgrund der Veranstaltung	29 / 100	2,5	0,725
1.7. Begrenzung der Luftschadstoffimmissionen aufgrund der Veranstaltung	7 / 100	4,5	0,315
1.8. Begrenzung der Abfallproduktion infolge der Sportgroßveranstaltung	15 / 100	2,3	0,345
	Σ 100		Σ 2,7115

SOZIALES			
1. Bevölkerung: Stärkung des Gemeinwesen	W Zielgewicht	Z Zielerreichungsgrad	N Nutzwert
1.1. Positiv empfundene Entwicklung sozialer und kultureller Traditionen infolge des veranstaltungsbedingten Tourismus	23,8 / 100	3,3	0,7854
1.2. Stärkung des Zusammengehörigkeitsgefühls innerhalb der Bevölkerung infolge der Austragung der Veranstaltung	27,4 / 100	2,9	0,7946
1.3. Stärkung der regionalen Identität infolge der Sportgroßveranstaltung	30,1 / 100	3,2	0,9632
1.4. Steigerung des Einsatzes der Bevölkerung für das Gemeinwesen	7,5 / 100	1,6	0,12
1.5. Vermeidung von Kriminalität und Vandalismus aufgrund der Sportgroßveranstaltung	11,1 / 100	4,1	0,4551
	∑ 100		∑ 3,1183

2. Besucher: Erzielung eines positiven Freizeit- und Erlebnissenutzen und Vermittlung von Werten	W Zielgewicht	Z Zielerreichungsgrad	N Nutzwert
2.1. Unterhaltung während des Besuch der Veranstaltung	37,5 / 100	3,9	1,4625
2.2. Erholung durch den Besuch der Veranstaltung	11,5 / 100	2,2	0,253
2.3. Förderung der Gesundheit durch Motivation zu eigener sportlichen Betätigung	9,1 / 100	1,7	0,1547
2.4. Vermittlung eines Gemeinschaftsgefühls innerhalb der Zuschauer	14,7 / 100	3	0,441
2.5. Förderung der Integration von Minderheiten	4,3 / 100	1,1	0,0473
2.6. Vermittlung von Orientierung und Werten	7,2 / 100	1,4	0,1008
2.7. Vermeidung von Konfliktsituationen zwischen den Zuschauern	7,5 / 100	4	0,3
2.8. Vermeidung gesundheitlicher Beeinträchtigung beim Besuch der Veranstaltung (z.B. Unfälle, Hörschäden)	8,3 / 100	4,3	0,3569
	Σ 100		Σ 3,1162

Teil B: Ökonomische, ökologische und soziale Ziele

Die Zielgewichte sind aus der Tabelle im Anhang entnommen, die Zielerreichungsgrade aus den vorhergehenden Berechnungen.

1. Ökonomische Ziele	W Zielgewicht	Z Zielerreichungs- grad	N Nutzwert
1.1. Veranstalter: Erzielung eines nachhaltigen positiven betriebswirtschaftlichen Ergebnisses	24,7 / 100	2,4879	0,6145
1.2. Bevölkerung: Steigerung des wirtschaftlichen Wohlstandes	8,8 / 100	1,832	0,1612
1.3. Besucher: Begrenzung des finanziellen Aufwands für den Besuch der Veranstaltung	13,4 / 100	2,5237	0,3382
1.4. Öffentliche Verwaltung: Beachtung der Grundsätze der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit	17,2 / 100	2,462	0,4235
1.5. Gastgewerbe und Einzelhandel: kurz-, mittel- und langfristige Erzielung positiver betriebswirtschaftlicher Ergebnisse	23,2 / 100	2,199	0,5102
1.6. Sonstige Unternehmen: kurz-, mittel- und langfristige Erzielung positiver betriebswirtschaftlicher Ergebnisse	12,8 / 100	2,4171	0,3094
	∑ 100		∑ 2,357

2. Ökologische Ziele	W Zielgewicht	Z Zielerreichungs- grad	N Nutzwert
2.1. Bevölkerung: Erhalt oder Verbesserung ökologischer Lebensbedingungen	100 / 100	2,7115	2,7115
	∑ 100		∑ 2,7115
3. Soziale Ziele	W Zielgewicht	Z Zielerreichungs- grad	N Nutzwert
3.1. Bevölkerung: Stärkung des Gemeinwesens	37,5 / 100	3,1183	1,1694
3.2. Besucher: Erzielung eines positiven Freizeit- und Erlebnisnutzens und Vermittlung von Werten	62,5 / 100	3,1162	1,9476
	∑ 100		∑ 3,1170

C: Oberziel

Steigerung des Gemeinwohls in Österreich und der Schweiz durch die Durchführung der EURO 2008	W Zielgewicht	Z Zielerreichungsgrad	N Nutzwert
1. Ökonomische Ziele	59 / 100	2,357	1,3906
2. Ökologische Ziele	5,6 / 100	2,7115	0,1518
3. Soziale Ziele	35,4 / 100	3,1170	1,1103
	∑ 100		∑ 2,6458

Nutzwertanalysebogen der EURO 2008 (Nullalternative)

Teil A: Ziele der Akteure

ÖKONOMISCH			
1. Veranstalter: Erzielung eines nachhaltigen positiven betriebswirtschaftlichen Ergebnisses	W Zielgewicht	Z Zielerreichungsgrad	N Nutzwert
1.1. Einnahmen aus dem Verkauf von Eintrittskarten	23,2 / 100	0	0
1.2. Einnahmen aus dem Verkauf von Fanartikel	1,0 / 100	0	0
1.3. Einnahmen aus eigener (Stadion-) Gastronomie	2,7 / 100	0	0

1.4. Einnahmen aus der Folgenutzung von anlässlich der Sportgroßveranstaltung auf- und ausgebauten Infrastruktur	0,3 / 100	0	0
1.5. Einnahmen aus der Vergabe von Übertragungsrechten	2,2 / 100	0	0
1.6. Einnahmen aus Sponsor- und Werbeverträgen und der Vergabe von Lizenzen	43 / 100	0	0
1.7. Zuschüsse der öffentlichen Hand	14,8 / 100	0	0
1.8. Begrenzung der Personal- und Sachkosten für Planung und Durchführung der Veranstaltung (Verwaltung, Logistik, Pachten, Versicherungen, Abgaben, Betreuung der Teilnehmer und deren Begleiter)	3,5 / 100	5	0,175
1.9. Begrenzung der Kosten für Leistungen Dritter (z.B. Sicherheit, Abfallbeseitigung)	3,3 / 100	5	0,165
1.10. Begrenzung der Kosten für den Auf- und Ausbau und den Betrieb von Sportstätten und sonstiger veranstaltungsbezogener Infrastruktur	2,2 / 100	5	0,11

1.11. Begrenzung der Finanzierungskosten (inkl. Grundstückskosten, Rückbauten usw.)	3,8 / 100	5	0,19
	Σ 100		Σ 0,64
2. Bevölkerung: Steigerung des wirtschaftlichen Wohlstands	W Zielgewicht	Z Zielerreichungs- grad	N Nutzwert
2.1. Erzielung zusätzliches Einkommen aufgrund der Veranstaltung (z.B. private Vermietung von Zimmern)	40,7 / 100	0	0
2.2. Schaffung zusätzlicher Arbeitsplätze	20,7 / 100	0	0
2.3. Nutzen durch veranstaltungsbedingten Auf- und Ausbau von Infrastruktur	15 / 100	0	0
2.4. Vermeidung von Preissteigerungen anlässlich der Veranstaltung	10,3 / 100	5	0,515
2.5. Vermeidung von Zeitverlusten durch Überfüllung aufgrund der Veranstaltung	13,3 / 100	5	0,665
	Σ 100		Σ 1,18

3. Besucher: Begrenzung des finanziellen Aufwands für den Besuch der Veranstaltung	W Zielgewicht	Z Zielerreichungsgrad	N Nutzwert
3.1. Begrenzung der Ausgaben für den Eintritt	41,7 / 100	5	2,085
3.2. Begrenzung der Ausgaben für die Verpflegung während der Veranstaltung	34,6 / 100	5	1,73
3.3. Begrenzung der Ausgaben für die An- und Abreise	23,7 / 100	5	1,185
	∑ 100		∑ 5
4. Öffentliche Verwaltung: Beachtung der Grundsätze der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit	W Zielgewicht	Z Zielerreichungsgrad	N Nutzwert
4.1. Einnahmen aus Steuern und Gebühren	13,0 / 100	0	0
4.2. Einnahmen aus der Folgenutzung von anlässlich der Veranstaltung auf- und ausgebauten Infrastruktur	1,7 / 100	0	0
4.3. Begrenzung der Personal- und Sachkosten für Planung und Durchführung der Veranstaltung (z.B. Kosten für Sicherheit, Abfallbeseitigung)	23,5 / 100	5	1,175

4.4. Begrenzung der Kosten für die Errichtung und Unterhaltung von Infrastruktur im Zusammenhang mit der Sportgroßveranstaltung	9,4 / 100	5	0,47
4.5. Begrenzung der Kosten für den Auf- und Ausbau und den Betrieb von Sportstätten und sonstiger veranstaltungsbezogener Infrastruktur	6,7 / 100	5	0,335
4.6. Begrenzung der direkten und indirekten Zuschüsse an den Veranstalter	45,8 / 100	5	2,29
	Σ 100		Σ 4,27
5. Gastgewerbe und Einzelhandel: kurz-, mittel- und langfristige Erzielung positiver betriebswirtschaftlicher Ergebnisse	W Zielgewicht	Z Zielerreichungsgrad	N Nutzwert
5.1. Zusätzliches Einkommen durch Ausgaben von Veranstaltungsbesuchern und Tross	41 / 100	0	0
5.2. Zusätzliches Einkommen durch Preissteigerung infolge veranstaltungsbedingter Nachfragesteigerung	8,5 / 100	0	0
5.3. Zusätzliches Einkommen durch Aufträge des Veranstalters	15 / 100	0	0

5.4. Langfristige Erzielung zusätzlicher Einkommen durch Verbesserung des touristischen Image des Austragungsortes	16 / 100	0	0
5.5. Langfristige Erzielung zusätzlicher Einkommen durch Nachfragesteigerung infolge des veranstaltungsbedingten Auf- und Ausbaus touristische Infrastruktur	19,5 / 100	0	0
	Σ 100		Σ 0
6. Sonstige Unternehmen: kurz-, mittel- und langfristige Erzielung positiver betriebswirtschaftlicher Ergebnisse	W Zielgewicht	Z Zielerreichungsgrad	N Nutzwert
6.1. Zusätzliche Einkommen durch Aufträge des Veranstalters	22,4 / 100	0	0
6.2. Langfristige Erzielung zusätzlicher Einkommen durch Verbesserung des Unternehmensimage infolge der Nutzung der Sportveranstaltung als Plattform zur Selbstdarstellung	18,3 / 100	0	0
6.3. Langfristige Erzielung zusätzlicher Einkommen durch Verbesserung des wirtschaftlichen Images des Austragungsortes	34,3 / 100	0	0

6.4. Nutzen durch veranstaltungsbedingten Auf- und Ausbau von Infrastruktur	17,4 / 100	0	0
6.5. Vermeidung von Zeitverlusten durch Überfüllung aufgrund der Sportgroßveranstaltung	7,6 / 100	5	0,38
	∑ 100		∑ 0,38
ÖKOLOGISCH			
1. Bevölkerung: Erhalt oder Verbesserung ökologischer Lebensbedingungen	W Zielgewicht	Z Zielerreichungs- grad	N Nutzwert
1.1. Nachhaltige Verbesserung ökologischer Bedingungen durch veranstaltungsbedingten Auf- und Ausbau von Infrastruktur	17 / 100	0	0
1.2. Erhalt oder Verbesserung der ästhetischen Qualität des Landschafts- und Stadtbildes	5,5 / 100	5	0,275
1.3. Vermeidung nachhaltiger Eingriffe in geschützte Landschaften	8 / 100	5	0,4
1.4. Vermeidung des dauerhaften Verlustes von Freiflächen	8,5 / 100	5	0,425
1.5. Begrenzung des Energieverbrauchs aufgrund der Veranstaltung	10 / 100	5	0,5

1.6. Begrenzung der Lärmbelästigung aufgrund der Veranstaltung	29 / 100	5	1,45
1.7. Begrenzung der Luftschadstoffimmissionen aufgrund der Veranstaltung	7 / 100	5	0,35
1.8. Begrenzung der Abfallproduktion infolge der Sportgroßveranstaltung	15 / 100	5	0,75
	Σ 100		Σ 4,15
SOZIALES			
1. Bevölkerung: Stärkung des Gemeinwesens	W Zielgewicht	Z Zielerreichungs- grad	N Nutzwert
1.1. Positiv empfundene Entwicklung sozialer und kultureller Traditionen infolge des veranstaltungsbedingten Tourismus	23,8 / 100	0	0
1.2. Stärkung des Zusammengehörigkeitsgefühls innerhalb der Bevölkerung infolge der Austragung der Veranstaltung	27,4 / 100	0	0
1.3. Stärkung der regionalen Identität infolge der Sportgroßveranstaltung	30,1 / 100	0	0
1.4. Steigerung des Einsatzes der Bevölkerung für das Gemeinwesen	7,5 / 100	0	0

1.5. Vermeidung von Kriminalität und Vandalismus aufgrund der Sportgroßveranstaltung	11,1 / 100	5	0,555
	Σ 100		Σ 0,555
2. Besucher: Erzielung eines positiven Freizeit- und Erlebnisnutzen und Vermittlung von Werten	W Zielgewicht	Z Zielerreichungs- grad	N Nutzwert
2.1. Unterhaltung während des Besuch der Veranstaltung	37,5 / 100	0	0
2.2. Erholung durch den Besuch der Veranstaltung	11,5 / 100	0	0
2.3. Förderung der Gesundheit durch Motivation zu eigener sportlichen Betätigung	9,1 / 100	0	0
2.4. Vermittlung eines Gemeinschaftsgefühls innerhalb der Zuschauer	14,7 / 100	0	0
2.5. Förderung der Integration von Minderheiten	4,3 / 100	0	0
2.6. Vermittlung von Orientierung und Werten	7,2 / 100	0	0
2.7. Vermeidung von Konfliktsituationen zwischen den Zuschauern	7,5 / 100	5	0,375

2.8. Vermeidung gesundheitlicher Beeinträchtigung beim Besuch der Veranstaltung (z.B. Unfälle, Hörschäden)	8,3 / 100	5	0,415
	Σ 100		Σ 0,79

Teil B: Ökonomisch, ökologisch und soziale Ziele

1. Ökonomische Ziele	W Zielgewicht	Z Zielerreichungs- grad	N Nutzwert
1.1. Veranstalter: Erzielung eines nachhaltigen positiven betriebswirtschaftlichen Ergebnisses	24,7 / 100	0,64	0,158
1.2. Bevölkerung: Steigerung des wirtschaftlichen Wohlstandes	8,8 / 100	1,18	0,104
1.3. Besucher: Begrenzung des finanziellen Aufwands für den Besuch der Veranstaltung	13,4 / 100	5	0,67
1.4. Öffentliche Verwaltung: Beachtung der Grundsätze der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit	17,2 / 100	4,27	0,734
1.5. Gastgewerbe und Einzelhandel: kurz-, mittel- und langfristige Erzielung positiver betriebswirtschaftlicher Ergebnisse	23,2 / 100	0	0

1.6. Sonstige Unternehmen: kurz-, mittel- und langfristige Erzielung positiver betriebswirtschaftlicher Ergebnisse	12,8 / 100	0,38	0,049
	Σ 100		Σ 1,7146
2. Ökologische Ziele	W Zielgewicht	Z Zielerreichungsgrad	N Nutzwert
2.1. Bevölkerung: Erhalt oder Verbesserung ökologischer Lebensbedingungen	100 / 100	4,15	4,15
	Σ 100		Σ 4,15
3. Soziale Ziele	W Zielgewicht	Z Zielerreichungsgrad	N Nutzwert
3.1. Bevölkerung: Stärkung des Gemeinwesens	37,5 / 100	0,555	0,2081
3.2. Besucher: Erzielung eines positiven Freizeit- und Erlebniszweckes und Vermittlung von Werten	62,5 / 100	0,79	0,4937
	Σ 100		Σ 0,702

Teil C: Oberziel

Steigerung des Gemeinwohls in Österreich und der Schweiz durch die Durchführung der EURO 2008	W Zielgewicht	Z Zielerreichungsgrad	N Nutzwert
1. Ökonomische Ziele	59 / 100	1,7146	1,012
2. Ökologische Ziele	5,6 / 100	4,15	0,232
3. Soziale Ziele	35,4 / 100	0,702	0,249
	∑ 100		∑ 1,4925

Die Nutzwertanalyse auf Basis der Schätzwerte zeigt die Vorteilhaftigkeit der Durchführung der EURO 2008 in Österreich und der Schweiz (Gesamtnutzwert 2,65) gegenüber der Nicht-Durchführung (Gesamtnutzwert 1,49). Werden die einzelnen Wirkungsbereiche einzeln betrachtet, wird ersichtlich, dass bei der Durchführung die ökonomischen und sozialen Ziele (Nutzwerte 2,36 und 3,12) stärker erreicht werden als bei der Nicht-Durchführung (Nutzwerte 1,71 und 0,70), die ökologischen Ziele aber schwächer abschneiden (Nutzwert 2,71 bei Durchführung und 4,15 bei Nicht-Durchführung).

Ein Vergleich der Nutzwerte auf der Ebene der beteiligten Akteure innerhalb des ökonomischen Wirkungsbereichs zeigt, dass die öffentliche Verwaltung und die Besucher bei der Nicht-Durchführung höhere ökonomische Nutzwerte erzielen als bei der Durchführung, während die übrigen Akteure höher Werte bei der Durchführung der EURO 2008 erzielen.²²⁶

²²⁶ Gans P. et al., 2003, S. 276

10 Zusammenfassende Darstellung der Arbeit mit Schlussbemerkung

10.1 Zusammenfassung

Sportgroßveranstaltungen bieten neben den sportlichen Höhepunkten eine Mischung aus Show, Konsum, Spannung und Unterhaltung. Insbesondere der Fußballsport zieht durch seine internationale Bedeutung mit der verstärkten medialen Aufbereitung die Zuschauer in seinen Bann. Die Effekte einer Fußballgroßveranstaltung spiegeln sich in den unterschiedlichsten Bereichen wider. Für eine wissenschaftliche Analyse müssen zumindest die drei Ebenen der Nachhaltigkeit, Ökonomie, Ökologie und Soziales näher betrachtet werden. Nur wenn die Veranstaltung vorbildlich abläuft – dazu gehören eine langfristige, professionelle Planung, wirkungsvolle Öffentlichkeitsarbeit und umfangreiche Sicherheitsmaßnahmen - können die erwünschten Wirkungen erreicht werden. Bei einer erfolgreichen Austragung der EM können eine Stärkung des Vertrauens in den Wirtschaftsstandort sowie lokale Werbe- und Imageeffekte realisiert werden.²²⁷

Auch wenn die Fußball-Europameisterschaft nicht alle gesellschaftlichen Probleme lösen und volkswirtschaftlichen Ziele verwirklichen wird, so liegt in der Veranstaltung doch ein nicht zu unterschätzendes Potential gesellschaftlich gewünschter Werte, Normen und Strukturen zu festigen und zu fördern.²²⁸ Die EURO 2008 wird die Volkswirtschaft von Österreich und der Schweiz beeinflussen, aber voraussichtlich nicht so stark wie im Vorfeld angenommen wird. Die wirtschaftlichen Effekte einer solchen Sportgroßveranstaltung wie der EURO 2008 spiegeln sich vor allem in den Bereichen Bauwirtschaft und Tourismus wider. Die Infrastrukturinvestitionen der öffentlichen Hand für den Stadion Aus- und Neubau sowie für den Verkehr werden von der Baubranche bedient. Die Leistungserstellung öffentlicher Sportinfrastrukturinvestitionen ist nicht mit einer einmaligen Zahlung sichergestellt. Die Folgeausgaben öffentlicher Infrastrukturinvestitionen sind in Österreich fünfmal so hoch wie das Investitionsvolumen. So ist bereits in der Planungsphase ein Konzept für eine effiziente Nachnutzung zu erstellen, um die Folgekosten so gering wie möglich zu halten.²²⁹

Mit den zusätzlichen Aufträgen entstehen gleichzeitig neue Arbeitsplätze. Das Einkommen der zusätzlich Beschäftigten erzeugt vermehrte Konsumausgaben, so profitieren aufgrund des Multiplikatoreffekts auch andere Wirtschaftsbereiche von den Infrastrukturinvestitionen.

²²⁷ Rahmann B. et al., 1998, S. 83

²²⁸ Rahmann B. et al., 1998, S. 63

²²⁹ Grozea-Helmenstein D. et al., 2002, S. 8

Kritisch sind die geschaffenen Arbeitsplätze zu behandeln. Meist sind diese nur Teilzeitjobs, schlecht bezahlt und nur von kurzer Dauer.²³⁰

Eindeutige wirtschaftliche Gewinner der EM werden die Bauindustrie, deren Zulieferer, Architekten und Bauingenieurbüros, lokale Sicherheitsfirmen, der Elektrohandel (vor allem im Bereich TV-Geräte) und auch diejenigen die direkt mit der Vermarktung (PR, Marketing, Werbung) der Veranstaltung zu tun haben, sein. Auch die Immobilienindustrie und alle, die von der Preissteigerung der Grundstückspreise profitieren, können hier angeführt werden.

Die Verlierer werden diejenigen sein, die direkt von den Preiserhöhungen (Grundstücke, Mieten) betroffen sind. Auch die Bevölkerungsschichten, die von den öffentlichen Verkehrsverbindungen abhängig sind, könnten nach der EM von etwaigen Kürzungsmaßnahmen Einbußen ihrer Lebensqualität hinnehmen.²³¹

Die EM bietet die Gelegenheit, sich sowohl als attraktiver Wirtschaftsstandort als auch als schöne Tourismusregion zu präsentieren. Im Tourismus wird es kurzfristig zu einer Steigerung der Besucher in Österreich und der Schweiz kommen. Ökonomische Effekte ergeben sich durch die Ausgaben der Gäste für An- und Abreise, Eintrittskarten, Nächtigung, Verpflegung, Fanartikel und sonstige Dienstleistungen. Durch einen positiven Imageeffekt können auch mittelfristig Gewinne für die Region entstehen. Gesamtwirtschaftlich profitiert in der Vorbereitungsphase der EURO 2008 die Bauwirtschaft, während in der Zeit der Durchführung vor allem die Tourismusbranche mit zusätzlichen Einnahmen rechnet. Außerdem werden in der Medien- und Werbebranche, der Sportartikelbranche, der Sportwettenbranche, aber auch der Telekommunikationsbranche positive ökonomische Auswirkungen erwartet.²³² Struktureffekte werden temporär in einzelnen Branchen wie der Unterhaltungselektronik oder den Bierbrauern erwartet, andere Wirtschaftszweige werden temporär zu den Verlierern zählen.²³³

Negative Auswirkungen können für Regionen, die nicht in die Veranstaltung eingebunden sind, durch einen Wettbewerbsnachteil spürbar werden. Im Tourismus ist eine Verdrängung der „normalen“ Touristen möglich, die von solch einer Sportgroßveranstaltung abgeschreckt werden. Das Ausmaß der Verdrängung ist von der vorhandenen touristischen Ausprägung stark abhängig. Da der Sommertourismus in Österreich und der Schweiz nicht so bedeutend ist, werden keine zu starken Verdrängungseffekte erwartet.

²³⁰ Horne J./Manzenreiter W., 2006, S. 13

²³¹ Whitson D./Horne J., 2006, S. 84

²³² Grozea-Helmenstein D., 2002, S. 79

²³³ Jäggi S./Michal S., 2007, S. 70

Eine schlechte Organisation und Turnierablauf können sich ebenfalls negativ auf das Image des Austragungslands auswirken.²³⁴ Der allgemeine Crowding-Out-Effekt, nicht nur im Tourismus, sondern auch durch zeitliche Verlagerung der Kaufentscheidungen, ist nicht zu unterschätzen. Der Konjunkturimpuls durch die Infrastrukturinvestitionen muss durch Einsparungen an anderer Stelle finanziert werden.²³⁵

Die quantifizierbaren Effekte der EURO 2008 sind im wirtschaftlichen Bereich zu finden. In der Bau- und Tourismusindustrie in Österreich werden zusätzliche Ausgaben in der Höhe von 311 Mio. € bis 372 Mio. € getätigt, die einem Wertschöpfungseffekt von 195 Mio. € bis 239 Mio. € entsprechen. Der Beschäftigungseffekt, der sich daraus ergibt, wird im Zeitraum 2003 bis 2008 auf 5.310 bis 6.601 zusätzliche Arbeitsplätze geschätzt – das entspricht durchschnittlich 885 bis 1.100 durch die EM ausgelöste, zusätzliche Arbeitsplätze. Für den Staat ergeben sich durch die EURO 2008 Steuermehreinnahmen in der Höhe von 33 bis 52 Mio. €. Bei bloßer Betrachtung der wirtschaftlichen Zahlen ist die Austragung der EM zu befürworten. Die österreichische Wirtschaft kann ihre Position im internationalen Wettbewerb verbessern und ihre heimischen Marktanteile erhöhen. Schwerer sind die Effekte im sozialen und ökologischen Bereich zu quantifizieren und werden erst ex-post geklärt werden können. Im Vorfeld ist es wichtig, den Bau der neuen Sportinfrastrukturen gemeinsam mit einer effizienten Städteplanung zu kombinieren – so garantiert eine Multifunktionalität der Stadien eine kostendeckende Nachnutzung.

In der Schweiz sind die erwarteten Effekte ähnlich hoch angesetzt. Die EURO 2008 wird mit Abstand die größte je in der Schweiz durchgeführte Sportveranstaltung sein und soll dort einen Umsatz (netto) von 1,1 bis 1,5 Mrd. CHF (0,67 bis 0,91 Mrd. €) und eine volkswirtschaftlich relevante Wertschöpfung von 640 bis 860 Mio. CHF (387 bis 520 Mio. €) auslösen. Die größte wirtschaftliche Wirkung geht von den 1,0 bis 1,4 Mio. ausländischen Besuchern aus. Davon profitieren nicht nur die Host Cities, sondern auch die umliegenden Regionen.

²³⁴ Rahmann B. et al., 1998, S. 83

²³⁵ Menzel O., 2006, S. 122

Das Public Viewing stellt einen hohen Unsicherheitsfaktor in der wirtschaftlichen Abschätzung dar. Fest steht, dass diese Form bzw. Erweiterung des Spektakels ein wesentliches Element zukünftiger Sportgroßveranstaltungen darstellt und zusätzliches Potential bietet. Das Public Viewing bringt auf der einen Seite höhere Einnahmen, auf der anderen Seite steigen auch die Kosten (Tribüne, Sicherheit, Screens, etc.).²³⁶ In Österreich sind über 300 Orte offiziell als „Public Viewing“ eingetragen.²³⁷

Die UEFA erwartet sich wieder eine beachtliche Steigerung ihrer Einnahmen zur EURO 2004. Den größten Anteil dazu liefern die TV-Übertragungsrechte mit 800 Mio. €.

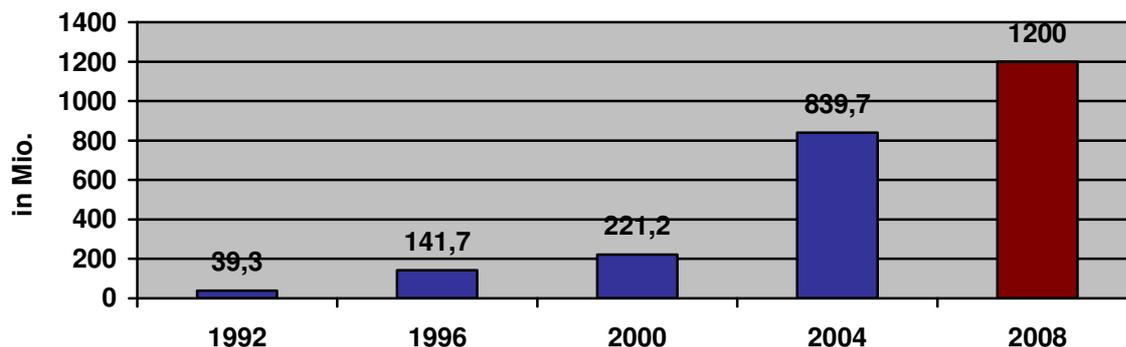


Abbildung 34: Wirtschaftsfaktor EURO (www.fussballverbindet.at, am 12.4.2008)

Der österreichische Fußball profitiert nicht nur durch die wirtschaftlichen Gewinne, sondern vor allem durch eine erhöhte Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit für den Fußballsport. Die gesteigerte Popularität spiegelt sich in steigenden Mitgliederzahlen der Vereine oder einer verstärkten Nachwuchsförderung wider, zusätzlich gibt es auch bessere Sportinfrastrukturen im Land. Negative Effekte in diesem Bereich durch die Austragung der EURO 2008 sind nicht zu erwarten.

In der Vorbereitungsphase überwiegen bei der Ausrichtung einer Fußballgroßveranstaltung die negativen Umwelteinflüsse. Der Flächenverbau mit den dazugehörigen Lärm- und Schadstoffemissionen der Baumaßnahmen ist hier Hauptverantwortlich. Während der Veranstaltung erhöht sind durch die Besucher der Abfall, der Verkehr und der Verbrauch andere Ressourcen (wie Wasser). Wichtig ist die Förderung des öffentlichen Nahverkehrs mit guten Verkehrsanbindungen der Stadien und günstigen Ticketpreisen. Mit Parkplatzgebühren während der Veranstaltung kann das Verkehrsproblem weiter minimiert werden. Für die langfristige Nachnutzung der Sportstätten ist eine energiesparende Benutzung wichtig.

²³⁶ Rütter H. et al., 2007, S. 61 ff.

²³⁷ Die Presse: „Euro-Schauen in Russen-Club und Pfarrhof“, 31.5.2008, S. 17

Ökologische Vorteile entstehen durch den Ausbau der Verkehrsinfrastruktur im öffentlichen Bereich. Zudem kann die umweltfreundliche Einstellung der Bevölkerung durch die Vorbildfunktion einer solchen Veranstaltung gefördert werden.²³⁸

Im sozialen Bereich sind vor allem die gesellschaftlichen Wirkungen wie Identifikation und Integration, die von solchen Sportgroßveranstaltungen ausgehen, zu nennen. Die Effekte lassen sich nur schwer in ökonomisch messbare Größen erfassen, anzuführen sind jedoch die gesundheitliche, pädagogische und soziale Wirkung.²³⁹ Die Identifikation mit der Heimatregion/dem Heimatland als Austräger dieser Veranstaltung wird durch das internationale Interesse gestärkt.²⁴⁰ Durch die öffentlichen Investitionen gewinnt die Freizeit- und Sportinfrastruktur, dies führt zu einer Erhöhung der Attraktivität der Region und Lebensqualität der Einwohner. Während des Turniers sollten von den teilnehmenden Mannschaften gesellschaftliche Werte wie Teamgeist, Fairness, Disziplin und auch der leistungsorientierte Wettbewerb vermittelt werden. Idealerweise gestaltet sich auch die Begegnung der Fans aus den verschiedenen Ländern friedlich und führt zu einem Abbau der Vorurteile. Das Aufeinandertreffen der Fans verschiedener Nationen kann aber durch übertriebenen Ehrgeiz und starke Polarisierung der Zuschauer ins Negative ausschlagen. Nicht selten müssen die Sicherheitskräfte Ausschreitungen aggressiver Fans schlichten. Die Bevölkerung muss während der Veranstaltung wegen der verstärkten Lärmbelastung, dem höheren Verkehrsaufkommen, aber auch der gestiegenen Kriminalität mit Beeinträchtigungen rechnen.

10.2 Fazit

Die Ergebnisse einzelner Sportgroßveranstaltungen besitzen keine allgemeine Gültigkeit, daher ist es empfehlenswert die verschiedenen Veranstaltungen hinlänglich ihrer sozio-ökonomischen Analysen und Kosten-Nutzen-Analysen einzeln zu bewerten. Viele dieser Studien werden zudem von der Veranstaltungsorganisation in Auftrag gegeben, die ein positives Ergebnis erwarten. Oft werden hier schwer messbare Zahlengrößen, wie soziale Auswirkungen, überhöht eingeschätzt.²⁴¹

²³⁸ Rahmann B. et al., 1998, S. 83

²³⁹ Grozea-Helmenstein D. et al., 2002, S. 4

²⁴⁰ Horne J./Manzenreiter W., 2006, S. 17

²⁴¹ Malfas M., 2004, S. 214

Die Verbesserung der wirtschaftlichen Erwartungen des Gastgeberlandes kann sich weder auf eine ernstzunehmende Theorie noch auf eine solide Empirie stützen.²⁴² Die verschiedenen Studien haben gezeigt, dass selbst unter optimalen Bedingungen – wie das 2006 in Deutschland der Fall war – ein sportliches Großereignis kein sinnvolles Instrument ist, um die Konjunktur und Wachstumspolitik kurz- bzw. mittelfristig zu beeinflussen. Die entstandenen Wirtschaftseffekte sind zu gering, um starke regionale und nationale Wirtschaftsräume zu beeinflussen. Es ist dennoch wichtig, die ökonomische Wirkung durch die Optimierung der eventbedingten Kosten zu maximieren. In erster Linie sollte eine Großveranstaltung wie die Fußball-Europameisterschaft aus wirtschaftlicher Sicht als Investition in das Standortmarketing aufgefasst werden.²⁴³ Die Wirtschaft rechnet trotzdem mit einem deutlichen Imagegewinn durch die Fußball-EM für Österreich und die Schweiz. Gelingt eine ähnliche Imageverbesserung wie in Deutschland nach der Weltmeisterschaft 2006 (ein kalkulierbarer Imageeffekt von 480 Mio. €), kann auch hier eine viertel Milliarde € nachhaltiger Imageverbesserung erzielt werden.²⁴⁴

Diese Mega-Events können aber hervorragend genutzt werden, um Menschen zu aktivieren und die entsprechenden Nachhaltigkeitsthemen „positiv verpackt“ zu präsentieren. Die Wirkungen von Emotionalität, Kommunikation, Interaktion und Qualität kommen gerade bei Sportevents besonders hervor.²⁴⁵ Die gesellschaftspolitische Bedeutung, neben dem „Spaßwert“ des Ereignisses, zur weltweiten Völkerverständigung und der positiven Außendarstellung des Landes sollte nicht unterschätzt werden.²⁴⁶

Um eine Sportgroßveranstaltung im wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Rahmen sinnvoll zu planen, sollte der Satz von Chernushenko beachtet werden. Demnach ist die größte Herausforderung für den Austragungsort, die Sportgroßveranstaltung der Stadt anzupassen und nicht die Stadt der Veranstaltung.²⁴⁷

²⁴² Brenke K./Wagner G., 2007, S. 19

²⁴³ Preuß H., 2007, S. 7

²⁴⁴ Wirtschaftsblatt: „Wirtschaft rechnet mit deutlichem Imagegewinn durch die Fußball EM“, 11.4.2008, S. 8

²⁴⁵ Lucas R., 2006, S. 21

²⁴⁶ Brenke K./Wagner G., 2007, S. 26

²⁴⁷ Chernushenko D., 1994, S. 28

11 Anhang

Berechnungen zu Kapitel 9.2.2

Kosten-Nutzen Analysebogen

Ad 1.1.

Einnahmen aus Ticketverkauf

Österreich:

Kap. 7.4. (Grozea-Helmenstein et al. S. 34)

Vollauslastung 100% (615.894 Sitzplätze bei 16 Spiele): 52,3 Mio. €

Auslastung 96% (=Max. Variante): 50,2 Mio. €

Auslastung 70% (= Min. Variante): 36,6 Mio. €

Schweiz:

Da eine gesonderte Ausweisung dieses Postens in der Schweizer Studie nicht vorhanden ist, wird dieser in Anlehnung an die österreichische Studie berechnet. Pro Sitzplatz werden durchschnittlich Einnahmen von 85 € erwartet. Stadienkapazität aus Rütter S. 30 Kap. 8.1. und Kap. 5.4.

Vollauslastung 100% (555.720 Sitzplätze bei 15 Spiele): 47,2 Mio. €

Auslastung 96% (= Max. Variante): 45,3 Mio. €

Auslastung 86% (= Min. Variante): 40,6 Mio. €

Gesamt Ö und CH:

Min.: 77,2 Mio. €

Max.: 95,5 Mio. €

Ad 1.2.Ausgaben für Fanartikel*Österreich:*

In der Österreichischen Studie werden diese Ausgaben gesondert ausgewiesen. Sie betragen für Inländer (=keine Übernachtungsgäste) 18,2 € das sind 27,7% seiner Tagesausgaben und für Ausländer (=Übernachtungsgäste) 51,6 € das entspricht 40,2 % seiner Tagesausgaben.

$$\text{Max} = 1.241.490 \times 51,6 \text{ €} + 177.377 \times 18,2 \text{ €} = 67.289.145,4 \text{ €}$$

$$\text{Min} = 776.025 \times 51,6 \text{ €} + 172.450 \times 18,2 \text{ €} = 43.181.480 \text{ €}$$

Schweiz:

In der Schweizer Studie werden diese Ausgaben nicht gesondert ausgewiesen. In der Aufstellung der Ausgaben nach Kategorien werden für die Ausgaben für Einkäufe und anderes 15% veranschlagt, dieser Wert wird für die Berechnung der fußballspezifischen Ausgaben (=Fanartikel) herangezogen. (Rütter et al. S. 41)

$$\text{Tagestouristen aus der Schweiz: } 45 \text{ CHF Tagesausgaben} - 15\%: 6,75 \text{ CHF (4,2 €)}$$

$$\text{Andere Tagestouristen: } 60 \text{ CHF Tagesausgaben} - 15\%: 9 \text{ CHF (5,6 €)}$$

$$\text{Schweizer Übernachtungsgäste: } 185 \text{ CHF Tagesausgabe} - 15\%: 27,75 \text{ CHF (17,3 €)}$$

$$\text{Ausländische Übernachtungsgäste: } 230 \text{ CHF Tagesausgabe} - 15\%: 34,5 \text{ CHF (21,56 €)}$$

$$\text{Max} = 69.270 \times 4,2 \text{ €} + 94.450 \times 5,6 \text{ €} + 5.580 \times 17,3 \text{ €} + 741.530 \times 21,56 \text{ €} = 16.903.774,8 \text{ €}$$

$$\text{Min} = 61.000 \times 4,2 \text{ €} + 83.190 \times 5,6 \text{ €} + 4.920 \times 17,3 \text{ €} + 568.770 \times 21,56 \text{ €} = 13.069.861,2 \text{ €}$$

Gesamt Ö und CH:

$$\text{Min} = 43.181.480 + 13.069.861,2 = 56.251.341,2 \text{ €} \rightarrow 56,2 \text{ Mio. €}$$

$$\text{Max} = 67.289.145,4 + 16.903.774,8 = 84.192.920,2 \text{ €} \rightarrow 84,2 \text{ Mio. €}$$

Ad 3.1.Ausgaben der Besucher für Eintritt

siehe 1.1.

Gesamt Ö und CH:

Min.: 77,2 Mio. €

Max.: 95,5 Mio. €

Ad 3.2.Ausgaben der Besucher für Verpflegung während der Veranstaltung

Österreich:

In der österreichischen Studie werden die Kosten nicht explizit angegeben. Bei den Tagesausgaben von 76,8 € der ausländischen Besucher ist die Unterkunft, Verpflegung, Transport und sonstiges enthalten, die 47,5 € Tagesausgaben der inländischen Besucher sind ohne Unterkunft gerechnet. Ausgehend von der prozentuellen Aufteilung der Schweizer Studien die 19% der gesamten Tagesausgaben für Verpflegung 11% für Einkäufe, 6% für Transport und 4% für Sonstiges veranschlagt, ergibt dies für die österreichischen Zahlen, dass hier von den 47,5 € etwa die Hälfte (48%) für Verpflegung angenommen werden kann. Dies wären also 22,8 €.

Dieser Prozentsatz deckt sich auch ungefähr mit den von der Wirtschaftskammer Österreich veröffentlichten Studie „Tourismus in Zahlen“ (S. 57), die von einem Prozentsatz von etwa 51% ausgeht (jedoch generelle Ausgaben der Österreich Touristen und nicht spezifisch für die Fußball EM erhoben).

Min.: 21.625.230 € → 21,6 Mio. €

Max.: 32.350167,6 € → 32,4 Mio. €

Schweiz:

(Rütter et al. S. 40 f.)

Es wird erwartet, dass die Besucher 19% für Essen und Trinken ausgeben. Dies ergibt Ausgaben von min. 31,1 Mio. CHF (19,4 Mio. €) und max. 38,6 Mio. CHF (24,1 Mio. €).

Gesamt Ö und CH:

Min.: 41 Mio. €

Max.: 56,5 Mio. €

Ad 3.3.Ausgaben für An- und Abreise der Besucher*Österreich:*

In der Studie wiederum keine genauen Angaben – Berechnung wieder anhand der Schweizer Studie. Ergibt ausgehend von den 47,5 € Tagesausgaben 7,125 € für den Transport. In der min. Variante wären das 6,8 Mio. € und in der max. Variante 10,1 Mio. €

Schweiz:

6% der Ausgaben werden für den Transport veranschlagt. Dies ergibt in der min. Variante 10 Mio. CHF (6,25 Mio. €) und in der max. Variante 12,4 Mio. CHF (7,75 Mio. €)

Gesamt Ö und CH:

Min.: 13 Mio. €

Max.: 17,9 Mio. €

Ad 5.1.Gastgewerbe und Einzelhandel: zusätzliche Einnahmen*Österreich*

Pro Kopf Ausgaben:

76,8 € ausländischer Gast (Unterkunft, Verpflegung, Transport, u.ä.)

47,5 € inländischer Gast (ohne Unterkunft)

Siehe Kapitel 7.4 Tourismus – Tagesausgaben

Minimal Variante

40% Inländische Gäste: 172.450 Aufenthaltstage

60% Ausländische Gäste: 258.680 Personen mit durchschnittlicher Aufenthaltsdauer 2 Nächte/ 3 Tage führt zu 517.350 zusätzlichen Übernachtungen und 776.025 Aufenthaltstagen

$$= 776.025 \times 76,8 + 172.450 \times 47,5 = 67.790.095 \text{ €} \rightarrow 67,8 \text{ Mio. €}$$

Maximalvariante

30% Inländische Gäste: 177.377 Aufenthaltstage

70% Ausländische Gäste: 413.900 Personen mit durchschnittlicher Aufenthaltsdauer 2 Nächte/ 3 Tage führt zu 827.762 zusätzlichen Übernachtungen und 1.241.490 Aufenthaltstagen

$$= 1.241.490 \times 76,8 + 177.377 \times 47,5 = 103.771.839,5 \text{ €} \rightarrow 103,8 \text{ Mio. €}$$

Offizielle

UEFA: 150 Personen mit 363,4 € Tagesausgaben, bei durchschnittlich 29 Aufenthaltstagen ergibt 1.580.790 € Ausgaben

8 Teams und Assistenten: hier wird mit etwa 45 Personen pro Team gerechnet die durchschnittlich 20 Tage bleiben und täglich 290,7 € ausgeben. Dies führt zu Totalen Ausgaben von 2.093.040 €

Medienvertreter: da in Österreich das Medienzentrum ist, wird hier mit einem hohen Medieninteresse gerechnet. Es werden rund 6000 Medienvertreter erwartet mit einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 15 Tagen und Tagesausgaben von 363,4 € ergibt das insgesamt 32.706.000 €.

$$= 1.580.790 + 2.093.040 + 32.706.000 = 36.379.830 \text{ €} \rightarrow 36,4 \text{ Mio. €}$$

Die Ausgaben der Gäste betragen so insgesamt zwischen 104,2 Mio. € und 140,2 Mio. €

Schweiz:

Siehe Kapitel 8.2 Tourismus

Minimalvariante:

85% Auslastung

717.880 Matchbesucher

17% Tagestouristen: 144.190 Aufenthaltstage

$$7\% \text{ Schweizer Tagestouristen: } 61.000 \text{ Tage/ } 45 \text{ CHF} = 1.715.625 \text{ €}$$

$$10\% \text{ ausländische Tagestouristen: } 83.190 \text{ Tage/ } 60 \text{ CHF} = 3.119.625 \text{ €}$$

68% Übernachtungsgäste: 573.690 Aufenthaltstage

$$1\% \text{ Schweizer Übernachtungsgäste: } 4.920 \text{ Tage/ } 185 \text{ CHF} = 568.875 \text{ €}$$

$$68\% \text{ ausländische Übernachtungsgäste: } 568.770 \text{ Tage/ } 230 \text{ CHF} = 81.760.687,5 \text{ €}$$

$$= 1.715.625 + 3.119.625 + 568.875 + 81.760.687,5 = 87.164.812,5 \text{ €} \rightarrow 87,2 \text{ Mio. €}$$

Hier werden noch die Ausgaben für Fanartikel (=fußballspezifische Ausgaben) abgezogen – siehe 1.2.

$$= 87.164.812,5 - 13.069.861,2 = 74.094.951,3 \text{ €} \rightarrow 74,1 \text{ Mio. €}$$

Maximalvariante:

96% Auslastung

910.830 Matchbesucher

16% Tagestouristen: 163.720 Aufenthaltstage

$$7\% \text{ Schweizer Tagestouristen: } 69.270 \text{ Tage/ } 45 \text{ CHF} = 1.948.218,75\text{€}$$

$$9\% \text{ ausländische Tagestouristen: } 94.450 \text{ Tage/ } 60 \text{ CHF} = 3.541.875\text{€}$$

72% Übernachtungsgäste: 747.110 Aufenthaltstage

$$1\% \text{ Schweizer Übernachtungsgäste: } 5.580 \text{ Tage/ } 185 \text{ CHF} = 645.187,5\text{€}$$

$$72\% \text{ ausländische Übernachtungsgäste: } 741.530 \text{ Tage/ } 230 \text{ CHF} = 106.594.937,5\text{€}$$

$$= 1.948.218,75 + 3.541.875 + 645.187,5 + 106.594.937,5 = 112.730.218,75 \text{ €} \rightarrow 112,7 \text{ Mio. €}$$

Hier werden noch die Ausgaben für Fanartikel (=fußballspezifische Ausgaben) abgezogen – siehe 1.2.

$$= 112.730.218,75 - 16.903.774,8 = 95.826.443,9 \text{ €} \rightarrow 95,8 \text{ Mio. €}$$

Offizielle:

UEFA: 800 Personen mit Tagesausgaben von 247 € und einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 15 Tagen ergibt 12.000 Aufenthaltstage und Ausgaben von 2.964.000 €

8 Teams und Assistenten: mit 50 Personen pro Team 205 € Tagesausgaben und durchschnittlich 20,8 Aufenthaltstagen ergibt sich hier ein Wert von 8.300 Tagen und 1.705.600 € Ausgaben.

Medienvertreter: 3.300 Personen bei Tagesausgaben von 175 € und 25 Tagen Aufenthalt ergibt 82.500 Tage Aufenthalt und Ausgaben von 14.437.500 €.

Sponsoren und VIPs: hier werden die ca. 4.000 Personen zusammengefasst, die in den Genuss der Spezial Packages kommen. Sie bleiben durchschnittlich 3,5 Tage dies ergibt 14.000 Aufenthaltstage. Sie geben täglich etwa 256 € aus, also insgesamt 3.584.000 €

= 22.691.100 € → 22,7 Mio. €

In der Schweiz werden also Ausgaben (abzüglich der Fanartikel) von Min.: 96,8 Mio. € bis Max.: 118,5 Mio. € erwartet.

Gesamt Ö und CH:

Min.: 200.955.976,3 € → 201,0 Mio. €

Max.: 258.669.213,4 € → 158,7 Mio. €

Ad 6.1.

Zusätzliche Einkommen sonstiger Unternehmen

Österreich:

(Grozea-Helmenstein S. 56)

Werbung:

Durch die EM 2008 induzierten geschätzten Einnahmen 735 – 1.272 Mio. Schilling → 53,4 – 92,4 Mio. €

Telekommunikation:

Mangels genauer eignen Berechnung werden dieselben Annahmen wie in der schweizer Berechnung getroffen. (vgl. Grozea-Helmenstein S. 76)

Journalisten: 16.400 Journalistentage; Annahme 49.200 h Telefon/ Fax und 32.800 h Internet Nutzung mit 90% der Verbindungen außerhalb Österreichs und 10% Österreich intern. Da in Österreich aktuell die Tarife für Handytelefonie und Internet auf einem sehr niedrigen Niveau sind (Telefonie: Inland durchschnittlich 0,2€/ min und Ausland 0,6€/ min Verbindungsentgelt; Internet: 0,2 €/ h) ergibt dies einen Wert von etwa 0,2 Mio. € - abhängig vom Anbieter.

Besucher: Annahme Ausländer 3,1 €/ Tag Telefongebühren inkl. Roaminggebühren, Inländer 2,5 €/ Tag Telefongebühren. Bei der min. Variante wird bei ausländischen Besuchern mit 776.025 Tagen und bei der max. Variante mit 1.241.490 Tagen gerechnet – dies ergibt einen Wert von 2,4 – 3,8 Mio. €. Hier werden die Telefonkosten der Österreichischen Besucher hinzugerechnet. Diese variieren zwischen (172.450 Tage) 0,43 Mio. € in der min. Variante und (177.377 Tage) 0,44 Mio. € in der max. Variante. Insgesamt ergeben die Telefonausgaben der Besucher einen Wert zwischen 2,8 und 4,2 Mio. €.

Die gesamten Telekommunikationsausgaben ergeben ein min. von 3 und ein max. von 4,4 Mio. €.

Gesamt Werbung & Telekommunikation:

Min: 56,4 Mio. €

Max: 96,8 Mio. €

Schweiz:

(Rütter S. 50 ff.)

Werbung:

Direkte und indirekte Umsätze 30,7 Mio. CHF (min. Variante) bis 41,2 Mio. CHF (max. Variante) → 19,2 – 25,7 Mio. €

Telekommunikation:

Journalisten: 15.200 Journalistentage, Annahme 45.600 h Telefon/ Fax und 30.400 h Internet Nutzung mit 90% der Verbindungen außerhalb der Schweiz und 10% Schweiz intern ergibt dies einen Wert zwischen 2,9 und 3,6 Mio. CHF abhängig vom Anbieter.

Besucher: Annahme Ausländer 5 CHF/ Tag Telefongebühren inkl. Roaminggebühren, Inländer 4 CHF/ Tag Telefongebühren. Bei der min. Variante wird bei ausländischen Besuchern mit 690.000 Tagen und bei der max. Variante mit 864.000 Tagen gerechnet – dies ergibt einen Wert von 3,3 – 4,2 Mio. CHF. Hier werden die Telefonkosten der Schweizer Besucher hinzugerechnet. Diese variieren zwischen 0,26 Mio. CHF in der min. Variante und 0,3 Mio. CHF in der max. Variante. Insgesamt ergeben die Telefonausgaben der Besucher einen Wert zwischen 3,5 und 4,5 Mio. CHF.

Die gesamten Telekommunikationsausgaben ergeben ein min. von 6,4 und ein max. von 8,1 Mio. CHF. → 4 – 5,1 Mio. €

Gesamt Werbung & Telekommunikation:

Min: 23,2 Mio. €

Max: 30,8 Mio. €

Gesamt Ö und CH:

Min: 79,6 Mio. €

Max: 127,6 Mio. €

Tabelle I

Steigerung des Gemeinwohls im Untersuchungsraum durch die Durchführung einer Sportgroßveranstaltung											
Typ	W I			W II			W III				
	Ökonomische Ziele	Ökologische Ziele	Soziale Ziele	Ökonomische Ziele	Ökologische Ziele	Soziale Ziele	Ökonomische Ziele	Ökologische Ziele	Soziale Ziele		
	X	n	s	X	n	s	X	n	s		
1	0,0	1		0,0	1		100,0	1			
2	32,5	3	28,8	10,3	3	9,1	57,2	3	27,5		
3	55,0	1		5,0	1		40,0	1			
4	33,3	3	22,5	20,0	3	5,0	46,7	3	25,2		
5	30,4	11	14,1	19,3	11	16,0	50,3	11	20,5		
6	30,5	6	18,2	10,8	6	6,5	58,8	6	19,5		
7	41,9	3	7,1	19,9	3	19,8	38,2	3	15,0		
8	34,2	3	14,6	10,0	3	10,0	55,8	3	9,5		
9	60,0	1		10,0	1		30,0	1			
10	51,7	2	25,9	19,2	2	5,9	29,2	2	20,0		
11	63,3	3	20,2	15,6	3	12,6	21,1	3	7,9		
12	27,9	7	9,1	10,0	7	11,2	62,1	7	12,2		
13											
14	38,3	2	11,8	13,3	2	4,7	48,3	2	16,5		
15											
16	52,8	4	16,5	11,6	4	10,9	35,6	4	6,6		
17	36,6	5	12,6	16,4	5	7,9	47,0	5	15,4		
18	51,7	4	19,7	8,8	4	8,5	39,6	4	14,2		
19	40,0	2	21,2	12,5	2	3,5	47,5	2	24,7		
20	40,1	4	9,1	14,8	4	4,1	45,1	4	8,5		
21	44,3	9	8,5	7,1	9	6,9	48,6	9	6,7		
22	48,9	10	14,3	16,2	10	10,4	34,9	10	13,0		
23	47,7	5	15,2	21,6	5	13,0	30,7	5	18,4		
24	37,7	8	22,9	12,7	8	8,0	49,6	8	26,9		
25	60,0	2	9,4	5,8	2	1,2	34,2	2	10,6		
26	40,0	2	42,4	10,0	2	14,1	50,0	2	28,3		
27	40,0	1		10,0	1		50,0	1			
28	40,0	3	17,3	33,3	3	28,9	26,7	3	11,5		
29	39,2	4	14,8	13,8	4	7,5	47,1	4	15,3		
30	59,0	6	8,4	5,6	6	7,4	35,4	6	11,6		
31	46,1	4	8,8	19,4	4	8,8	34,4	4	8,3		
32	70,0	1		10,0	1		20,0	1			
33	36,8	7	16,1	18,1	7	9,2	45,1	7	13,4		
34	67,1	4	24,6	5,8	4	6,9	27,1	4	21,2		
35	56,7	8	13,0	13,3	8	8,5	30,0	8	16,7		
36	50,3	13	11,7	15,7	13	9,9	34,0	13	12,9		





Typ	Ökonomische Ziele																	
	W.1.1			W.1.2			W.1.3			W.1.4			W.1.5			W.1.6		
	Veranstalter: Erzielung eines nachhaltigen positiven betriebswirtsch. sachlichen Ergebnisses	Bevölkerung: Steigerung des wirtschaftlichen Wohlsstands	Besucher: Begrenzung des finanziellen Aufwands für den Besuch der Veranstaltung	Örtliche Verwaltung: Beachtung der Grundsätze der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit	Gastgewerbe und Einzelhandel: kurz-, mittel- und langfristige Erzielung positiver betriebswirtsch. licher Ergebnisse	Sonstige Unternehmen: kurz-, mittel- und langfristige Erzielung positiver betriebswirtsch. licher Ergebnisse												
X	n	s	X	n	s	X	n	s	X	n	s	X	n	s	X	n	s	
1																		
2	17,9	1	9,2	12,7	3	2,3	16,2	3	4,4	14,5	3	5,8	31,1	3	17,4	7,7	3	2,8
3	15,0	1	12,5	1			5,0	1		7,5	1		45,0	1		15,0	1	
4	10,0	3	5,0	10,8	3	8,0	15,0	3	5,0	14,2	3	6,3	40,8	3	13,8	9,2	3	5,2
5	19,4	11	11,2	12,4	11	6,1	18,4	11	8,1	13,4	11	4,7	25,0	11	11,3	11,4	11	5,9
6	33,3	6	19,3	5,5	6	5,1	15,1	6	7,0	17,1	6	14,9	18,9	6	10,5	10,1	6	7,4
7	5,8	3	5,2	10,6	3	4,2	27,8	3	6,9	23,9	3	17,7	21,1	3	16,4	10,8	3	1,4
8	25,8	3	22,7	9,4	3	5,1	10,6	3	9,2	16,4	3	8,5	26,1	3	7,9	11,7	3	2,9
9	20,0	1		10,0	1		5,0	1		5,0	1		40,0	1		20,0	1	
10	26,7	2	23,6	11,7	2	11,8	8,3	2	2,4	7,5	2	3,5	32,5	2	24,7	13,3	2	11,8
11	21,4	3	9,7	10,6	3	1,0	15,0	3	10,0	14,2	3	14,2	28,3	3	20,2	10,6	3	8,2
12	13,2	7	4,3	12,9	7	9,2	22,1	7	8,5	31,4	7	12,5	12,9	7	5,1	7,5	7	4,3
13																		
14	20,8	2	29,5	5,8	2	1,2	5,8	2	8,2	15,8	2	13,0	40,0	2	28,3	11,7	2	2,4
15																		
16	25,3	4	17,2	12,1	4	12,7	9,3	4	7,1	7,8	4	5,2	32,5	4	5,0	13,1	4	4,7
17	25,5	5	3,6	7,9	5	2,0	15,6	5	4,9	14,8	5	4,6	21,9	5	5,4	14,3	5	9,1
18	29,1	4	19,3	5,6	4	4,3	10,0	4	7,1	19,7	4	21,6	18,4	4	8,7	17,2	4	13,0
19	32,5	2	10,6	11,3	2	5,3	15,0	2	7,1	11,3	2	1,8	21,3	2	5,3	8,8	2	1,8
20	35,6	4	11,3	11,3	4	6,3	15,3	4	9,0	15,6	4	5,3	12,7	4	5,1	9,6	4	5,1
21	28,6	9	20,8	14,2	9	12,0	16,1	9	6,6	7,8	9	6,3	20,3	9	8,2	13,1	9	12,2
22	18,0	10	12,0	11,5	10	4,7	13,5	10	9,7	11,9	10	6,6	32,5	10	10,5	12,6	10	5,1
23	28,3	5	10,8	12,0	5	4,6	18,9	5	8,4	14,1	5	9,4	18,7	5	8,7	8,1	5	2,8
24	21,2	7	12,2	9,7	7	4,2	23,9	7	14,6	14,4	7	8,0	20,1	7	11,4	10,8	7	5,8
25	20,0	2	23,6	2,5	2	1,2	12,5	2	15,3	10,0	2	2,4	35,8	2	1,2	19,2	2	3,5
26	10,0	2	0,0	15,0	2	7,1	10,0	2	0,0	27,5	2	10,6	22,5	2	3,5	15,0	2	14,1
27	20,0	1		5,5	1		4,5	1		40,0	1		25,0	1		25,0	1	
28	15,0	3	8,7	14,2	3	10,1	6,7	3	5,8	9,2	3	1,4	38,3	3	14,4	16,7	3	11,5
29	18,9	4	15,4	14,4	4	8,3	9,3	4	4,3	10,8	4	5,0	28,3	4	5,3	18,3	4	5,3
30	24,7	6	18,1	8,8	6	7,4	13,4	6	5,4	17,2	6	10,0	23,2	6	12,8	12,8	6	8,1
31	25,6	4	13,4	20,6	4	7,3	12,8	4	3,6	9,5	4	4,5	19,9	4	7,4	11,6	4	1,9
32	70,0	1		10,0	1		0,0	1		20,0	1		0,0	1		0,0	1	
33	22,1	7	12,5	9,1	7	6,4	15,8	7	10,0	18,2	7	12,2	21,4	7	11,1	13,3	7	7,6
34	37,7	4	23,1	11,9	4	12,5	2,3	4	3,1	2,9	4	3,4	34,4	4	17,8	10,8	4	10,4
35	23,4	8	15,2	10,2	8	4,8	8,3	8	6,5	8,9	8	5,6	34,2	8	9,3	14,9	8	10,1
36	28,6	13	10,9	13,4	13	7,5	10,6	13	5,5	6,9	13	4,7	24,6	13	7,1	15,9	13	8,8

Typ	Ökologische Ziele	
	W.1.1	Erhalt oder Verbesserung ökologischer Lebensbedingungen
1	100,0	
2	100,0	
3	100,0	
4	100,0	
5	100,0	
6	100,0	
7	100,0	
8	100,0	
9	100,0	
10	100,0	
11	100,0	
12	100,0	
13	100,0	
14	100,0	
15	100,0	
16	100,0	
17	100,0	keine Gewichtung
18	100,0	niedrig, da nur ein Unterziel vorhanden
19	100,0	
20	100,0	
21	100,0	
22	100,0	
23	100,0	
24	100,0	
25	100,0	
26	100,0	
27	100,0	
28	100,0	
29	100,0	
30	100,0	
31	100,0	
32	100,0	
33	100,0	
34	100,0	
35	100,0	
36	100,0	

Typ	Soziale Ziele							
	W.III.1			W.III.2				
	Bevölkerung: Stärkung des Gemeinbewusstseins	Besucher: Erzielung eines positiven Freizeit- und Erlebniszweckes und Vermittlung von Werten	W.III.2	W.III.2	W.III.2	W.III.2		
X	n	s	X	n	s	X	n	s
1	50,0	1		50,0	1			
2	42,5	2	17,7	57,5	2	17,7		
3	15,0	1		85,0	1			
4	41,7	3	20,2	58,3	3	20,2		
5	41,6	11	8,8	58,4	11	8,8		
6	38,3	6	11,7	61,7	6	11,7		
7	40,0	3	0,0	60,0	3	0,0		
8	48,3	3	7,6	51,7	3	7,6		
9	30,0	1		70,0	1			
10	65,0	2	7,1	35,0	2	7,1		
11	41,7	3	22,5	58,3	3	22,5		
12	41,4	7	10,3	58,6	7	10,3		
13								
14	43,3	2	4,7	56,7	2	4,7		
15								
16	45,6	4	20,7	54,4	4	20,7		
17	51,6	5	12,5	48,4	5	12,5		
18	45,3	4	7,1	54,7	4	7,1		
19	52,5	2	24,7	47,5	2	24,7		
20	45,3	4	9,4	54,7	4	9,4		
21	40,0	9	15,8	60,0	9	15,8		
22	44,0	10	14,7	56,0	10	14,7		
23	45,3	5	9,5	54,8	5	9,5		
24	31,0	8	9,5	69,0	8	9,5		
25	38,3	2	2,4	61,7	2	2,4		
26	35,0	2	7,1	65,0	2	7,1		
27	40,0	1		60,0	1			
28	53,3	3	11,5	46,7	3	11,5		
29	60,0	4	14,1	40,0	4	14,1		
30	37,5	6	14,7	62,5	6	14,7		
31	47,5	4	10,4	52,5	4	10,4		
32	40,0	1		60,0	1			
33	34,9	7	11,8	65,1	7	11,8		
34	27,1	4	30,4	72,9	4	30,4		
35	52,7	8	13,8	47,3	8	13,8		
36	41,5	13	11,6	58,5	13	11,6		

**Veranstalter:
Erzielung eines nachhaltigen betriebswirtschaftlichen Ergebnisses**
(Fortsetzung auf der folgenden Seite)

Typ	W 1.1.a			W 1.1.b			W 1.1.c			W 1.1.d			W 1.1.e			W 1.1.f			
	\bar{x}	n	s	\bar{x}	n	s	\bar{x}	n	s	\bar{x}	n	s	\bar{x}	n	s	\bar{x}	n	s	
1	25,0	1	0,0	1	25,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	30,0	1	0,0	1	
2	10,0	3	10,0	3	15,6	3	8,2	3	0,0	3	0,0	3	0,0	3	16,7	3	20,8	3	
3																			
4	3,8	4	7,5	4	6,3	4	2,5	4	5,0	4	18,2	4	5,0	4	10,0	4	12,7	4	5,6
5	12,8	8	17,0	8	0,0	8	20,3	8	21,3	8	0,0	8	0,0	8	30,4	8	31,0	8	31,0
6	0,0	3	0,0	3	6,7	3	11,5	3	11,0	3	0,0	3	0,0	3	52,7	3	42,0	3	42,0
7																			
8	0,0	5	0,0	5	2,0	5	4,8	5	5,0	5	35,8	5	0,0	5	31,2	5	30,9	5	30,9
9	10,0	1	0,0	1	10,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0
10	2,5	2	3,5	2	1,0	2	1,4	2	5,7	2	7,1	2	25,0	2	35,4	2	25,0	2	7,1
11	9,0	5	8,9	5	0,0	5	0,0	5	10,8	5	0,0	5	0,0	5	35,0	5	18,0	5	18,0
12	2,3	7	2,9	7	0,0	7	0,0	7	11,1	7	16,0	7	0,0	7	0,7	7	19,9	7	37,4
13	70,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	30,0	1	0,0	1	0,0
14	2,5	2	3,5	2	0,0	2	0,0	2	0,0	2	0,0	2	0,0	2	35,0	2	49,5	2	47,4
15																			
16	9,3	3	10,1	3	0,7	3	1,2	3	0,0	3	0,0	3	0,0	3	15,0	3	15,0	3	30,0
17	21,7	3	16,1	3	5,0	3	5,0	3	23,1	3	29,1	3	1,7	3	5,0	3	8,7	3	10,0
18	9,3	4	6,5	4	2,5	4	2,9	4	1,5	4	0,0	4	0,0	4	3,8	4	4,8	4	42,5
19	5,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	5,0	1	70,0	1	0,0
20	3,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	42,0	1	0,0	1	0,0
21	10,5	5	5,7	5	0,0	5	0,0	5	1,4	5	2,2	5	0,0	5	1,0	5	2,2	5	61,0
22	9,3	9	9,2	9	1,1	9	3,3	9	2,4	9	1,7	9	0,6	9	3,8	9	7,8	9	59,0
23	15,8	4	13,7	4	1,3	4	2,5	4	9,8	4	0,0	4	0,0	4	7,5	4	51,8	4	24,9
24	8,7	6	11,8	6	1,0	6	0,8	6	4,1	6	0,0	6	0,0	6	7,5	6	11,7	6	15,9
25	0,0	2	0,0	2	2,5	2	3,5	2	0,0	2	3,5	2	0,0	2	0,0	2	0,0	2	7,1
26	1,0	1	1,0	1	1,0	1	1,0	1	1,0	1	1,0	1	1,0	1	50,0	1	0,0	1	0,0
27																			
28	3,3	3	2,9	3	0,0	3	0,0	3	0,6	3	0,0	3	0,0	3	0,0	3	0,0	3	0,0
29	10,0	4	20,0	4	3,8	4	4,8	4	0,0	4	0,0	4	1,3	4	2,5	4	0,0	4	25,0
30	23,2	6	32,7	6	1,0	6	2,0	6	4,1	6	0,3	6	0,8	6	2,2	6	4,0	6	43,0
31	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	50,0	1	0,0	1	0,0
32	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	93,0	1	0,0	1	0,0
33	2,5	4	5,0	4	6,4	4	9,1	4	3,9	4	0,3	4	0,5	4	5,7	4	9,4	4	16,6
34	15,3	3	15,0	3	0,0	3	0,0	3	0,6	3	0,0	3	0,0	3	5,0	3	5,0	3	37,5
35	16,0	7	11,4	7	2,4	7	2,8	7	5,8	7	1,3	7	1,9	7	1,7	7	2,4	7	46,4
36	14,7	6	12,6	6	0,2	6	0,4	6	9,7	6	12,0	6	0,0	6	0,0	6	6,3	6	48,0

**Veranstalter:
Erzielung eines nachhaltigen positiven betriebswirtschaftlichen Ergebnisses (fortgesetzt)**

Typ	W 1.1.g			W 1.1.h			W 1.1.i			W 1.1.j			W 1.1.k		
	\bar{x}	n	s	\bar{x}	n	s	\bar{x}	n	s	\bar{x}	n	s	\bar{x}	n	s
1	5,0	1	15,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0
2	13,9	3	15,1	3	19,8	3	17,1	3	14,7	3	14,7	3	7,3	3	6,4
3															
4	14,2	4	16,2	4	16,7	4	7,2	4	3,9	4	17,9	4	14,8	4	2,5
5	15,4	8	18,3	8	3,8	8	4,4	8	4,6	8	2,5	8	2,7	8	11,9
6	13,3	3	23,1	3	8,3	3	7,6	3	5,0	3	5,0	3	8,7	3	2,9
7															
8	13,0	5	16,4	5	6,0	5	8,9	5	8,4	5	7,0	5	8,4	5	13,0
9	0,0	1	30,0	1	30,0	1	30,0	1	0,0	1	0,0	1	20,0	1	0,0
10	4,0	2	1,4	2	9,5	2	7,8	2	8,5	2	10,0	2	7,1	2	3,0
11	1,0	5	2,2	5	20,0	5	17,3	5	17,2	5	4,0	5	3,5	5	0,0
12	16,7	7	31,4	7	3,6	7	4,8	7	3,8	7	2,6	7	3,8	7	6,4
13	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0
14	4,0	2	5,7	2	0,0	2	0,0	2	0,0	2	0,0	2	0,0	2	0,0
15															
16	6,7	3	2,9	3	20,0	3	26,5	3	15,0	3	21,8	3	1,7	3	2,9
17	5,0	3	5,0	3	6,7	3	5,8	3	8,3	3	7,6	3	10,0	3	3,3
18	11,3	4	8,5	4	7,5	4	2,9	4	12,5	4	8,7	4	5,0	4	0,0
19	10,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	10,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0
20	3,0	1	25,0	1	25,0	1	25,0	1	5,0	1	20,0	1	2,0	1	0,0
21	7,6	5	7,2	5	10,5	5	8,6	5	4,8	5	4,8	5	3,4	5	0,0
22	3,9	9	7,0	9	4,7	9	7,1	9	6,7	9	11,2	9	5,6	9	3,9
23	5,0	4	4,8	4	7,5	4	6,5	4	2,3	4	2,1	4	4,0	4	0,8
24	12,6	6	14,0	6	8,3	6	8,2	6	11,7	6	10,3	6	4,0	6	3,3
25	20,0	2	28,3	2	7,5	2	10,6	2	10,0	2	14,1	2	2,5	2	3,5
26	0,0	1	10,0	1	10,0	1	10,0	1	7,0	1	7,0	1	10,0	1	0,0
27															
28	1,3	3	2,3	3	0,0	3	0,0	3	0,0	3	0,0	3	0,0	3	0,0
29	17,5	4	17,1	4	3,8	4	7,5	4	5,0	4	10,9	4	1,3	4	2,5
30	14,8	6	16,5	6	3,5	6	3,9	6	4,1	6	2,2	6	3,1	6	3,8
31	25,0	1	7,5	1	7,5	1	7,5	1	7,5	1	0,0	1	0,0	1	2,5
32	0,0	1	2,0	1	2,0	1	2,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0
33	5,5	4	6,7	4	8,3	4	8,9	4	7,5	4	6,5	4	4,8	4	4,1
34	3,0	3	2,6	3	5,0	3	5,0	3	8,0	3	9,8	3	0,0	3	0,0
35	5,3	7	8,5	7	7,3	7	6,1	7	5,3	7	5,1	7	4,3	7	3,7
36	2,0	6	4,0	6	8,8	6	4,9	6	8,5	6	3,9	6	2,5	6	2,7



Öffentliche Verwaltung:

Beschreibung der Grundsätze der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit

Typ	W 1.4.a			W 1.4.b			W 1.4.c			W 1.4.d			W 1.4.e			W 1.4.f		
	\bar{x}	n	s															
1	20,0	1		0,0	1		0,0	1		20,0	1		0,0	1		60,0	1	
2	0,0	1		0,0	1		25,0	1		25,0	1		25,0	1		27,0	1	
3	0,0	1		0,0	1		36,5	1		20,0	1		16,5	1		27,0	1	
4	8,3	3	2,9	10,0	3	0,0	20,0	3	10,0	18,3	3	7,6	10,0	3	10,0	33,3	3	23,1
5	7,5	4	5,0	2,5	4	5,0	17,5	4	9,6	16,3	4	11,1	11,3	4	10,3	45,0	4	10,0
6	0,0	1		0,0	1		40,0	1		0,0	1		40,0	1		20,0	1	
7	0,0	1		0,0	1		50,0	2	70,7	0,0	2	0,0	0,0	2	0,0	50,0	2	70,7
8	0,0	2	0,0	0,0	2	0,0	25,0	1		25,0	1		25,0	1		25,0	1	
9	0,0	2	3,5	10,0	2	0,0	27,5	2	3,5	25,0	2	0,0	15,0	2	7,1	15,0	2	7,1
10	7,5	2	3,5	10,0	2	0,0	27,5	2	3,5	25,0	2	0,0	15,0	2	7,1	15,0	2	7,1
11	0,5	1		0,0	1		2,0	1		5,0	1		52,5	1		40,0	1	
12	12,8	8	5,2	10,5	8	6,2	27,1	8	10,0	11,1	8	5,1	21,5	8	8,1	17,2	8	9,4
13	0,0	1		0,0	1		20,0	1		30,0	1		30,0	1		20,0	1	
14	0,0	3	0,0	0,0	3	0,0	50,0	3	30,0	6,7	3	11,5	0,0	3	0,0	43,3	3	20,8
15	5,0	5	5,0	11,0	5	11,4	22,0	5	12,5	20,0	5	9,4	12,0	5	12,5	30,0	5	24,7
16	7,4	2	3,7	14,8	2	7,4	19,5	2	0,7	17,2	2	4,0	14,8	2	7,4	26,5	2	23,3
17	20,0	3	0,0	5,0	3	5,0	16,7	3	5,8	16,7	3	5,8	15,0	3	8,7	26,7	3	20,8
18	2,0	1		3,0	1		5,0	1		10,0	1		15,0	1		65,0	1	
19	20,0	5	22,4	18,0	5	29,7	23,0	5	8,4	14,0	5	12,9	5,0	5	6,1	20,0	5	9,4
20	6,0	5	4,2	9,0	5	8,9	49,0	5	42,3	9,0	5	8,9	10,0	5	10,0	17,0	5	20,5
21	10,0	2	14,1	0,0	2	0,0	22,5	2	3,3	17,5	2	10,6	22,5	2	3,3	27,5	2	3,5
22	12,1	8	11,6	7,1	8	11,5	19,6	8	12,0	13,0	8	9,4	12,9	8	13,2	35,3	8	34,8
23	0,0	1		5,0	1		70,0	1		5,0	1		10,0	1		10,0	1	
24	0,0	1		0,0	1		40,0	1		7,5	1		0,0	1		40,0	1	
25	5,0	1		2,5	1		57,5	1		20,0	1		0,0	1		27,5	1	
26	16,7	3	5,8	16,7	3	2,9	21,7	3	2,9	15,0	3	0,0	10,0	3	0,0	20,0	3	0,0
27	5,5	2	6,4	10,5	2	13,4	25,0	2	7,1	25,0	2	7,1	12,5	2	3,5	21,5	2	2,1
28	13,0	3	15,4	1,7	3	2,9	23,5	3	19,2	9,4	3	9,1	6,7	3	11,5	45,8	3	34,0
29	20,0	1		20,0	1		15,0	1		20,0	1		20,0	1		5,0	1	
30	80,0	1		0,0	1		20,0	1		0,0	1		0,0	1		0,0	1	
31	12,3	5	7,5	4,0	5	3,8	21,1	5	8,7	10,0	5	5,9	4,7	5	4,6	48,0	5	12,4
32	23,1	4	18,4	15,0	4	5,8	11,9	4	9,0	9,4	4	8,3	8,1	4	6,3	33,5	4	20,2
33	44,6	2	50,1	5,6	2	5,0	7,3	2	8,9	27,8	2	23,1	14,9	2	11,1	0,0	2	0,0
34	32,0	11	27,2	0,2	11	0,8	13,4	11	14,7	8,4	11	10,9	15,5	11	23,7	30,5	11	23,0

Gasgewerbe und Einzelhandel:

kurz-, mittel- und langfristige Erzielte positiver betriebswirtschaftlicher Ergebnisse

Typ	W 1.5.a			W 1.5.b			W 1.5.c			W 1.5.d			W 1.5.e		
	\bar{x}	n	s												
1	70,0	1		0,0	1		0,0	1		30,0	1		0,0	1	
2	46,7	3	46,2	0,0	3	0,0	6,7	3	11,5	30,0	3	26,5	16,7	3	15,3
3	7,5	1		0,0	1		7,5	1		85,0	1		0,0	1	
4	35,0	5	35,2	5,0	5	6,1	10,0	5	9,4	31,0	5	25,1	19,0	5	11,4
5	28,6	7	24,4	1,4	7	3,8	22,9	7	18,7	34,3	7	19,2	12,9	7	15,5
6	31,3	4	30,1	7,5	4	5,0	15,0	4	5,8	31,3	4	14,4	15,0	4	12,9
7	61,7	2	16,5	2,5	2	3,5	13,3	2	2,4	7,5	2	3,5	15,0	2	14,1
8	36,7	3	54,8	1,7	3	2,9	3,3	3	5,8	38,3	3	34,0	20,0	3	22,9
9	90,0	2	0,0	0,0	2	0,0	5,0	2	7,1	5,0	2	7,1	0,0	2	0,0
10	48,8	4	20,0	1,3	4	1,8	20,0	4	14,1	17,5	4	10,6	12,5	4	0,0
11	27,5	4	21,0	5,6	4	1,3	22,5	4	20,5	26,9	4	13,8	17,5	4	12,4
12	29,0	7	18,3	3,5	7	4,6	10,1	7	2,5	36,0	7	15,5	21,3	7	21,2
13	30,0	1		10,0	1		20,0	1		20,0	1		20,0	1	
14	48,9	3	30,1	6,1	3	5,4	11,1	3	8,4	23,3	3	12,6	10,6	3	12,9
15	40,0	1		10,0	1		20,0	1		20,0	1		10,0	1	
16	31,5	5	25,1	5,5	5	5,7	16,0	5	8,9	35,0	5	24,7	12,0	5	9,9
17	30,7	3	25,7	4,2	3	7,2	10,2	3	8,8	35,8	3	15,1	19,2	3	17,7
18	30,1	8	10,9	4,1	8	5,0	15,1	8	12,1	36,0	8	20,3	14,7	8	11,5
19	50,0	2	21,2	6,3	2	1,8	30,0	2	21,2	9,4	2	0,9	4,4	2	0,9
20	41,8	7	27,2	4,3	7	4,3	26,8	7	20,4	18,6	7	11,8	8,6	7	8,5
21	36,9	8	23,7	4,4	8	5,5	12,5	8	7,7	32,8	8	20,5	13,4	8	6,1
22	22,3	5	12,7	3,1	5	2,8	10,3	5	12,3	43,1	5	17,8	21,1	5	17,7
23	40,0	10	24,8	4,8	10	6,3	14,5	10	11,2	28,0	10	15,7	12,8	10	9,2
24	41,7	1		1,7	1		23,3	1		25,0	1		8,3	1	
25	43,8	2	8,8	0,8	2	1,1	18,0	2	17,0	22,5	2	10,6	15,0	2	14,1
26	37,5	2	17,7	0,0	2	0,0	31,3	2	12,4	23,1	2	18,6	8,1	2	11,5
27	34,4	4	16,3	1,9	4	1,3	12,5	4	2,9	37,5	4	28,4	13,8	4	9,2
28	52,5	3	23,8	1,7	3	2,9	15,0	3	10,0	24,2	3	17,0	6,7	3	11,5
29	19,4	5	13,9	8,5	5	8,9	15,0	5	14,6	16,0	5	13,4	19,5	5	23,9
30	41,0	4	9,7	12,8	4	11,2	12,5	4	2,0	22,8	4	4,1	32,5	4	18,5
31	30,0	1		0,0	1		15,0	1		45,0	1		10,0	1	
32	34,1	6	18,1	4,9	6	4,1	16,9	6	10,6	29,0	6	16,1	15,1	6	7,4
33	34,0	5	20,1	14,0	5	8,0	14,5	5	10,1	26,5	5	10,2	11,0	5	5,8
34	25,4	6	10,3	6,8	6	6,8	19,4	6	8,4	32,1	6	15,8	16,3	6	8,3
35	52,7	16	19,6	3,5	16	4,4	16,7	16	10,4	17,0	16	12,1	10,1	16	14,2



Sonstige Unternehmen: kurz-, mittel- und langfristige Erzielung positiver betriebswirtschaftlicher Ergebnisse														
W 1.6.a			W 1.6.b			W 1.6.c			W 1.6.d			W 1.6.e		
Zusätzliche Einkommen durch Aufträge des Verwalters			Langfristige Erzielung zusätzlicher Einkommen durch Verbesserung des Unternehmensimages infolge der Nutzung der SGV als Plattform zur Selbstdarstellung			Langfristige Erzielung zusätzlicher Einkommen durch Verbesserung des wirtschaftlichen Images des Austragungsorgans			Nutzen durch vermögensstärkungsbedingten Auf- und Ausbau von Infrastruktur			Vermeidung von Zeitverlusten durch Überführung aufgrund der SGV		
Typ	\bar{x}	n	\bar{x}	n	s	\bar{x}	n	s	\bar{x}	n	s	\bar{x}	n	s
1	15,0	1	50,0	1		10,0	1		10,0	1		15,0	1	
2	28,3	3	22,5	3	16,1	33,3	3	15,3	6,7	3	11,5	5,0	3	8,7
3	21,7	1	46,7	1		25,0	1		0,0	1		6,7	1	
4	20,8	4	19,5	4	9,8	44,2	4	13,4	8,8	4	8,5	8,3	4	2,4
5	17,8	10	15,9	10	17,8	35,1	10	17,8	7,0	10	7,3	6,6	10	7,2
6	17,5	6	26,8	6	25,8	36,7	6	25,8	9,2	6	12,8	4,2	6	8,0
7	45,0	2	28,3	2	1,8	28,8	2	1,8	5,0	2	7,1	5,0	2	0,0
8	50,0	1		1		10,0	1		20,0	1		10,0	1	
9	27,5	2	10,6	2	37,5	2	24,7	15,0	2	7,1	10,0	2	14,1	10,0
10	41,3	2	12,4	2	15,0	2	7,1	25,0	2	21,2	8,8	2	1,8	10,0
11	32,5	4	48,7	4	20,8	28,1	4	20,6	26,9	4	20,6	6,3	4	7,5
12	24,5	10	13,9	10	23,0	23,0	10	7,1	30,0	10	8,8	15,5	10	9,0
13	17,5	1		1		25,0	1		30,0	1		15,0	1	12,5
14	45,0	3	47,7	3	13,3	13,3	3	12,6	25,6	3	22,4	9,4	3	10,0
15	20,0	1		1		20,0	1		20,0	1		20,0	1	
16	38,1	6	34,4	6	10,1	11,9	6	10,1	29,2	6	18,5	13,3	6	12,1
17	31,7	3	23,6	3	23,6	35,0	3	26,0	18,3	3	29,2	7,5	3	4,3
18	34,7	8	24,4	8	24,4	20,5	8	9,3	31,3	8	24,3	9,0	8	9,8
19	6,3	2	5,3	2	27,5	2	24,7	42,5	2	24,7	8,8	15,0	2	14,1
20	20,0	2	0,0	2	20,0	2	14,1	25,0	2	7,1	25,0	2	7,1	10,0
21	29,3	7	22,8	7	22,8	29,0	7	25,1	20,0	7	15,3	12,6	7	9,8
22	25,0	9	17,9	9	17,9	20,4	9	10,4	32,4	9	11,6	17,2	9	13,7
23	16,3	4	12,5	4	12,5	32,5	4	12,6	37,5	4	18,5	8,1	4	8,5
24	23,9	9	13,6	9	13,6	21,7	9	15,9	33,6	9	17,5	13,6	9	9,7
25	70,0	1		1		2,5	1		27,5	1		0,0	1	
26	11,3	2	12,4	2	45,0	2	21,2	30,0	2	7,1	3,8	2	1,8	10,0
27	10,0	2	0,0	2	20,0	2	14,1	25,0	2	28,3	22,5	2	10,6	22,5
28	27,5	4	12,6	4	22,5	22,5	4	8,7	28,8	4	7,5	13,8	4	11,1
29	31,7	3	2,9	3	16,7	3	5,8	35,0	3	8,7	7,5	3	4,3	9,2
30	22,4	7	21,7	7	18,3	7	8,2	34,3	7	30,6	17,4	7	16,0	7,6
31	27,9	4	11,8	4	23,3	4	2,4	27,9	4	6,3	17,1	4	14,4	3,8
32	50,0	1		1		30,0	1		10,0	1		5,0	1	
33	25,5	8	16,8	8	22,5	22,5	8	12,4	37,3	8	15,3	9,9	8	10,6
34	21,2	5	13,0	5	29,0	29,0	5	13,4	28,5	5	14,1	16,8	5	13,4
35	35,1	6	22,7	6	22,3	22,3	6	11,4	30,0	6	9,1	7,7	6	4,6
36	20,6	16	13,8	16	37,4	37,4	16	26,3	30,0	16	23,2	6,8	16	8,8

Bevölkerung: Erhalt oder Verbesserung ökologischer Lebensbedingungen (Fortsetzung auf der folgenden Seite)												
W 1.1.a		W 1.1.b		W 1.1.c		W 1.1.d		W 1.1.e		W 1.1.f		
Nachhaltige Verbesserung ökologischer Bedingungen durch vermögensstärkenden Auf- und Ausbau von Infrastruktur		Erhalt oder Verbesserung der analytischen Qualität des Lebensstandes und Standards		Vermeidung nachhaltiger Eingriffe in geschützte Landschaften		Vermeidung des dauerhaften Verlustes von Freizeitanlagen		Begerung des Energieverbrauchs aufgrund der SGV (Veranstaltung selbst / An- und Abreiseverkehr)		Begerung der Lernlast aufgrund der SGV (Veranstaltung selbst / An- und Abreiseverkehr)		
Typ	\bar{x}	n	\bar{x}	n	\bar{x}	n	\bar{x}	n	\bar{x}	n	\bar{x}	n
1												
2	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	29,2	1	29,2	1
3	0,0	1	10,0	1	0,0	1	0,0	1	20,0	1	20,0	1
4	15,0	3	10,0	3	5,8	3	19,2	3	13,3	3	2,9	10,8
5	19,5	10	13,6	10	10,6	10	6,0	9,8	10	6,2	10,6	10
6	14,7	5	9,8	5	4,8	5	12,0	5	6,7	5	8,0	12,7
7	19,2	2	13,0	2	18,3	2	4,7	6,3	2	1,8	8,8	2
8	25,0	2	28,3	2	0,0	2	0,0	5,0	2	7,1	5,0	2
9	40,0	1		1				5,0	1		5,0	1
10	15,8	2	20,0	2	12,5	2	10,6	25,8	2	8,2	14,2	2
11	28,3	3	27,5	3	13,3	3	15,3	16,7	3	15,3	5,0	3
12	16,4	5	18,2	5	10,6	5	16,8	8,2	5	10,4	4,2	5
13												
14	7,5	2	10,6	2	8,3	2	2,4	5,8	2	1,2	5,8	2
15												
16	20,1	3	26,2	3	11,0	3	10,2	13,6	3	14,6	5,6	3
17	14,2	5	7,1	5	10,2	5	8,6	21,1	5	16,9	9,7	5
18	7,5	2	2,5	2	4,2	2	3,2	15,8	2	12,3	8,3	2
19	20,0	2	14,1	2	6,3	2	1,8	12,5	2	10,6	8,8	2
20	31,3	4	17,5	4	1,5	4	1,7	8,2	4	2,1	3,9	4
21	19,8	7	16,2	7	6,3	7	4,6	8,8	7	4,9	8,4	7
22	19,5	10	9,0	10	13,0	10	8,8	15,0	10	7,3	10,8	10
23	11,3	5	7,9	5	10,7	5	6,0	13,8	5	6,1	11,0	5
24	18,9	7	14,1	7	10,7	7	6,7	19,1	7	12,0	11,6	7
25	13,0	2	9,9	2	3,0	2	4,2	10,5	2	0,7	5,5	2
26	20,0	1		1				15,0	1		15,0	1
27	40,0	1		1				5,0	1		5,0	1
28	21,7	3	14,4	3	6,7	3	2,9	16,7	3	2,9	26,7	3
29	17,9	4	12,3	4	6,7	4	4,7	11,3	4	6,3	9,6	4
30	17,0	5	16,0	5	5,5	5	3,7	8,0	5	4,5	8,5	5
31	33,3	4	18,7	4	7,9	4	5,3	11,5	4	5,8	12,7	4
32	0,0	1		1				0,0	1		0,0	1
33	17,4	7	12,0	7	13,2	7	7,8	16,0	7	9,1	8,2	7
34	3,8	2	1,8	2	6,3	2	1,8	18,8	2	12,4	18,8	2
35	18,3	7	15,0	7	16,8	7	7,3	15,4	7	8,3	12,7	7
36	21,0	12	16,2	12	9,3	12	7,7	10,8	12	7,8	9,5	12

Bevölkerung:
Erhalt oder Verbesserung ökologischer Lebensbedingungen
(Fortgesetz.)

Typ	W III.1.g			W III.1.h		
	\bar{x}	n	s	\bar{x}	n	s
1						
2	12,5	1		29,2	1	
3	20,0	1		30,0	1	
4	10,8	3	8,0	8,3	3	2,9
5	8,9	10	5,2	18,4	10	14,6
6	10,7	5	5,6	14,0	5	9,6
7	7,5	2	3,5	22,5	2	3,5
8	12,5	2	3,5	17,5	2	3,5
9	10,0	1		20,0	1	
10	4,2	2	1,2	11,7	2	9,4
11	4,0	3	5,3	11,0	3	8,5
12	4,1	5	4,2	14,1	5	6,3
13						
14	10,0	2	6,0	26,7	2	4,7
15						
16	8,1	3	2,7	17,7	3	10,8
17	9,7	5	6,0	14,2	5	6,3
18	9,2	3	5,2	24,2	3	17,7
19	10,0	2	7,1	17,5	2	10,6
20	10,7	4	8,3	15,8	4	4,2
21	9,8	7	5,5	20,5	7	13,8
22	8,5	10	4,7	13,5	10	7,8
23	18,5	5	13,1	10,3	5	4,5
24	4,1	7	3,0	19,8	7	13,3
25	3,0	2	4,2	41,5	2	12,0
26	10,0	1		20,0	1	
27	10,0	1		10,0	1	
28	5,0	3	0,0	10,0	3	8,7
29	10,0	4	8,2	23,3	4	4,7
30	7,0	5	4,5	15,0	5	7,9
31	8,3	4	4,1	12,9	4	9,5
32	0,0	1		40,0	1	
33	8,9	7	3,4	14,3	7	7,4
34	11,3	2	5,3	12,5	2	7,1
35	9,2	7	5,0	9,1	7	6,5
36	10,3	12	5,9	14,7	12	8,4

Bevölkerung:
Stärkung des Gemeinwesens

Typ	W III.1.a			W III.1.b			W III.1.c			W III.1.d			W III.1.e		
	\bar{x}	n	s												
1	50,0	1		30,0	1		10,0	1		10,0	1		0,0	1	
2	21,7	3	10,1	30,0	3	9,0	28,3	3	5,2	20,0	3	11,5	0,0	3	0,0
3	25,0	1		25,0	1		30,0	1		10,0	1		10,0	1	
4	20,0	3	9,0	20,8	3	3,8	20,0	3	5,0	26,7	3	11,5	12,5	3	11,5
5	25,7	11	9,6	24,8	11	7,2	26,6	11	11,8	13,1	11	8,0	9,8	11	5,6
6	29,1	6	21,1	19,4	6	6,7	20,7	6	9,1	20,0	6	16,7	10,8	6	7,2
7	17,2	3	7,5	25,6	3	5,1	34,4	3	13,9	13,6	3	8,5	9,2	3	1,4
8	31,7	3	10,4	16,1	3	10,3	20,0	3	2,5	13,3	3	5,8	18,9	3	8,4
9	40,0	1		35,0	1		5,0	1		10,0	1		10,0	1	
10	28,3	2	4,7	24,2	2	1,2	23,3	2	2,4	20,8	2	5,9	3,3	2	4,7
11	15,8	3	12,3	24,4	3	10,8	25,0	3	21,8	21,1	3	9,8	13,6	3	8,8
12	28,9	7	13,5	29,3	7	12,7	23,2	7	6,9	10,8	7	7,6	7,8	7	10,5
13															
14	35,0	2	7,1	20,0	2	14,1	19,2	2	13,0	13,3	2	9,4	12,5	2	10,6
15															
16	22,1	4	9,2	18,6	4	8,7	32,5	4	15,0	18,6	4	6,0	8,3	4	9,9
17	19,5	5	7,8	28,9	5	10,4	25,0	5	8,7	18,7	5	1,7	7,9	5	2,8
18	32,8	4	28,9	18,4	4	10,1	19,1	4	9,9	12,5	4	8,7	17,2	4	21,9
19	22,5	2	10,6	32,5	2	17,7	20,0	2	10,6	16,3	2	5,3	8,8	2	1,8
20	30,9	4	11,6	21,7	4	5,7	28,5	4	9,3	10,5	4	4,7	8,4	4	4,0
21	16,1	9	12,2	29,4	9	11,6	33,9	9	17,3	11,7	9	9,0	8,9	9	8,2
22	30,0	10	13,6	27,1	10	13,4	22,7	10	11,3	13,5	10	5,0	6,8	10	3,5
23	22,3	5	6,3	18,2	5	6,9	34,8	5	13,1	15,0	5	8,1	9,7	5	8,2
24	28,0	8	19,4	17,5	8	11,3	25,3	8	13,0	13,8	8	6,5	15,4	8	26,5
25	30,0	2	7,1	25,8	2	24,7	31,7	2	11,8	10,0	2	4,7	2,5	2	1,2
26	12,5	2	10,6	17,5	2	17,7	40,0	2	14,1	25,0	2	21,2	5,0	2	7,1
27	10,0	1		12,5	1		22,5	1		25,0	1		30,0	1	
28	34,2	3	10,1	24,2	3	7,2	14,2	3	7,2	12,5	3	4,3	15,0	3	8,7
29	15,2	4	12,5	35,8	4	4,4	16,7	4	11,5	15,0	4	10,0	17,3	4	10,9
30	23,8	6	10,8	27,4	6	10,1	30,1	6	12,8	7,5	6	4,5	11,1	6	11,1
31	24,4	4	8,3	20,2	4	6,7	32,9	4	5,8	14,6	4	3,4	7,9	4	6,7
32	20,0	1		30,0	1		50,0	1		0,0	1		0,0	1	
33	21,9	7	8,1	24,2	7	9,8	27,8	7	10,5	16,6	7	5,1	9,4	7	3,5
34	28,3	3	10,4	23,3	3	5,8	36,7	3	11,5	10,0	3	10,0	1,7	3	2,9
35	26,5	8	10,7	17,8	8	6,5	24,6	8	6,1	19,5	8	9,0	11,6	8	6,9
36	33,2	13	13,7	21,8	13	8,8	28,7	13	9,6	9,9	13	6,3	6,3	13	6,0





		Besucher: Erzielung eines positiven Freizeit- und Erlebniszuzens und Vermittlung von Werten (Fortsetzung auf der folgenden Seite)																	
Typ	n	W III.2.a Unterhaltung während des Besuchs der SGV			W III.2.b Erholung durch den Besuch der SGV			W III.2.c Förderung der Gesundheit durch Motivation zu eigener sportlicher Betätigung			W III.2.d Vermittlung eines Gemeinschaftsgefühls innerhalb der Zuschauer			W III.2.e Förderung der Integration von Minderheiten			W III.2.f Vermittlung von Orientierung und Werten		
		\bar{x}	n	s	\bar{x}	n	s	\bar{x}	n	s	\bar{x}	n	s	\bar{x}	n	s	\bar{x}	n	s
1	20,0	1	10,0	1	20,0	1	30,0	1	0,0	1	0,0	1	20,0	1	1	20,0	1	1	1
2	43,3	3	11,5	10,6	3	10,7	3	4,0	17,9	3	6,2	2,9	3	2,6	7,9	3	3,7	3	3,7
3	45,0	1	10,0	1	10,0	1	10,0	1	0,0	1	0,0	1	5,0	1	1	1	1	1	1
4	37,5	4	22,1	13,8	4	2,5	11,9	4	5,5	9,4	4	8,3	7,5	4	5,0	8,1	4	4,3	4,3
5	23,8	11	8,3	13,6	11	5,2	14,8	11	5,5	17,6	11	6,8	8,6	11	3,6	12,2	11	5,3	5,3
6	31,0	6	19,2	11,8	6	9,6	17,6	6	5,8	13,2	6	6,9	7,5	6	3,4	7,5	6	4,0	4,0
7	32,0	3	12,1	13,6	3	1,6	14,7	3	2,9	15,1	3	3,5	7,2	3	5,7	8,8	3	2,4	2,4
8	15,4	4	4,9	19,8	4	11,1	23,1	4	7,5	12,0	4	6,8	8,0	4	4,8	10,5	4	4,2	4,2
9	62,5	2	17,7	12,5	2	10,6	3,5	2	2,1	5,0	2	0,0	3,0	2	2,8	7,5	2	3,5	3,5
10	30,6	2	0,9	14,6	2	4,8	8,4	2	0,5	17,1	2	5,8	7,9	2	1,2	6,6	2	0,5	0,5
11	26,9	3	10,4	16,7	3	7,6	10,8	3	3,8	21,1	3	8,4	5,0	3	6,6	5,6	3	1,0	1,0
12	26,3	8	6,6	16,5	8	6,2	19,6	8	5,1	16,4	8	8,1	5,7	8	4,0	9,1	8	2,8	2,8
13	30,0	1	10,0	1	10,0	1	20,0	1	5,0	1	5,0	1	5,0	1	5,0	1	5,0	1	1,3
14	42,2	3	6,9	2,2	3	3,8	15,6	3	12,6	13,9	3	11,3	7,6	3	7,0	5,2	3	1,3	1,3
15	85,0	1	0,0	1	0,0	1	5,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	1
16	53,8	5	31,3	6,8	5	5,6	12,2	5	9,8	15,1	5	9,4	2,6	5	4,3	4,0	5	6,5	6,5
17	36,1	5	11,1	9,0	5	5,7	12,8	5	5,4	14,1	5	5,6	6,7	5	5,9	7,6	5	3,8	3,8
18	47,0	5	30,3	11,6	5	7,9	11,5	5	7,4	10,1	5	6,5	4,4	5	3,8	8,2	5	6,6	6,6
19	38,3	2	9,4	10,0	2	7,1	10,8	2	1,2	10,0	2	7,1	5,0	2	0,0	15,8	2	8,2	8,2
20	29,8	5	17,4	22,9	5	12,3	11,4	5	10,3	16,1	5	7,7	4,4	5	3,3	5,0	5	6,0	6,0
21	45,6	9	20,5	9,9	9	5,0	14,7	9	6,6	11,7	9	7,1	4,8	9	3,2	5,7	9	3,8	3,8
22	39,3	10	12,7	14,6	10	6,6	13,6	10	6,2	13,9	10	8,7	4,2	10	2,4	4,8	10	3,2	3,2
23	33,0	5	12,5	15,6	5	5,0	10,9	5	2,5	13,2	5	3,2	4,7	5	3,4	9,1	5	4,8	4,8
24	43,1	10	32,7	11,8	10	8,7	13,7	10	12,4	9,2	10	12,4	8,9	10	14,9	5,9	10	5,4	5,4
25	56,7	2	14,1	6,7	2	2,4	10,8	2	3,5	8,3	2	7,1	3,3	2	4,7	2,5	2	3,5	3,5
26	46,8	2	2,5	9,1	2	1,3	12,1	2	0,5	10,7	2	1,4	2,4	2	1,3	8,3	2	0,1	0,1
27	33,3	1	13,3	1	5,0	1	10,7	1	10,0	1	8,7	1	8,7	1	8,7	1	8,7	1	1
28	41,6	4	30,9	14,1	4	11,2	9,1	4	5,9	12,7	4	2,9	5,3	4	4,6	7,0	4	5,0	5,0
29	26,0	4	21,7	6,7	4	5,6	11,4	4	6,9	13,2	4	13,5	4,6	4	7,1	13,3	4	11,1	11,1
30	37,5	6	6,2	11,5	6	5,3	9,1	6	3,6	14,7	6	3,9	4,3	6	3,5	7,2	6	4,4	4,4
31	35,9	4	13,5	15,3	4	10,0	12,5	4	7,4	20,9	4	7,3	2,5	4	2,0	5,9	4	7,2	7,2
32	60,0	1	10,0	1	10,0	1	20,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	1
33	39,3	9	21,9	14,6	9	4,5	14,5	9	13,1	7,8	9	3,9	5,9	9	3,2	5,7	9	5,0	5,0
34	66,4	4	13,6	8,5	4	5,1	4,2	4	4,4	14,6	4	10,3	0,6	4	1,3	2,3	4	3,1	3,1
35	38,4	8	17,2	14,9	8	9,4	8,6	8	6,6	14,5	8	7,5	5,9	8	4,4	5,8	8	3,9	3,9
36	51,0	15	16,4	13,5	15	7,8	9,2	15	8,5	8,9	15	4,3	4,4	15	5,0	5,3	15	3,4	3,4

		Besucher: Erzielung eines positiven Freizeit- und Erlebniszuzens und Vermittlung von Werten (fortgesetzt)																		
Typ	n	W III.2.g Vermittlung von Konfliktlösungen zwischen den Zuschauern			W III.2.h Vermittlung gesundheitlicher Beeinträchtigungen beim Besuch der SGV															
		\bar{x}	n	s	\bar{x}	n	s													
1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1
2	6,1	3	5,4	0,7	3	1,2	1,2	3	1,2	1,2	3	1,2	1,2	3	1,2	1,2	3	1,2	1,2	1,2
3	10,0	1	10,0	1	10,0	1	10,0	1	10,0	1	10,0	1	10,0	1	10,0	1	10,0	1	10,0	1
4	6,9	4	6,9	5,0	4	2,0	2,0	4	2,0	2,0	4	2,0	2,0	4	2,0	2,0	4	2,0	2,0	2,0
5	4,7	11	3,1	4,9	11	4,1	4,1	11	4,1	4,1	11	4,1	4,1	11	4,1	4,1	11	4,1	4,1	4,1
6	5,1	6	3,9	6,3	6	4,9	4,9	6	4,9	4,9	6	4,9	4,9	6	4,9	4,9	6	4,9	4,9	4,9
7	4,0	3	3,6	4,5	3	4,3	4,3	3	4,3	4,3	3	4,3	4,3	3	4,3	4,3	3	4,3	4,3	4,3
8	5,0	4	4,1	6,3	4	6,3	6,3	4	6,3	6,3	4	6,3	6,3	4	6,3	6,3	4	6,3	6,3	6,3
9	3,0	2	2,8	3,0	2	2,8	2,8	2	2,8	2,8	2	2,8	2,8	2	2,8	2,8	2	2,8	2,8	2,8
10	6,6	2	0,5	8,1	2	2,7	2,7	2	2,7	2,7	2	2,7	2,7	2	2,7	2,7	2	2,7	2,7	2,7
11	8,1	3	3,9	5,8	3	3,8	3,8	3	3,8	3,8	3	3,8	3,8	3	3,8	3,8	3	3,8	3,8	3,8
12	2,8	8	2,6	3,8	8	3,6	3,6	8	3,6	3,6	8	3,6	3,6	8	3,6	3,6	8	3,6	3,6	3,6
13	10,0	1	10,0	1	10,0	1	10,0	1	10,0	1	10,0	1	10,0	1	10,0	1	10,0	1	10,0	1
14	8,7	3	10,0	4,7	3	4,5	4,5	3	4,5	4,5	3	4,5	4,5	3	4,5	4,5	3	4,5	4,5	4,5
15	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1
16	3,0	5	4,1	2,5	5	3,6	3,6	5	3,6	3,6	5	3,6	3,6	5	3,6	3,6	5	3,6	3,6	3,6
17	8,3	5	5,6	5,5	5	4,3	4,3	5	4,3	4,3	5	4,3	4,3	5	4,3	4,3	5	4,3	4,3	4,3
18	3,6	5	4,2	3,6	5	6,5	6,5	5	6,5	6,5	5	6,5	6,5	5	6,5	6,5	5	6,5	6,5	6,5
19	5,0	2	0,0	5,0	2	0,0	0,0	2	0,0	0,0	2	0,0	0,0	2	0,0	0,0	2	0,0	0,0	0,0
20	5,5	5	3,3	4,9	5	5,1	5,1	5	5,1	5,1	5	5,1	5,1	5	5,1	5,1	5	5,1	5,1	5,1
21	4,8	9	4,8	2,7	9	3,5	3,5	9	3,5	3,5	9	3,5	3,5	9	3,5	3,5	9	3,5	3,5	3,5
22	5,0	10	3,7	4,8	10	5,2	5,2	10	5,2	5,2	10	5,2	5,2	10	5,2	5,2	10	5,2	5,2	5,2
23	7,1	5	4,3	6,5	5	2,5	2,5	5	2,5	2,5	5	2,5	2,5	5	2,5	2,5	5	2,5	2,5	2,5
24	3,7	10	4,2	3,8	10	4,3	4,3	10	4,3	4,3	10	4,3	4,3	10	4,3	4,3	10	4,3	4,3	4,3
25	5,8	2	1,2	5,8	2	1,2	1,2	2	1,2	1,2	2	1,2	1,2	2	1,2	1,2	2	1,2	1,2	1,2
26	6,6	2	2,2	4,2	2	1,2	1,2	2	1,2	1,2	2	1,2	1,2	2	1,2	1,2	2	1,2	1,2	1,2
27	11,7	1	7,3	1	7,3	1	7,3	1	7,3	1	7,3	1	7,3	1	7,3	1	7,3	1	7,3	1
28	5,3	4	4,6	4,9	4	4,7	4,7	4	4,7	4,7	4	4,7	4,7	4	4,7	4,7	4	4,7	4,7	4,7
29	14,9	4	10,4	9,9	4	6,8	6,8	4	6,8	6,8	4	6,8	6,8	4	6,8	6,8	4	6,8	6,8	6,8
30	7,5	6	6,1	8,3	6	4,9	4,9	6	4,9	4,9	6	4,9	4,9	6	4,9	4,9	6	4,9	4,9	4,9
31	2,2	4	1,6	4,7	4	4,1	4,1	4	4,1	4,1	4	4,1	4,1	4	4,1	4,1	4	4,1	4,1	4,1
32	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1
33	6,4	9	7,4	5,9	9	4,6	4,6	9	4,6	4,6	9	4,6	4,6	9	4,6	4,6	9	4,6	4,6	4,6
34	1,5	4	1,7	2,0	4	3,2	3,2	4	3,2	3,2	4	3,2	3,2	4	3,2	3,2	4	3,2	3,2	3,2
35	5,3	8	4,6	6,6	8	4,9	4,9	8	4,9	4,9	8	4,9	4,9	8	4,9	4,9	8	4,9	4,9	4,9
36	4,0	15	3,3	3,7	15	3,4	3,4	15	3,4	3,4	15	3,4	3,4	15	3,4	3,4	15	3,4	3,4	3,4

Tabelle II

Veranstalter:																			
Erzielung eines nachhaltigen positiven betriebswirtschaftlichen Ergebnisses (Fortsetzung auf der folgenden Seite)																			
Typ	Z11a			Z11b			Z11c			Z11d			Z11e			Z11f			
	n	s	̄	n	s	̄	n	s	̄	n	s	̄	n	s	̄	n	s	̄	
1	2,0	1	0,0	1	2,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	1,0	1	1,0
2	1,0	3	1,0	0,5	2	0,7	2,7	3	0,6	0,5	2	0,7	0,5	2	0,7	1,7	3	1,5	3
3																			
4	0,2	5	0,4	0,2	5	0,4	1,0	5	1,0	0,8	4	1,5	0,3	4	0,5	1,0	5	0,7	5
5	1,8	8	1,7	0,0	8	0,0	2,3	9	1,9	0,0	8	0,0	0,0	7	0,0	2,3	8	2,3	8
6	0,0	3	0,0	0,3	3	0,6	1,0	3	1,0	0,0	3	0,0	0,0	3	0,0	2,3	3	1,5	3
7	0,0	1		0,0	1		0,0	1		0,0	1		0,0	1		0,0	1		1
8	0,0	5	0,0	0,2	5	0,4	1,0	5	1,0	1,0	5	2,2	0,0	4	0,0	2,3	4	1,5	4
9	1,0	1		0,0	1		1,0	1		0,0	1		0,0	1		1,0	1		1
10	0,7	3	1,2	0,7	3	1,2	1,0	3	0,0	0,7	3	0,6	1,7	3	2,9	2,0	3	2,0	3
11	0,8	5	0,8	0,0	5	0,0	1,6	5	1,1	0,0	5	0,0	0,0	5	0,0	2,6	5	1,8	5
12	0,4	8	0,7	0,0	8	0,0	0,8	8	1,0	0,0	8	0,0	0,0	8	0,0	2,1	8	1,6	8
13	4,0	1		0,0	1		0,0	1		0,0	1		3,0	1		1,0	1		1
14	0,5	2	0,7	0,0	2	0,0	0,0	2	0,0	0,0	2	0,0	2,5	2	3,5	5,0	2	0,0	2
15																			
16	1,5	4	1,3	0,3	4	0,5	0,3	4	0,5	0,0	4	0,0	2,3	4	2,6	3,0	4	2,2	4
17	3,0	3	2,0	0,3	3	0,6	0,7	3	0,6	0,0	3	0,0	1,3	3	2,3	1,3	3	2,3	3
18	1,8	4	1,3	0,3	4	0,5	1,3	4	1,0	0,0	3	0,0	0,5	4	0,6	3,3	4	1,0	4
19	1,0	1		0,0	1		0,0	1		0,0	1		0,0	1		5,0	1		1
20	1,0	1		0,0	1		0,0	1		0,0	1		0,0	1		5,0	1		1
21	1,8	6	1,2	0,2	6	0,4	0,8	6	1,2	0,2	6	0,4	0,2	6	0,4	3,0	5	1,0	6
22	1,0	8	1,3	0,0	9	0,0	0,3	9	0,5	0,2	9	0,4	0,3	8	0,7	4,1	9	1,5	9
23	2,5	4	1,3	0,5	4	0,6	1,5	4	1,9	0,3	4	0,5	1,0	4	2,0	4,0	4	1,4	4
24	1,0	6	1,1	0,5	6	0,8	1,7	6	1,2	0,0	6	0,0	1,0	6	1,3	3,3	6	1,5	6
25	0,0	2	0,0	0,5	2	0,7	0,0	2	0,0	0,5	2	0,7	0,0	2	0,0	3,5	2	2,1	2
26	0,0	1		0,0	1		0,0	1		0,0	1		3,0	1		3,0	1		1
27																			
28	0,7	3	0,6	0,0	3	0,0	0,0	3	0,0	0,0	3	0,0	0,0	3	0,0	3,7	3	0,6	3
29	1,3	4	2,5	0,3	4	0,5	0,0	4	0,0	0,3	4	0,5	0,0	4	0,0	4,0	4	1,4	4
30	1,7	6	2,0	0,4	5	0,9	0,3	6	0,5	0,3	6	0,8	0,8	6	1,3	3,3	6	1,6	6
31	0,0	1		1,0	1		0,0	1		0,0	1		0,0	1		2,0	1		1
32	0,0	1		0,0	1		2,0	1		0,0	1		0,0	1		3,0	1		1
33	0,8	5	1,8	0,6	5	0,5	1,0	5	1,0	0,4	5	0,9	1,4	5	1,5	3,4	5	1,1	5
34	2,3	3	2,1	0,3	3	0,6	0,0	3	0,0	0,0	3	0,0	1,7	3	1,5	4,3	3	1,2	3
35	1,7	6	0,8	0,8	6	1,2	1,3	6	1,5	0,5	6	0,8	0,3	6	0,5	3,5	6	0,8	6
36	2,4	9	2,1	0,5	8	1,4	2,0	9	1,1	0,1	7	0,4	1,5	8	1,4	4,2	9	0,8	9

Veranstalter:															
Erzielung eines nachhaltigen positiven betriebswirtschaftlichen Ergebnisses (fortgesetzt)															
Typ	Z11g			Z11h			Z11i			Z11j			Z11k		
	n	s	̄	n	s	̄	n	s	̄	n	s	̄	n	s	̄
1	0,0	1		4,0	1		5,0	1		5,0	1		5,0	1	
2	2,7	3	1,2	3,0	3	2,6	2,3	3	1,5	1,5	2	0,7	1,5	2	2,1
3															
4	1,2	5	1,3	2,8	5	0,8	3,6	5	0,5	3,3	4	1,7	3,8	4	1,9
5	1,4	9	1,6	3,7	7	0,8	3,6	8	0,9	3,8	8	1,6	3,6	8	2,3
6	1,3	3	2,3	3,7	3	1,5	4,3	3	0,6	4,0	3	1,0	4,3	3	1,2
7	0,0	1		5,0	1		5,0	1		5,0	1		5,0	1	
8	0,8	5	0,4	3,0	4	1,4	3,8	4	1,0	3,0	4	1,4	2,5	4	1,0
9	0,0	1		2,0	1		2,0	1		5,0	1		3,0	1	
10	0,3	3	0,6	1,7	3	2,1	2,0	3	2,6	1,7	3	2,1	4,0	3	0,0
11	0,6	5	0,9	1,2	5	0,8	2,6	5	1,8	2,4	5	1,9	3,2	5	2,2
12	1,0	8	1,4	3,6	8	1,2	3,9	8	1,6	3,9	7	2,0	4,1	8	1,0
13	0,0	1		1,0	1		1,0	1		5,0	1		5,0	1	
14	1,5	2	2,1	1,5	2	0,7	1,0	1		5,0	2	0,0	5,0	1	
15															
16	1,3	4	1,0	2,7	3	0,6	2,3	3	1,2	3,7	3	1,2	4,3	3	1,2
17	1,0	3	0,0	2,3	3	2,3	3,0	3	1,7	4,7	3	0,6	3,3	3	2,9
18	1,5	4	1,3	3,3	4	0,5	3,0	4	1,2	3,8	4	1,9	4,3	4	1,5
19	2,0	1		4,0	1		3,0	1		3,0	1		5,0	1	
20	1,0	1		0,0	1		1,0	1		1,0	1		0,0	1	
21	1,3	6	2,0	1,8	6	1,5	3,2	6	0,8	3,8	6	1,0	5,0	5	0,0
22	0,9	9	1,7	2,9	9	1,9	2,7	9	1,9	3,4	9	1,7	2,9	8	2,2
23	1,3	4	1,3	2,0	4	1,4	2,5	4	1,3	3,0	4	0,8	3,0	4	2,2
24	2,0	6	2,3	3,2	6	1,2	3,5	6	1,0	4,3	6	0,8	4,3	6	0,8
25	2,0	2	2,8	2,5	2	0,7	3,0	2	0,0	4,5	2	0,7	5,0	2	0,0
26	0,0	1		2,0	1		1,0	1		4,0	1		3,0	1	
27															
28	0,3	3	0,6	3,7	3	2,3	3,7	3	2,3	4,7	3	0,6	3,7	3	2,3
29	3,0	4	2,0	1,5	4	1,3	2,0	3	1,7	3,5	4	2,4	3,3	3	2,9
30	1,8	6	1,6	2,5	6	1,2	2,8	6	1,2	3,8	5	0,8	3,0	6	1,3
31	1,0	1		4,0	1		3,0	1		2,0	1		5,0	1	
32	0,0	1		3,0	1		5,0	1		5,0	1		5,0	1	
33	1,0	5	1,0	2,2	5	1,6	3,0	5	1,2	2,2	5	2,2	4,8	4	0,5
34	1,3	3	1,2	1,3	3	0,6	1,3	3	1,5	2,0	3	2,0	3,0	3	1,7
35	1,0	6	1,3	2,3	6	1,8	2,7	6	1,5	2,8	6	1,5	3,0	6	1,9
36	0,3	8	0,7	2,1	8	1,0	1,9	8	1,4	2,1	7	1,8	4,2	6	0,8



Typ	Bewokerung:														
	Z 12.a		Z 12.b		Z 12.c		Z 12.d		Z 12.e						
	Erzielung zusätzlicher Einkommen aufgrund der SGV	Schaffung zusätzlicher Arbeitsplätze	Nutzen durch veranstaltungsbedingten Auf- und Ausbau von Infrastruktur	Verminderung von Preissteigerungen anlässlich der SGV	Verminderung von Zeitverlusten durch Uberbildung aufgrund der SGV	Erzielung zusätzlicher Einkommen aufgrund der SGV	Schaffung zusätzlicher Arbeitsplätze	Nutzen durch veranstaltungsbedingten Auf- und Ausbau von Infrastruktur	Verminderung von Preissteigerungen anlässlich der SGV	Verminderung von Zeitverlusten durch Uberbildung aufgrund der SGV					
\bar{x}	n	s	\bar{x}	n	s	\bar{x}	n	s	\bar{x}	n	s	\bar{x}	n	s	
1	1,0	1		0,0	1		5,0	1		4,0	1		5,0	1	
2	1,0	2	1,4	0,0	2	0,0	0,0	2	0,0	5,0	2	0,0	5,0	2	0,0
3	0,5	1		0,0	1		5,0	1		4,5	1		5,0	1	
4	2,8	4	2,1	0,5	4	0,6	0,3	4	0,5	4,8	4	0,5	5,0	4	0,6
5	2,2	6	1,0	0,2	6	0,4	0,0	6	0,0	5,0	6	0,0	4,8	6	0,4
6															
7	0,0	1		0,0	1		5,0	1		4,5	1		5,0	1	
8	0,5	2	0,7	0,0	2	0,0	0,0	2	0,0	5,0	2	0,0	5,0	2	0,0
9	0,0	1		0,0	1		5,0	1		5,0	1		5,0	1	
10	3,5	2	2,1	1,0	2	1,4	0,5	2	0,7	5,0	2	0,0	5,0	2	0,0
11	2,0	1		0,0	1		4,5	1		5,0	1		5,0	1	
12	1,1	9	0,6	0,3	9	0,4	0,2	9	0,4	4,9	9	0,2	5,0	9	0,6
13	1,0	1		0,0	1		5,0	1		5,0	1		5,0	1	
14	0,7	3	0,6	0,0	3	0,0	0,2	3	0,3	4,7	3	0,6	4,5	3	0,9
15															
16	2,5	6	1,0	0,5	6	0,5	0,7	6	1,0	4,0	6	1,5	4,4	5	0,5
17	1,5	2	0,7	0,0	2	0,0	0,0	2	0,0	5,0	2	0,0	5,0	2	0,0
18	2,1	6	1,3	0,8	6	1,0	0,7	6	1,0	5,0	6	0,0	5,0	6	0,0
19	2,0	1		0,0	1		0,0	1		5,0	1		5,0	1	
20	0,0	1		0,0	1		5,0	1		4,0	1		5,0	1	
21	0,8	5	1,1	0,2	5	0,4	0,4	5	0,5	4,8	5	0,4	3,8	5	1,1
22	2,2	6	1,2	0,7	6	0,8	0,3	6	0,8	4,2	6	1,6	4,0	6	1,5
23	3,5	2	0,7	1,0	2	1,4	0,5	2	0,7	4,5	2	0,7	4,5	2	0,7
24	0,9	8	0,8	0,2	8	0,4	0,0	8	0,0	5,0	8	0,0	4,8	8	0,4
25	0,5	2	0,7	0,0	2	0,0	0,0	2	0,0	5,0	2	0,0	5,0	2	0,0
26	0,5	2	0,7	0,0	2	0,0	0,0	2	0,0	5,0	2	0,0	5,0	2	0,0
27	1,5	1		1,0	1		0,0	1		5,0	1		4,5	1	
28	3,7	3	0,6	1,3	3	1,2	1,0	1		3,7	3	0,6	3,0	3	0,0
29	2,5	2	2,1	0,5	2	0,7	0,5	2	0,7	5,0	2	0,0	3,0	2	1,4
30	1,7	3	1,5	0,0	3	0,0	0,0	3	0,0	5,0	3	0,0	4,7	3	0,6
31	2,0	3	1,7	1,0	3	0,0	0,0	3	0,0	4,0	3	0,0	1,7	3	1,2
32	5,0	1		0,0	1		0,0	1		5,0	1		5,0	1	
33	2,3	5	0,8	1,1	5	0,7	1,1	5	1,0	4,7	5	0,5	3,9	5	1,2
34	2,8	5	0,8	2,1	5	1,0	1,7	5	1,1	3,4	5	1,5	3,6	5	1,1
35	2,8	4	1,5	0,8	4	0,5	0,5	4	0,6	4,5	4	1,0	4,3	4	0,5
36	2,1	11	1,6	1,3	11	1,2	0,4	11	0,8	4,6	10	0,8	4,4	11	0,7

Typ	Besucher:											
	Z 13.a		Z 13.b		Z 13.c							
	Begrenzung der Ausgaben fur den Eintritt	Begrenzung der Ausgaben fur die Verpflegung wahrend der Veranstaltung	Begrenzung der Ausgaben fur die Verpflegung wahrend der Veranstaltung	Begrenzung der Ausgaben fur die Anreise								
\bar{x}	n	s	\bar{x}	n	s	\bar{x}	n	s	\bar{x}	n	s	
1	4,0	1		4,0	1		4,0	1		4,0	1	
2	4,4	3	0,5	3,8	3	0,8	4,5	3	0,5	4,5	3	0,5
3	3,5	1		3,0	1		3,5	1		3,5	1	
4	4,0	4	0,4	3,8	4	0,6	3,7	4	0,9	3,7	4	0,9
5	3,2	11	0,7	2,8	11	0,5	3,7	11	1,2	3,7	11	1,2
6	3,6	6	1,3	2,9	6	0,8	3,5	6	1,0	3,5	6	1,0
7	4,8	3	0,4	3,5	3	1,1	4,1	3	0,4	4,1	3	0,4
8	4,0	4	1,1	2,6	4	1,1	3,6	4	0,4	3,6	4	0,4
9	2,5	2	0,7	3,0	2	1,4	4,5	2	0,7	4,5	2	0,7
10	2,9	2	0,1	2,3	2	1,0	3,5	2	1,3	3,5	2	1,3
11	3,4	3	1,0	3,4	3	0,1	3,8	3	1,0	3,8	3	1,0
12	2,9	8	1,1	2,7	8	0,4	3,5	8	0,4	3,5	8	0,4
13	3,5	1		2,5	1		4,0	1		4,0	1	
14	3,2	3	1,7	2,6	3	0,5	4,0	3	1,0	4,0	3	1,0
15	4,0	1		4,0	1		4,0	1		4,0	1	
16	3,7	5	1,1	3,3	5	0,6	3,6	5	0,4	3,6	5	0,4
17	3,6	5	1,7	3,1	5	0,4	3,5	5	0,5	3,5	5	0,5
18	4,1	5	1,0	2,9	5	1,3	4,0	5	0,6	4,0	5	0,6
19	3,2	2	1,2	2,5	2	0,7	3,9	2	0,6	3,9	2	0,6
20	2,2	5	0,3	2,4	5	0,7	3,6	5	1,3	3,6	5	1,3
21	2,6	9	1,3	2,7	9	0,6	3,6	9	0,6	3,6	9	0,6
22	2,8	10	1,1	3,1	10	1,0	3,7	10	0,9	3,7	10	0,9
23	2,2	5	0,6	2,6	5	0,6	3,8	5	0,6	3,8	5	0,6
24	3,3	10	1,7	2,5	10	1,2	3,3	10	0,7	3,3	10	0,7
25	4,5	2	0,7	3,8	2	0,2	4,2	2	0,2	4,2	2	0,2
26	4,2	2	1,2	3,0	2	0,0	4,3	2	0,0	4,3	2	0,0
27	2,7	1		2,7	1		3,0	1		3,0	1	
28	3,6	4	1,4	3,3	4	0,5	3,9	4	0,8	3,9	4	0,8
29	3,8	4	1,7	2,5	4	0,7	3,8	4	0,7	3,8	4	0,7
30	2,6	6	1,5	1,9	6	0,7	3,3	6	0,6	3,3	6	0,6
31	3,5	4	1,5	3,3	4	0,6	4,0	4	0,4	4,0	4	0,4
32	5,0	1		3,0	1		3,0	1		3,0	1	
33	3,9	9	1,2	2,6	9	0,8	3,2	9	0,7	3,2	9	0,7
34	3,4	4	1,6	2,5	4	0,7	3,6	4	0,6	3,6	4	0,6
35	2,2	8	1,3	2,6	8	0,5	4,0	8	0,9	4,0	8	0,9
36	2,5	15	1,2	1,8	15	0,7	3,3	15	0,6	3,3	15	0,6

Öffentliche Verwaltung:

Beachtung der Grundsätze der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit

Typ	Z 1.14a			Z 1.14b			Z 1.14c			Z 1.14d			Z 1.14e			Z 1.14f		
	\bar{x}	n	s	\bar{x}	n	s	\bar{x}	n	s	\bar{x}	n	s	\bar{x}	n	s	\bar{x}	n	s
1	1,0	1	0,0	1	5,0	1	5,0	1	5,0	1	5,0	1	5,0	1	4,0	1	4,0	1
2	0,0	2	0,0	2	3,0	2	0,0	3,0	2	0,0	2	2,0	2	1,4	4,0	2	1,4	2
3	0,0	1	0,0	1	4,0	1	5,0	1	5,0	1	5,0	1	5,0	1	4,0	1	4,0	1
4	1,0	4	1,4	0,8	4	1,0	3,5	4	1,3	3,8	4	1,0	3,8	4	1,0	3,3	4	2,4
5	0,7	6	0,8	0,3	6	0,5	3,7	6	1,0	4,0	6	1,1	4,2	6	0,8	3,0	6	2,0
6	0,0	1	0,0	1	4,5	1	5,0	1	5,0	1	5,0	1	4,5	1	4,5	1	4,5	1
7	0,0	2	0,0	0,5	2	0,7	4,0	2	1,4	5,0	2	0,0	4,5	2	0,7	4,0	2	1,4
8	0,0	1	0,0	1	4,0	1	5,0	1	5,0	1	5,0	1	5,0	1	5,0	1	5,0	1
9	0,0	1	0,0	1	4,0	1	5,0	1	5,0	1	5,0	1	5,0	1	5,0	1	5,0	1
10	1,5	2	0,7	2,0	2	1,4	2,5	2	0,7	2,5	2	0,7	2,5	2	2,1	1,5	2	0,7
11	0,0	1	0,5	1	4,0	1	4,5	1	4,5	1	4,0	1	4,0	1	4,5	1	4,5	1
12	1,1	8	0,6	0,4	8	0,6	3,2	8	0,8	3,5	8	1,5	3,1	8	1,3	3,1	8	0,7
13	0,0	1	0,0	1	3,0	1	3,0	1	4,0	1	5,0	1	5,0	1	5,0	1	5,0	1
14	0,0	3	0,0	0,0	2	0,0	2,7	3	1,5	3,0	2	1,4	5,0	2	0,0	2,3	3	2,1
15																		
16	0,3	6	0,5	1,5	6	1,9	2,8	6	0,8	2,3	6	1,6	3,0	6	1,1	3,2	6	1,8
17	0,0	2	0,0	0,0	2	0,0	4,5	2	0,7	5,0	2	0,0	4,5	2	0,7	4,5	2	0,7
18	1,0	5	1,0	0,8	5	1,1	3,7	5	1,0	3,5	5	1,0	3,5	5	1,0	2,8	5	0,8
19	0,0	1	0,0	1	2,0	1	2,0	1	4,0	1	4,0	1	3,0	1	1,0	1,0	1	1,0
20	0,0	1	0,0	1	5,0	1	5,0	1	5,0	1	5,0	1	5,0	1	4,0	1	4,0	1
21	1,6	5	0,8	1,4	5	0,9	2,4	5	0,9	3,6	5	1,1	3,3	4	1,3	3,4	5	0,5
22	0,8	5	0,4	2,0	5	2,1	2,2	5	2,3	3,6	5	2,1	4,2	5	1,3	4,8	5	0,4
23	2,5	2	3,5	1,5	2	2,1	4,0	2	1,4	2,5	2	2,1	4,0	2	0,0	3,0	2	1,4
24	0,9	8	0,6	0,1	8	0,4	3,8	8	0,7	4,6	8	0,5	4,2	8	1,0	3,4	8	0,8
25	0,0	2	0,0	0,0	2	0,0	4,0	2	1,4	5,0	2	0,0	5,0	2	0,0	4,0	2	1,4
26	0,5	2	0,7	0,0	1	1,5	2	0,7	4,0	2	1,4	4,0	2	1,4	3,0	2	1,4	2
27	1,0	1	0,0	1	1,5	1	4,0	1	4,0	1	4,5	1	4,5	1	4,5	1	4,5	1
28	1,3	3	0,6	0,3	3	0,6	3,0	3	1,7	3,7	3	0,6	3,7	3	0,6	4,0	3	1,7
29	0,5	2	0,7	0,5	2	0,7	2,5	2	2,1	3,5	2	2,1	3,5	2	2,1	2,0	2	1,4
30	1,3	4	1,9	0,0	4	0,0	2,5	4	1,3	4,3	4	1,0	3,7	3	1,5	2,3	4	2,2
31	2,0	1	1,0	1	2,0	1	2,0	1	2,0	1	2,0	1	5,0	1	5,0	1	5,0	1
32	0,0	1	1,0	1	5,0	1	5,0	1	5,0	1	5,0	1	5,0	1	5,0	1	5,0	1
33	1,5	5	1,0	0,5	5	0,9	2,6	5	1,5	4,3	5	0,4	4,3	5	0,8	2,9	5	1,1
34	1,4	5	1,1	1,8	4	2,4	3,4	5	1,1	3,1	4	1,9	3,5	4	1,7	3,1	5	1,6
35	1,0	3	1,0	1,3	4	1,3	3,8	4	1,3	4,0	4	1,2	3,5	4	1,7	3,8	4	1,5
36	1,4	10	0,9	0,3	10	0,5	4,1	10	1,2	4,2	10	1,0	4,3	10	1,2	3,8	10	1,4

Gastgewerbe und Einzelhandel:

kurz-, mittel- und langfristige Erzielung positiver betriebswirtschaftlicher Ergebnisse

Typ	Z 1.15.a			Z 1.15.b			Z 1.15.c			Z 1.15.d			Z 1.15.e		
	\bar{x}	n	s	\bar{x}	n	s	\bar{x}	n	s	\bar{x}	n	s	\bar{x}	n	s
1	1,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	1,0	1	1,0	1	0,0	1	0,0
2	1,5	3	1,3	0,2	3	0,3	1,3	3	1,5	1,7	3	1,5	1,5	3	1,3
3	0,0	1	0,0	1	0,5	1	0,5	1	0,5	0,0	1	0,0	1	0,0	1
4	2,2	6	1,2	0,3	6	0,4	0,9	6	0,9	2,0	5	1,2	1,5	6	1,5
5	1,6	10	1,2	0,1	10	0,3	1,1	10	1,1	2,0	10	1,9	0,8	10	1,2
6	2,3	4	1,3	0,8	4	1,0	1,5	4	0,6	2,8	4	1,7	1,8	4	2,2
7	2,5	2	0,7	0,5	2	0,7	0,8	2	0,2	1,0	2	0,0	1,0	2	0,0
8	1,2	3	0,8	0,2	3	0,3	0,7	3	0,6	2,3	3	2,5	1,7	3	2,1
9	1,0	2	0,0	0,0	2	0,0	0,5	2	0,7	0,3	2	0,4	0,0	2	0,0
10	3,5	2	0,7	0,5	2	0,0	3,0	2	0,0	2,5	2	0,7	1,8	2	0,4
11	1,6	4	1,5	0,4	4	0,5	1,9	4	1,5	1,6	4	0,5	1,5	4	0,9
12	1,9	9	1,2	0,1	9	0,3	0,9	9	0,6	1,2	9	1,3	0,6	9	0,7
13	1,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	0,0	1	0,0	0,0	1	0,0
14	3,3	3	1,5	0,7	3	0,6	1,1	3	0,8	2,7	3	2,3	2,1	3	2,6
15	2,0	1	1,0	1	2,0	1	2,0	1	2,0	1	1,0	1	1,0	1	1,0
16	2,2	5	1,4	1,1	5	1,1	1,4	5	0,4	2,1	5	1,5	1,2	5	1,4
17	3,0	4	0,8	0,5	4	1,0	1,9	4	0,3	2,6	4	1,3	2,3	4	1,7
18	2,2	7	0,8	0,4	8	0,5	1,6	7	1,1	2,6	7	0,9	1,7	8	1,7
19	3,4	2	0,9	0,9	2	0,2	2,3	2	0,4	1,0	2	0,0	0,5	2	0,7
20	1,0	1	0,0	1	1,0	1	1,0	1	0,0	0,0	1	0,0	0,0	1	0,0
21	3,0	7	1,4	0,8	7	0,8	1,9	7	1,0	2,0	7	1,0	1,4	7	1,0
22	3,0	8	1,0	0,4	8	0,7	1,5	8	0,6	2,8	8	1,3	2,3	8	1,4
23	3,0	5	1,2	0,6	5	0,5	1,4	5	1,1	4,2	5	0,8	2,5	5	2,0
24	2,4	10	1,2	1,1	10	1,7	1,6	10	1,3	2,0	10	1,7	1,0	10	1,0
25	1,5	2	2,1	0,0	2	0,0	0,8	2	1,2	1,0	2	1,4	0,3	2	0,5
26	2,8	2	1,8	0,3	2	0,4	2,3	2	2,5	2,8	2	0,4	1,8	2	1,1
27	3,0	1	0,0	2	0,0	2,3	1	1,8	1	0,8	2	0,8	2	1,1	
28	3,0	4	1,4	0,8	4	0,3	1,8	4	0,5	2,4	4	0,8	2,0	4	0,8
29	2,8	3	1,0	0,7	3	0,6	1,3	3	0,6	2,2	3	1,4	1,3	3	1,5
30	2,8	5	1,9	1,3	6	1,8	1,5	5	1,4	2,4	5	2,3	1,7	6	1,6
31	2,3	4	1,3	1,4	4	1,1	1,0	4	1,4	3,0	4	1,2	2,5	4	1,3
32	4,0	1	0,0	1	1,5	1	3,0	1	3,0	1	1,5	1	1,5	1	1,5
33	2,2	7	0,8	0,7	7	0,8	1,8	7	0,6	2,3	7	1,5	1,5	7	1,6
34	3,6	5	0,7	2,5	5	1,2	2,3	5	1,0	3,4	5	0,2	2,5	5	0,9
35	3,0	7	0,8	0,9	7	1,1	2,5	6	0,6	3,9	7	1,1	2,2	7	1,3
36	3,2	16	1,2	0,9	16	0,8	1,9	16	0,8	1,9	16	1,3	1,4	16	1,2



Sonstige Unternehmen:

kurz-, mittel- und langfristige Erzielung positiver betriebswirtschaftlicher Ergebnisse

Typ	Z11.6a			Z11.6b			Z11.6c			Z11.6d			Z11.6e		
	\bar{x}	n	s												
1	1,5	1		0,5	1		1,0	1		1,5	1		4,5	1	
2	1,4	4	1,3	1,5	4	0,6	1,3	4	1,0	0,0	4	0,0	5,0	4	0,0
3	1,3	1		1,3	1		1,3	1		0,3	1		4,3	1	
4	1,2	5	0,7	1,4	5	1,0	2,0	5	1,3	0,7	5	0,6	4,7	5	0,4
5	1,5	11	0,9	1,7	11	0,9	2,0	11	1,3	0,8	11	0,9	4,5	11	0,7
6	2,1	6	1,6	2,7	6	1,1	2,6	6	1,6	0,7	6	1,4	4,3	5	1,3
7	1,7	3	1,2	2,5	3	1,3	1,8	3	1,9	0,7	3	1,2	4,3	2	0,4
8	1,3	3	1,5	0,8	3	0,8	1,3	3	1,0	0,7	3	1,2	4,7	3	0,6
9	1,5	2	2,1	1,0	2	1,4	0,5	2	0,7	0,0	2	0,0	5,0	2	0,0
10	3,0	2	0,7	1,8	2	0,4	1,8	2	1,1	1,8	2	0,4	4,5	2	0,0
11	1,2	5	1,2	2,1	5	1,4	2,3	5	1,6	1,3	5	1,3	4,2	5	0,8
12	1,5	10	0,8	1,6	10	0,9	2,0	10	1,0	0,5	10	0,4	4,7	10	0,7
13	0,0	1		1,5	1		3,0	1		1,5	1		4,0	1	
14	1,5	4	1,0	1,8	4	1,3	2,3	4	1,7	1,3	4	1,9	4,0	4	1,4
15	3,0	1		3,5	1		4,0	1		3,5	1		2,0	1	
16	1,7	6	0,5	1,9	6	1,0	2,5	6	1,2	1,4	6	1,0	3,8	6	0,9
17	1,0	4	1,4	1,6	4	0,5	2,0	4	0,8	0,3	4	0,5	4,6	4	0,5
18	1,5	8	0,8	1,5	8	1,2	2,1	8	1,4	1,1	8	1,3	4,6	8	0,7
19	0,8	2	0,4	1,5	2	0,7	2,8	2	0,4	0,8	2	0,4	4,5	2	0,7
20	0,8	2	0,4	1,3	2	1,1	1,0	2	1,4	1,0	2	1,4	4,5	2	0,7
21	1,7	7	1,0	2,1	7	0,9	2,1	7	0,9	1,1	7	0,7	4,3	7	0,8
22	1,9	9	0,9	1,9	9	1,0	3,1	9	0,8	1,6	9	1,1	4,2	9	0,3
23	2,3	4	1,0	3,0	4	0,8	3,5	4	1,3	1,6	4	1,3	4,0	4	0,8
24	1,5	9	0,8	1,9	9	1,1	2,3	9	1,1	0,7	9	0,7	4,7	8	0,4
25	0,8	2	0,4	0,5	2	0,7	0,5	2	0,7	0,3	2	0,4	4,5	2	0,6
26	0,5	2	0,7	1,5	2	2,1	2,3	2	1,8	1,5	2	0,7	4,0	2	0,0
27	1,0	2	0,0	1,6	2	1,2	1,3	2	0,4	1,4	2	1,6	3,2	2	1,6
28	2,0	4	0,8	1,8	4	0,5	2,3	4	1,5	2,0	4	1,4	3,8	4	0,5
29	1,7	5	1,8	0,9	5	0,5	2,0	5	1,4	0,8	5	0,8	4,1	5	0,9
30	2,1	7	1,7	2,4	7	1,4	2,9	7	1,8	1,2	7	1,4	4,0	6	1,2
31	2,2	4	1,3	2,0	4	1,2	2,6	4	1,4	0,7	4	1,3	4,2	4	1,2
32	2,0	1		2,0	1		2,0	1		1,0	1		5,0	1	
33	2,0	9	1,3	1,9	9	1,4	2,6	9	1,5	0,8	9	0,7	4,3	7	0,4
34	1,9	5	0,5	2,8	5	1,1	2,9	5	0,9	1,7	5	0,7	4,0	5	0,6
35	2,3	7	1,0	2,4	7	1,2	2,9	7	1,3	1,4	7	0,9	3,8	7	0,7
36	2,1	16	1,1	2,5	16	1,3	2,8	16	1,3	1,0	16	1,1	4,1	15	1,0

Bevölkerung: Erhalt oder Verbesserung ökologischer Lebensbedingungen

(Fortsetzung auf der folgenden Seite)

Typ	Z11.1.a			Z11.1.b			Z11.1.c			Z11.1.d			Z11.1.e			Z11.1.f		
	\bar{x}	n	s															
1	0,0	1		0,0	1		5,0	1		5,0	1		4,0	1		4,0	1	
2	0,0	2	0,0	0,0	2	0,0	5,0	2	0,0	5,0	2	0,0	5,0	2	0,0	4,5	2	0,7
3	0,0	1		0,0	1		5,0	1		5,0	1		4,0	1		4,0	1	
4	0,3	4	0,5	0,3	4	0,5	5,0	4	0,0	5,0	4	0,0	4,3	4	0,5	4,5	4	0,6
5	0,0	6	0,0	0,2	6	0,4	5,0	6	0,0	5,0	6	0,0	3,8	6	1,0	4,2	6	0,4
6	0,0	1		0,0	1		5,0	1		5,0	1		4,5	1		4,5	1	
7	0,0	2	0,0	1,0	2	1,4	5,0	2	0,0	5,0	2	0,0	5,0	2	0,0	5,0	2	0,0
8	0,0	1		0,0	1		5,0	1		5,0	1		4,0	1		4,0	1	
9	0,0	1		0,0	1		5,0	1		5,0	1		4,0	1		4,0	1	
10	1,5	2	2,1	2,0	2	0,0	4,5	2	0,7	3,5	2	0,7	3,5	2	0,7	2,5	2	2,1
11	0,0	1		0,0	1		5,0	1		5,0	1		5,0	1		4,5	1	
12	0,2	9	0,4	0,2	9	0,2	5,0	9	0,0	5,0	9	0,0	3,6	9	0,5	4,3	9	0,6
13	0,0	1		0,0	1		5,0	1		5,0	1		5,0	1		5,0	1	
14	0,0	3	0,0	0,0	3	0,0	5,0	3	0,0	5,0	3	0,0	4,2	3	0,8	3,7	3	0,6
15	0,5	6	0,5	0,2	6	0,4	4,7	6	0,8	4,3	6	1,6	3,5	6	1,0	3,3	6	1,4
16	0,0	2	0,0	0,5	2	0,7	5,0	2	0,0	5,0	2	0,0	4,5	2	0,7	4,5	2	0,7
17	0,3	6	0,5	0,0	6	0,0	5,0	6	0,0	5,0	6	0,0	4,4	6	0,5	4,8	6	0,4
18	0,3	6	0,5	0,0	6	0,0	5,0	6	0,0	5,0	6	0,0	4,4	6	0,5	4,8	6	0,4
19	0,0	1		0,0	1		5,0	1		5,0	1		4,0	1		4,0	1	
20	0,0	1		0,0	1		5,0	1		5,0	1		4,0	1		3,0	1	
21	0,2	5	0,4	0,8	5	0,8	5,0	5	0,0	5,0	5	0,0	3,8	5	0,8	4,4	5	0,5
22	0,3	6	0,5	1,2	6	1,9	4,3	6	1,0	3,8	6	1,6	2,2	6	0,8	2,5	6	0,8
23	0,0	2	0,0	0,0	2	0,0	4,0	2	1,4	4,0	2	1,4	3,0	2	0,0	4,5	2	0,7
24	0,2	8	0,4	0,1	8	0,2	4,9	8	0,2	5,0	8	0,0	4,1	8	0,6	4,3	8	0,8
25	0,0	2	0,0	0,0	2	0,0	5,0	2	0,0	5,0	2	0,0	4,5	2	0,7	4,5	2	0,7
26	0,0	2	0,0	0,0	2	0,0	5,0	2	0,0	5,0	2	0,0	4,0	2	0,0	4,0	2	0,0
27	0,5	1		0,5	1		5,0	1		5,0	1		4,0	1		3,5	1	
28	0,7	3	0,6	1,7	3	1,2	4,3	3	0,6	4,3	3	0,6	3,7	3	1,2	4,3	3	0,6
29	0,5	2	0,7	0,0	2	0,0	5,0	2	0,0	5,0	2	0,0	3,0	2	1,4	4,0	2	0,0
30	0,5	4	0,6	0,3	4	0,5	5,0	4	0,0	5,0	4	0,0	4,0	4	0,8	2,5	4	0,6
31	1,0	3	0,0	0,7	3	0,6	3,7	3	1,2	3,3	3	0,6	1,3	3	0,6	2,3	3	0,6
32	1,0	1		0,0	1		5,0	1		5,0	1		3,0	1		3,0	1	
33	0,4	5	0,4	0,6	5	0,8	4,7	5	0,4	4,8	5	0,3	4,0	5	0,0	3,3	5	1,3
34	0,7	5	0,8	1,1	5	0,9	4,5	5	0,9	3,9	5	1,7	2,8	5	1,3	3,0	5	1,6
35	1,0	4	2,0	1,5	4	1,3	4,8	4	0,5	4,5	4	0,6	2,8	4	1,0	3,5	4	1,7
36	0,8	12	1,2	0,8	12	1,1	4,8	12	0,7	4,8	12	0,7	3,6	12	1,0	3,3	12	1,2

Bevölkerung: Erhalt oder Verbesserung ökolo- gischer Lebensbedingungen (Fortgesetzt)									
Z III.g					Z III.h				
Begrenzung der Luftschadstoffemis- sionen aufgrund der SGV (Veranstaltung selbst / An- und Abwesenheit)					Begrenzung der Abfallprodukton infolge der SGV				
Typ	X	n	s	X	n	s	X	n	s
1	5,0	1		5,0	1				
2	4,5	2	0,7	4,5	2	0,7			
3	4,0	1		4,5	1				
4	4,5	4	0,6	4,0	4	0,8			
5	4,5	6	0,8	4,0	5	1,2			
6									
7	4,0	1		4,5	1				
8	5,0	2	0,0	4,5	2	0,7			
9	5,0	1		4,0	1				
10	4,0	2	1,4	2,5	2	2,1			
11	5,0	1		4,5	1				
12	4,2	9	0,4	3,4	9	0,7			
13	5,0	1		3,0	1				
14	4,2	3	0,8	3,3	3	1,2			
15									
16	3,7	6	1,0	3,3	6	1,5			
17	5,0	2	0,0	4,5	2	0,7			
18	4,8	6	0,4	4,6	6	0,5			
19	4,0	1		4,0	1				
20	3,0	1							
21	4,2	5	0,4	3,4	5	1,1			
22	3,3	6	0,8	2,5	6	1,2			
23	3,0	2	0,0	3,5	2	0,7			
24	4,3	8	0,6	3,5	8	0,5			
25	4,5	2	0,7	4,5	2	0,7			
26	4,5	2	0,7	4,0	2	0,0			
27	3,5	1		3,5	1				
28	4,3	3	0,6	3,0	3	0,0			
29	3,5	2	0,7	3,0	2	1,4			
30	4,5	4	1,0	2,3	4	0,5			
31	2,3	3	0,6	1,7	3	1,2			
32	5,0	1		3,0	1				
33	4,0	5	0,0	2,6	5	1,1			
34	3,4	5	1,1	2,3	5	1,2			
35	3,8	4	0,5	2,7	3	1,2			
36	4,0	12	0,6	3,1	12	1,1			



Bevölkerung: Stärkung des Gemeinwesens															
Z III.1.a			Z III.1.b			Z III.1.c			Z III.1.d			Z III.1.e			
Positive empfundene Entwicklung sozialer und kultureller Traditionen infolge des veranstaltungs- bedingten Tourismus			Stärkung des Zu- sammengehörigkeits- gefühls innerhalb der Bevölkerung infolge der Ausrichtung der SGV			Senkung der regiona- len Identität infolge der SGV			Steigerung des Ein- satzes der Be- völkerung für das Gemeinwesen			Vermeidung von Kriminalität und Vandalismus auf- grund der SGV			
Typ	X	n	s	X	n	s	X	n	s	X	n	s	X	n	s
1	2,0	1		2,5	1		2,0	1		1,0	1		5,0	1	
2	2,2	4	0,3	2,7	3	1,3	2,3	4	1,3	2,0	4	1,7	5,0	4	0,0
3	1,0	1		0,8	1		2,0	1		0,5	1		4,3	1	
4	1,7	5	0,5	1,8	5	1,1	2,0	5	1,0	1,3	5	1,4	4,8	5	0,4
5	2,1	11	1,1	2,2	11	0,8	2,4	11	0,9	1,6	11	0,7	4,6	11	0,5
6	1,8	6	1,5	2,0	6	1,4	2,6	6	1,7	1,3	6	1,1	4,7	6	0,3
7	1,9	3	0,6	2,3	3	0,8	2,9	3	0,6	1,7	3	0,7	4,2	3	0,6
8	2,7	4	1,2	2,2	4	0,8	2,5	4	0,4	1,8	4	0,2	4,2	4	0,9
9	2,5	1		2,0	1		2,0	1		1,0	1		4,0	1	
10	2,5	2	0,0	3,5	2	0,7	3,8	2	1,1	3,1	2	0,5	4,8	2	0,4
11	2,0	4	0,3	1,5	4	0,7	2,0	4	1,1	1,6	4	0,7	4,8	4	0,2
12	1,9	10	0,8	1,4	10	1,0	1,8	10	0,9	0,8	10	0,5	4,8	10	0,4
13	2,0	1		1,5	1		1,5	1		1,5	1		5,0	1	
14	2,4	4	0,5	2,1	4	1,0	2,0	4	0,9	1,5	4	0,4	4,7	4	0,2
15															
16	1,7	6	1,4	1,7	6	1,0	2,1	6	1,3	1,4	6	0,9	4,6	6	0,7
17	1,6	5	0,7	2,6	5	1,2	2,7	5	0,6	2,1	5	0,5	4,2	5	0,7
18	3,0	7	1,6	1,6	7	0,8	2,5	7	1,1	1,5	7	1,0	4,5	7	1,1
19	2,8	2	1,6	2,8	2	0,4	2,8	2	0,2	2,7	2	0,9	4,3	2	0,5
20	3,1	4	1,7	3,0	4	1,1	3,4	4	0,5	2,2	4	0,5	3,8	4	1,2
21	3,0	9	0,6	2,6	9	0,9	3,4	9	0,5	1,8	9	0,6	4,5	9	0,4
22	3,2	10	1,2	2,5	10	1,2	2,9	10	1,0	2,0	10	0,9	4,2	10	0,6
23	2,6	5	0,5	2,4	5	0,9	3,1	5	0,6	2,2	5	0,8	3,8	5	1,6
24	2,2	10	1,3	1,8	10	1,2	2,4	10	1,1	1,5	10	0,7	4,4	10	0,8
25	1,5	2	0,4	1,5	2	0,4	1,6	2	1,2	0,8	2	0,0	4,9	2	0,2
26	1,5	2	0,0	1,0	2	0,7	2,5	2	2,1	1,3	2	1,1	5,0	2	0,0
27	1,8	1		2,0	1		2,3	1		1,5	1		4,3	1	
28	2,4	3	0,8	2,1	3	0,2	2,8	3	0,5	2,1	3	0,8	4,6	3	0,4
29	3,0	4	1,4	3,5	4	2,0	3,1	4	2,1	1,9	4	1,6	4,1	4	0,8
30	3,3	6	0,7	2,9	6	0,3	3,2	6	0,2	1,6	6	0,3	4,1	6	0,6
31	2,5	4	0,3	3,1	4	0,3	3,5	4	0,4	2,5	4	0,8	4,3	4	0,3
32	3,5	1		3,0	1		3,0	1		1,5	1		4,0	1	
33	2,8	9	1,0	2,7	9	0,9	3,0	9	1,1	2,0	9	0,5	4,3	9	0,5
34	3,1	5	1,0	2,2	5	1,2	2,9	5	0,9	1,6	5	1,0	4,0	5	0,6
35	3,0	8	0,9	3,0	8	1,0	3,8	8	0,6	2,3	8	1,1	4,3	8	0,5
36	3,2	16	0,8	2,5	16	1,0	3,3	16	1,0	1,3	16	1,0	4,5	16	0,5



Besucher: Erzielung eines positiven Freizeit- und Erlebnisnutzens und Vermittlung von Werten (Fortsetzung auf der folgenden Seite)																		
Typ	Z III.2.a Unterhaltung während des Be- suchs der SGV			Z III.2.b Erholung durch den Besuch der SGV			Z III.2.c Förderung der Ge- sundheit durch Mo- tivität zu eigener sportlicher Betät- igung			Z III.2.d Vermittlung eines Gemeinschaftsge- fühls innerhalb der Zuschauer			Z III.2.e Förderung der Integration von Minderheiten			Z III.2.f Vermittlung von Orientierung und Werten		
	\bar{x}	n	s	\bar{x}	n	s	\bar{x}	n	s	\bar{x}	n	s	\bar{x}	n	s	\bar{x}	n	s
1	2.0	1		2.0	1		2.0	1		4.0	1		0.0	1		2.0	1	
2	3.2	3	1.5	1.4	3	0.5	1.7	3	0.7	2.7	3	1.5	1.1	3	0.4	1.5	3	0.8
3	3.5	1		2.5	1		3.0	1		2.0	1		0.0	1		0.5	1	
4	2.5	4	0.4	1.5	4	1.2	1.8	4	1.4	1.7	4	0.6	0.5	4	0.4	1.4	4	0.5
5	3.1	11	1.0	2.3	11	0.7	2.2	11	1.1	2.6	10	0.6	1.4	11	0.6	2.1	11	1.1
6	3.1	6	1.0	2.1	6	1.0	2.2	6	1.3	2.3	6	1.0	1.8	6	1.0	1.9	6	1.1
7	3.7	3	0.6	2.2	3	0.7	2.4	3	0.7	2.4	3	0.5	1.3	3	0.9	2.0	3	0.6
8	2.4	4	0.5	2.5	4	1.0	2.3	4	0.3	1.8	4	1.2	1.5	4	1.5	1.7	4	1.1
9	4.0	2	0.0	2.5	2	2.1	2.0	2	1.4	2.5	2	2.1	1.0	2	1.4	1.0	2	0.0
10	3.9	2	0.1	3.0	2	0.8	1.7	2	0.4	2.8	2	0.3	1.4	2	0.2	1.8	2	0.3
11	2.7	3	1.8	2.3	3	0.8	1.2	3	0.3	2.3	3	0.3	0.5	3	0.5	1.2	3	0.4
12	3.3	8	0.5	2.6	8	0.8	2.7	8	0.8	2.6	8	0.5	1.5	8	0.9	2.2	8	1.1
13	3.5	1		3.5	1		2.0	1		2.5	1		2.5	1		2.0	1	
14	4.2	3	0.7	1.0	3	1.0	2.4	3	1.4	3.3	3	0.5	1.8	3	1.0	1.6	3	0.5
15	2.0	1		0.0	1		0.0	1		0.0	1		0.0	1		0.0	1	
16	3.2	5	0.9	2.1	5	1.2	2.0	5	0.7	1.3	5	0.8	0.9	5	1.2	1.2	5	1.1
17	3.1	5	0.6	2.0	5	0.8	2.6	5	0.8	3.1	5	0.4	1.9	5	1.1	2.3	5	0.8
18	3.3	5	1.3	2.1	5	0.8	1.6	5	0.6	2.3	5	1.2	0.8	5	0.6	1.3	5	0.8
19	4.2	2	0.2	2.3	2	0.5	2.3	2	0.4	2.7	2	0.5	1.3	2	0.4	1.9	2	0.6
20	3.8	5	0.9	3.1	5	0.9	2.1	5	1.5	2.7	5	0.7	0.8	5	0.8	1.7	5	1.5
21	4.0	9	0.7	2.4	9	1.0	2.1	9	0.8	2.6	9	0.7	1.5	9	0.5	1.9	9	0.8
22	3.5	10	0.9	2.1	10	0.9	2.4	10	1.1	2.5	10	0.9	0.9	10	0.6	1.7	10	1.1
23	3.7	5	0.7	2.2	5	0.5	2.2	5	0.4	2.6	5	0.4	1.0	5	0.7	2.2	5	1.0
24	3.7	10	1.0	2.7	9	1.1	2.5	9	1.5	2.2	9	1.3	1.6	10	1.2	1.8	9	1.1
25	3.3	2	0.0	0.8	2	0.2	2.0	2	0.5	0.8	2	0.2	0.2	2	0.2	0.5	2	0.2
26	3.7	2	0.0	1.2	2	0.2	2.0	2	0.5	2.2	2	0.2	0.3	2	0.0	1.3	2	0.5
27	3.7	1		1.3	1		0.7	1		2.0	1		1.7	1		1.7	1	
28	3.5	4	0.6	2.3	4	0.9	1.7	4	0.6	2.1	4	0.9	0.6	4	0.4	1.0	4	0.7
29	4.1	4	0.7	3.0	4	0.5	1.8	4	1.4	2.7	4	1.3	1.1	4	1.4	1.3	4	1.3
30	3.9	6	0.3	2.2	6	1.0	1.7	6	0.5	3.0	6	0.4	1.1	6	0.6	1.4	6	0.4
31	3.9	4	0.8	2.0	4	0.7	2.2	4	0.9	3.1	4	1.5	0.8	4	1.0	0.7	4	1.1
32	2.0	1		1.0	1		1.0	1		2.0	1		1.0	1		0.0	1	
33	3.6	9	0.7	2.1	9	0.6	2.3	9	0.7	2.1	9	1.1	1.4	9	0.7	1.5	9	0.9
34	4.0	4	1.0	2.0	4	0.4	1.2	4	0.7	2.6	4	1.0	0.6	4	0.6	1.0	4	0.8
35	4.0	8	0.6	2.5	8	0.8	1.7	8	1.2	2.4	8	0.8	0.9	8	0.7	1.2	8	0.8
36	4.4	15	0.4	2.5	15	0.9	1.6	15	0.7	2.4	15	0.9	0.8	15	0.5	1.2	15	0.8

Besucher: Erzielung eines positiven Freizeit- und Erlebnisnutzens und Vermittlung von Werten (fortgesetzt)											
Typ	Z III.2.g Vermittlung von Konfliktsituationen zwischen den Zu- schauern			Z III.2.h Vermittlung gesund- heitlicher Be- einflüchtungen beim Besuch der SGV							
	\bar{x}	n	s	\bar{x}	n	s					
1	5.0	1		5.0	1						
2	4.7	3	0.3	5.0	3	0.0					
3	5.0	1		5.0	1						
4	4.7	4	0.5	4.9	4	0.3					
5	4.4	11	0.4	4.4	11	0.5					
6	4.6	6	0.7	4.6	6	0.4					
7	4.6	3	0.3	4.7	3	0.3					
8	4.5	4	0.4	4.6	4	0.6					
9	4.5	2	0.7	4.5	2	0.7					
10	4.3	2	0.4	4.4	2	0.6					
11	4.7	3	0.3	4.9	3	0.2					
12	4.3	8	0.8	4.7	8	0.5					
13	5.0	1		5.0	1						
14	3.9	3	0.2	3.8	3	0.7					
15	5.0	1		5.0	1						
16	4.6	5	0.5	4.7	5	0.6					
17	4.3	5	0.6	4.4	5	0.6					
18	4.8	5	0.4	4.8	5	0.3					
19	4.5	2	0.7	4.5	2	0.7					
20	3.8	5	1.2	4.7	5	0.3					
21	4.5	9	0.5	4.8	9	0.4					
22	4.6	10	0.4	4.5	10	0.5					
23	3.7	5	1.2	4.0	5	1.2					
24	4.6	9	0.4	4.6	9	0.5					
25	4.7	2	0.0	4.7	2	0.0					
26	4.7	2	0.5	4.5	2	0.7					
27	4.7	1		4.7	1						
28	4.5	4	0.4	4.8	4	0.3					
29	4.3	4	0.7	4.1	4	0.9					
30	4.0	6	0.5	4.3	6	0.4					
31	4.9	4	0.1	4.9	4	0.1					
32	4.0	1		4.0	1						
33	4.5	9	0.7	4.5	9	0.6					
34	4.8	4	0.2	4.7	4	0.4					
35	4.6	8	0.4	4.6	8	0.3					
36	4.5	15	0.5	4.5	15	0.4					

12 Literaturverzeichnis

- Ahrer, A. (2002): Sportliche Großveranstaltungen als Entwicklungsimpuls? Das Fallbeispiel Alpine Ski WM St. Anton 2001. Wien: Universität Wien.
- Baumgartner, C./Röhler, C. (1998): Nachhaltigkeit im Tourismus, Umsetzungsperspektiven auf regionaler Ebene. Wien: Manz Verlag Schulbuch GmbH.
- Behrend, H./Döge, P. (2001): Nachhaltigkeit als Politische Ökologie, Eine Kontroverse über Natur, Technik und Umweltpolitik. Berlin: Trafo Verlag.
- Brenke, K./Wagner, G. (2007): Zum volkswirtschaftlichen Wert der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland. Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung, Research Notes 19, Berlin.
- Brunet, F. (1995): An Economic Analysis of the Barcelona '92 Olympic Games: Resources, Financing, and Impact. Centre d'Estudis Olímpics i de l'Esport (UAB).
- Büch, M.-P./Maennig, W./Schulke, H.-J. (Hrsg.) (2002): Regionale- und Sportökonomische Aspekte von Sportgroßveranstaltungen. Dokumentation des Hamburger Workshops „Sport und Ökonomie“ anlässlich der HEW Cyclastics vom 17.-18.8.2001. In: Wissenschaftliche Berichte und Materialien/ Bundesinstitut für Sportwissenschaft, 1. Auflage, 2002/11, Köln.
- Büch, M.-P./Maennig, W./Schulke, H.-J. (Hrsg.) (2003): Nachhaltigkeit von Sportstätten. In: Wissenschaftliche Berichte und Materialien/ Bundesinstitut für Sportwissenschaften, 1. Auflage, 2003/12, Köln.
- Bundesministerium für Sportwissenschaft (1996): Wirtschaftsfaktor Sport. Dokumentation des Kölner Workshops am 2. Juli 1996, 2. Auflage. Köln: Verlag Hansen.
- Chernushenko, D. (1994): Greening our Games: Running Sports Events and Facilities that won't Cost the Earth. Ottawa: Centurion.
- De Boer, C. (1995): Die touristische und ökonomische Bedeutung von Sportveranstaltungen. In: Sievering, B. (Red.): Die wirtschaftliche Bedeutung des Sports – ein grenzüberschreitender Erfahrungsaustausch. Europäische Akademie des Sports, Band 4/1995, S. 27-32.
- Der Kurier: „Stadien werden ausgebaut“, 25.1.2007, S. 19-21
- Der Spiegel: „Olympiastadt München“, 04/1972, S.3
- Die Presse: „Spanien im Stubaital“, 3.6.2008, S. 18
- Die Presse: „Das Spiel mit dem Größenwahn“, 31.5./ 1.6.2008, S. 2
- Die Presse: „Euro-Schauen in Russen-Club und Pfarrhof“, 31.5./ 1.6.2008, S. 17

Dohmen, T./Falk, A./Huffman, D./Sunde, U. (2006): Seemingly Irrelevant Events Affect Economic Perceptions and Expectations: The FIFA World Cup 2006 as a Natural Experiment. IZA Discussion Paper No. 2275.

Feddersen, A./Maennig, W./Borcherding M. (2006): The Novelty Effect of New Soccer Stadia: The Case of Germany. International Journal of Sports Finance, Vol.1/Nr. 3/2006, S. 174-188.

Felderer, B./Grozea-Helmenstein, D./Helmenstein, C./Kleissner, A./Schnabl, A./Treitler, R. (2005): Fußball in Österreich. Institut für Höhere Studien, Wien.

Gans, P./Horn, M./Zemann, C. (2003): Sportgroßveranstaltungen – ökonomisch, ökologisch und soziale Wirkungen: Ein Bewertungsverfahren zur Entscheidungsvorbereitung und Erfolgskontrolle. Schorndorf: Verlag Hofmann.

Gans, P./Horn, M./Zemann, C. (2002): Alternative Konzepte zur Erfassung regionalwirtschaftlicher Wirkungen von Sportgroßveranstaltungen. In: Büch, H.-P./Maennig, W./Schulke, H.-J. (Hrsg.): Regional- und sportökonomische Aspekte von Sportgroßveranstaltungen. Köln: Sport und Buch Strauß, S. 123-135.

Getz, D. (1997): Event Management & Event Tourism. New York: Cognizant Communication Corporation.

Getz, D. (1991): Festivals, Special Events and Tourism. New York: Van Nostrand Reinhold.

Glück, A. (2001): Das Prinzip Nachhaltigkeit – Zukunftsorientiertes Denken und Handeln in ausgewählten Lebensbereichen. Politische Studien, Sonderheft 1/2001, 52. Jahrgang, Dezember 2001.

Gratton, C./Shibli, S./Coleman, R. (2006): The economic impact of major sports events: a review of ten events in the UK. The Sociological Review, Dec 2006/Vol. 54/Iss.2, S. 41-58.

Grozea-Helmenstein, D./Hauser-Rethaller, U./Helmenstein, C./Weber, A. (2002): Case Study: Fußball-Europameisterschaft 2008. IHS Projektbericht, Studie im Auftrag des Österreichischen Fußballbundes und der Wirtschaftskammer Österreich, Wien.

Grupe, O. (1999): Einblicke. Aspekte olympischer Sportentwicklung. Schorndorf: Karl Hofmann Verlag.

Haber, W. (1997): Nachhaltigkeit als Leitbild der Umwelt- und Raumentwicklung in Europa. In: Heinritz, G./Wiessner, R./Winiger, M.: Nachhaltigkeit als Leitbild der Umwelt- und Raumentwicklung in Europa. 51. Deutscher Geographentag Bonn 1997. Stuttgart: Franz Steiner Verlag, S. 11-30

- Hagn, F./Maennig, W. (2007): Labour Market Effects of the 2006 Soccer World Cup in Germany. Hamburg Working Paper Series in Economic Policy, Nr. 08/2007
- Handlinger, T. (2006): Ökonomische Implikationen der Fußball-Europameisterschaft 2008 für die österreichische Volkswirtschaft. Präsentation der Dissertation. Johannes Kepler Universität Linz.
- Heinemann, K. (1995): Einführung in die Ökonomie des Sports. Ein Handbuch. Schorndorf: Karl Hofmann Verlag.
- Helmenstein, C./ Kleissner, A./ Moser, B. (2007): Makroökonomische und sektorale Effekte der UEFA EURO 2008 in Österreich. Studie im Auftrag der Wirtschaftskammer Österreich
- Helmenstein, C./Kleissner, A./Moser, B./Kuhn, C./Feuchtmüller, G./Kasal, J./Skofisch, B. (2005): Ökonomische Wirkung von Sportgroßveranstaltungen. Destination Salzburg; Endbericht – Studienbeauftragung durch Stadt Salzburg, Land Salzburg, Bundeskanzleramt (Sektion Sport).
- Hone, P./Silvers, R. (2006): Measuring the Contribution of Sport to the Economy. The Australian Economic Review, Vol. 39/No. 4/2006, S. 412-419.
- Horky, T. (2007): Die Fußball-WM 2006 – Analysen zum Mediensport. Sport und Kommunikation, Band 3. Norderstedt: Books on Demand GmbH.
- Horne, J./Manzenreiter, W. (2006): An introduction to the sociology of sports mega-events. The Sociological Review, Dec 2006/Vol. 54/Iss.2, S. 1-24.
- Horne, J./Manzenreiter, W. (2004): Accounting for Mega-Events. Forecast and Actual Impacts of the 2002 Football World Cup Finals on the Host Countries Japan/Korea. International Review for the Sociology of Sport, 6/2004, Vol. 39 (2), S. 187-203.
- IOC Olympic Studies Centre (2003): The Legacy of the Olympic Games: 1984-2000. Joint Symposium, IOC Documents of the Museum Collection.
- Jäggi, S./Michal, S. (2007): Entdecke das Plus: Was die Euro 2008 volkswirtschaftlich bewirkt. Die Volkswirtschaft – Das Magazin für Wirtschaftspolitik, 11-2007, S. 67-70.
- Jasmand, S./Maennig, W. (2007): Regional Income and Employment Effects of the 1972 Munich Olympic Summer Games. IASE/ NAASE Working Paper Series, Paper No. 07-12.
- Kaniovski, S./Kratena, K./Marterbauer, M. (2003): Auswirkung öffentlicher Konjunkturimpulse auf Wachstum und Beschäftigung. Studie des Österreichischen Instituts für Wirtschaftsforschung im Auftrag der Bundesarbeiterkammer, Wien.
- Kasimati, E. (2003): Economic Aspects and the Summer Olympics: a Review of Related Research. International Journal of Tourism Research, Nr. 5/2003, S. 433-444.

Klein, M.-L. (1996): Der Einfluss von Sportgroßveranstaltungen auf die Entwicklung des Freizeit- und Konsumverhaltens sowie das Wirtschaftsleben einer Kommune oder Region. In: Anders, G./Hartmann, W. (Hrsg.): Wirtschaftsfaktor Sport – Attraktivität von Sportarten für Sponsoren. Wirtschaftliche Wirkung von Sportgroßveranstaltungen. Köln, S. 55-60.

Kurscheidt, M. (2004): Erfassung und Bewertung der wirtschaftlichen Effekte der Fußball-WM 2006. Unabhängiges wissenschaftliches Gutachten für wegweiser GmbH.

Lemmer, J. (1996): Sind Sportgroßveranstaltungen bedingt durch steigenden Motorisierungsgrad ökologisch noch zu verantworten? Das Verkehrsproblem in Ballungsgebieten. In: Anders, G./Hartmann, W. (Hrsg.): Wirtschaftsfaktor Sport – Attraktivität von Sportarten für Sponsoren. Wirtschaftliche Wirkung von Sportgroßveranstaltungen. Köln, S. 77-81.

Liebherr, C. (2007): Euro 08 bringt Uefa Milliarden. DRS Wirtschaftsredaktion online, 28. Juni 2007 (<http://blog.drs.ch/index.php?op=printView&articleId=1898&blogId=29>, abgerufen am 29.4.2008)

Lucas, R. (2006): Nachhaltige Events. ökopädNEWS, Juni 2006, S. 21.

Maennig, W. (2007): One year later: A re-appraisal of the economics of the 2006 soccer World Cup. Hamburg Working Paper Series in Economic Policy, Nr.10/2007, Hamburg.

Maennig, W./Feddersen, A. (2002): Imageeffekte von Sportgroßveranstaltungen: Möglichkeiten und Grenzen der Messung. In: Büch, H.-P./Maennig, W./Schulke, H.-J. (Hrsg.): Regional- und sportökonomische Aspekte von Sportgroßveranstaltungen. Köln: Sport und Buch Strauß, S. 101-121.

Malfas, M./Theodoraki, E./Houlihan, B. (2004): Impacts of the Olympic Games as mega-events. Municipal Engineer 157/ Issue ME3, S. 209-220.

Marivoet, S. (2006): UEFA Euro 2004 Portugal: The social construction of a sports mega-event and spectacle. The Sociological Review, Dec 2006/Vol. 54/Iss.2, S. 125-143.

Martins, A.M./Serra, A.P. (2007): Market Impact of International Sporting and Cultural Events. FEP Working Papers, No. 240, April 2007.

Mattanovich, E./Kasper, R. (1998): Wintersport-Großveranstaltungen in den Alpen. CIPRA-International. Schaan.

Meffert, H. (1998): Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 8. Auflage. Wiesbaden: Gabler Verlag.

Menzel, O. (2006): Die Fußball-WM 2006, Vermarktungsinstrumente und wirtschaftliche Potentiale. Saarbrücken: Verlag Dr. Müller.

- Meyer, B./Ahlert, G. (2002): Probleme der Regionalisierung volkswirtschaftlicher Einkommens- und Beschäftigungseffekte von Sportgroßveranstaltungen. In: Büch, H.-P./Maennig, W./Schulke, H.-J. (Hrsg.): Regional- und sportökonomische Aspekte von Sportgroßveranstaltungen. Köln: Sport und Buch Strauß, S. 83-100.
- Munoz, F. (2006): Olympic Urbanism and Olympic Villages. Planning Strategies in Olympic Host Cities. London 1908 to London 2012. *The Sociological Review*, Dec. 2006/Vol. 54/Iss.2, S. 175-187.
- Niersbach, W. (2006): Medien und Kommunikation bei der FIFA Fußball-WM 2006™. In: Zieschang, K./Beier K.: Management von Mega-Sportevents. Organisation und Vermarktung anhand der Fußball-WM. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- Owen, K. A. (2002): The Sydney 2000 Olympics and Urban Entrepreneurialism: Local Variations in Urban Governance. *Australian Geographical Studies*, Nov 2002/40 (3), S. 323-336.
- Preuß, H./Kurscheidt, M./Schütte, N. (2007): Reise- und Konsummuster der Besucher von sportlichen Mega-Events. Zuschauerbefragung zur Fußball-Weltmeisterschaft 2006 [Projekttitle]. Bundesinstitut für Sportwissenschaften, Bonn.
- Rahmann, B./Weber, W./Gröning, Y./Kurscheidt, M./Napp, H.-G./Pauli, M. (1998): Sozio-ökonomische Analyse der Fußball-WM 2006 in Deutschland. Gesellschaftliche Wirkungen, Kosten-Nutzen-Analyse und Finanzierungsmodelle einer Sportgroßveranstaltung. Wissenschaftliche Berichte und Materialien des Bundesinstituts für Sportwissenschaften, Band 1998/4, 1. Auflage. Köln: Sport und Buch Strauss.
- Ribeiro, J.C./Viseu, J./Delalande, T./Rodrigues, C. (2004): UEFA Euro 2004 Visitor Analysis. NIPE – Núcleo de Investigacao em Políticas Económicas – WP 15/Dec 2004.
- Ritchie, J. R. B. (1984): Assessing the Impact of Hallmark Events. *Journal of Travel Research* 23, 1984, S. 2-11.
- Röthing, P. (Hrsg.)/Gröbning, S. (Hrsg.) (2007): Sport und Gesellschaft. Kursbuch Sport, 5. Auflage. Wiebelsheim: Limpert Verlag.
- Roth, K./Schäfer, G. (2000): Fenster in die Zukunft des Sports. Sportförderung, Vereinssport, Schulsport. Hamburg: Czwalina Verlag.
- Rütter, H./Stettler, J./Müller, H./De Bary, A./Gisler, M./Moesch, C. (2007): Wirtschaftliche Entwicklungen der UEFA EURO 2008 in der Schweiz. Aktualisierung der Studie von 2004. Bundesamt für Sport. Magglingen.

Rütter, H./Stettler, J./Amstutz, M./De Bary, A./Grozea-Helmenstein, D. (2004): Economic impact of the UEFA EURO 2008™ in Switzerland. Study on behalf of the UEFA and Swiss Football Association. Rülischkon/ Luzern.

Schewe G./Rohlmann P. (2005): Sportmarketing – Perspektiven und Herausforderungen vor dem Hintergrund der Fußball WM 2006. Schorndorf: Verlag Hofmann.

Schierenbeck, H. (2006): Strategien zur Berücksichtigung von Zielkonflikten zwischen Ökonomie und Ökologie. In: Göllinger, T. (Hrsg.): Bausteine einer nachhaltigkeitsorientierten Betriebswirtschaftslehre. Festschrift zum 70. Geburtstag von Eberhard Seidel. Marburg: Metropolis Verlag.

Seitz, H. (1995): Public Infrastructure Capital, Employment and Private Capital Formation. The OECD Job Study: Investment, Productivity and Employment. Paris, S. 123-154.

Seydel, M. (2005): Sportsponsoring in der Praxis: Am Beispiel T-Com und FC Bayern München. In: Schewe, G./Rohlmann, P. (Hrsg.): Sportmarketing – Perspektiven und Herausforderungen vor dem Hintergrund der Fußball-WM 2006. Schorndorf: Verlag Hofmann.

Siegfried, J./Zimbalist, A. (2006): The Economic Impact of Sports Facilities, Teams and Mega-Events. The Australian Economic Review, Vol. 39/No. 4/2006, S. 420-427.

Torgeler, B. (2004): The Economics of the FIFA Football Worldcup. Kyklos, Vol. 57, S. 287-300.

Trosien, G./Dinkel, M. (Hrsg.) (2001): Sport-Tourismus als Wirtschaftsfaktor. Produkte-Branche-Vernetzung. 1. Auflage. Nürnberg: Afra Verlag.

Wang, S.-H. (2004): Football, fashion and fandom. In: Manzenreiter, W./Horne, J.: Football Goes East. Oxon: Routledge, S. 148-163.

Whitson, D./Horne, J. (2006): Underestimated costs and overestimated benefits? Comparing the outcomes of sports mega-events in Canada and Japan. The Sociological Review, Dec. 2006/Vol. 54/Iss.2, S.71-89.

Wirtschaftsblatt: „Wirtschaft rechnet mit deutlichem Imagegewinn durch die Fußball EM“, 11.4.2008, S. 8

Woratschek, H. (2002): Theoretische Elemente einer ökonomischen Betrachtung von Sportdienstleistungen. Zeitschrift für Betriebswirtschaft, Erg.-Heft 4/2002, S. 1-22.

Zellmer, M. D. (2005): Fußball-WM in Japan und Südkorea. Nachbetrachtung eines Großereignisses. Trends East Asia (TEA) Studie Nr. 10 (April 2005), Bochum.

Zabel, H.-U. (2006): Von der Nachhaltigkeitskonzeption zur Nachhaltigkeitsökonomie und zum Nachhaltigkeitsmanagement. In: Gölling, T. (Hrsg.): Bausteine einer nachhaltigkeitsorientierten Betriebswirtschaftslehre. Festschrift zum 70. Geburtstag von Eberhard Seidl. Marburg: Metropolis Verlag.

N., N. (2008): Tourismus in Zahlen. Österreichische und internationale Tourismus- und Wirtschaftsdaten. 44. Ausgabe. WKO: Bundessparte Tourismus- und Freizeitwirtschaft

N., N. (2006): Nachhaltigkeitskonzept UEFA EURO 2008. Endbericht August 2006, im Auftrag des Österreichischen Fußball-Bundes.

N., N. (2005): Sportevents und Nachhaltigkeit – Projekt: Eventkultur und Nachhaltigkeit, Wuppertal.

N., N. (2003): Green Goal – Umweltziele für die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2006, Öko-Institut e.V., Darmstadt, Berlin.

N., N. (2002): Austrian-Swiss Candidature Committee. Bid Documentation Austria-Switzerland 2008, 2 Volumes (BidDoc)

N., N. (2002): UEFA „Pflichtenheft“. In: UEFA European Football Championship. Final Tournament 2008. Schedule of Conditions for the Host Association(s), Nyon, S. 6 -71.

Internetquellen

Olympische Spiele:

<http://www.olympic.org>, abgerufen am 20.10.2007

<http://www.australien-info.de>, abgerufen am 23.4.2008

EURO 2008:

<http://www.euro2008.com>, abgerufen am 1.11.2007

<http://www.euro-2008.co.at>, abgerufen am 10.11.2007

<http://www.fussballverbundet.at>, abgerufen am 12.4.2008

ÖFB:

<http://www.oefb.at>, abgerufen am 20.10.2007

Stadien:

<http://www.stadion.at>, abgerufen am 10.11.2007

<http://www.sportpark-klagenfurt.at>, abgerufen am 10.11.2007

<http://www.tivolistadion.at>, abgerufen am 10.11.2007

<http://www.baselunited.ch>, abgerufen am 15.11.2007

<http://www.stadedesuisse.ch>, abgerufen am 15.11.2007

<http://www.stade.ch>, abgerufen am 15.11.2007

<http://www.stadionletzigrund.ch>, abgerufen am 15.11.2007

UEFA:

<http://www.uefa.com>, abgerufen am 20.10.2007

<http://www.uefa.com/competitions/euro/index.html>, abgerufen am 10.11.2007

Lebenslauf

Persönliche Daten

Name: Michaela Werbitsch
Geburtsdatum: 07. Februar 1978
Geburtsort: Graz
Staatsangehörigkeit: Österreich
Familienstand: verheiratet, 1 Sohn

Ausbildung

1997-2007 Studium an der Universität Wien: Internationale Betriebswirtschaft und seit 1999 zusätzlich Sportmanagement
Juni – Aug.1997 EF International School Nizza, Frankreich
Feb. - Mai 1997 Scuola Dante Aligheri Florenz, Italien
Sep. '96 – Jan. 1997 Mills College Oakland, California USA
1988 – 1996 Bundesgymnasium Vöcklabruck
1984-1988 Volksschule Weyregg a. Attersee