



14. Regionalökonomisches Forum | *Regionaler Wirtschaftsfaktor Fußball* | NIERS, 21. April 2016

Sport und Regionalentwicklung

Konzeptionelle Einordnung und Befunde zu Fußball-Großveranstaltungen

Dipl.-Volksw. Dr. rer. pol.

Prof. Dr. Markus Kurscheidt

Lehrstuhl Sportwissenschaft II –
Sport Governance und Eventmanagement
Universität Bayreuth

markus.kurscheidt@uni-bayreuth.de

14. Regionalökonomisches Forum | *Regionaler Wirtschaftsfaktor Fußball* | © Prof. Kurscheidt | Hochschule Niederrhein, 21.4.2016



(Coates & Humphreys, 2008;
Kurscheidt, 2009, 2016;
Preuß, Kurscheidt
& Schütte, 2009)

Sport in regionalökonomischer Perspektive

- **Sportinvestitionen als regionale Wirtschaftspolitik**
 - **kurzfr. (eventinduziert)** Einkommens- & Beschäftigungswachstum
 - **langfr.** Standortfaktor, Tourismus-/Bevölkerungswachstum, Direktinvestitionen
 - **Zielgruppen** Touristen, produktive Einwohner, Investoren
- **Kritische Debatte in der (sport-)ökonomischen Literatur**
 - **Meinungsführer in der Sportökonomik** (u.a. Baade & Matheson, 2000ff.): schwache oder keine ex post-Evidenz zu positiven Wirtschaftswirkungen für u.a. Olympia 1984 & 1996, FIFA WM 1994, Super Bowl; Teams/Stadien
 - **Probleme** Substitution & Verdrängungen, Größe, Events = "flüchtige" Branche → ex ante-Studien & **öffentliche Subventionen fragwürdig!**
 - **aber** Hotchkiss et al. (2003), europäische Sicht (u.a. *EURNEST-Netzwerk*), Praktiker, Sport- & Eventmanagement-Literatur generell weniger kritisch

Die Kernfrage bleibt:

*Gibt es überhaupt tangible regionalwirtschaftliche
Wirkungen durch den Sport für die Standorte?*

14. Regionalökonomisches Forum | *Regionaler Wirtschaftsfaktor Fußball* | © Prof. Kurscheidt | Hochschule Niederrhein, 21.4.2016

2

Kurscheidt, M.:
Sport und Regionalentwicklung:
Konzeptionelle Einordnung und Befunde zu
Fußball-Großveranstaltungen

Lehrstuhl Sportwissenschaft II –
Sport Governance & Eventmanagement
Universität Bayreuth, 95440 Bayreuth
www.sport.uni-bayreuth.de



**UNIVERSITÄT
BAYREUTH**

Regionalökonomische Potenziale des Sports

- **Wohlfahrtswirkungen** (eher quantitativ-tangibel)
 - Schaffung von Einkommen & Beschäftigung
 - Tourismusförderung
 - Stützung der Bauindustrie (neue Infrastruktur)
 - Stärkung der Dienstleistungswirtschaft (Tertialisierung)
- **Imagewirkungen** (eher qualitativ-intangibel)
 - „industrielles Selbstbewusstsein“
 - Standortpolitik (nach innen & außen)
 - „politischer Sendungsgewinn“
- **Sozio-kulturelle Wirkungen** (eher qualitativ-intangibel)
 - Stadtentwicklung & Freizeitwert (weiche Standortfaktoren)
 - Integration & Völkerverständigung
 - (Lokal-)Stolz & Emotionen
 - Ökologie

(Kurscheidt, 2009, S. 172ff.)

14. Regionalökonomisches Forum | Regionaler Wirtschaftsfaktor Fußball | © Prof. Kurscheidt | Hochschule Niederrhein, 21.4.2016 3

Kurscheidt, M.:
Sport und Regionalentwicklung:
Konzeptionelle Einordnung und Befunde zu
Fußball-Großveranstaltungen

Lehrstuhl Sportwissenschaft II –
Sport Governance & Eventmanagement
Universität Bayreuth, 95440 Bayreuth
www.sport.uni-bayreuth.de



**UNIVERSITÄT
BAYREUTH**

Typologie von Sportgroßevents

ANZAHL DER AUSTRAGUNGSORTE		ANZAHL DER BETEILIGTEN SPORTARTEN	
einer	<p style="text-align: center;">I</p> <p>Schwimm-WM, ATP-Tennis-Turniere etc. als Special-Events</p> <p>(Marathon-)Stadtläufe, „Kieler Woche“ etc. als Hallmark-Events</p> <p style="text-align: center;">„einfache Sportevents“</p>	<p style="text-align: center;">II</p> <p>Olympische Winter- und Sommerspiele als Mega-Events</p> <p style="text-align: center;">Multisportveranstaltungen</p> <p>Commonwealth oder Asian Games als Special-Events</p>	
	<p style="text-align: center;">III</p> <p style="text-align: center;">Mannschaftssportwettbewerbe</p> <p>Fußball-WM als Mega-Event, UEFA EURO, Handball-WM, Eishockey-WM als Special-Events</p> <p>„Kurs-Events“ im Rad- oder Rallye- Motorsport als Special-Events</p>	<p style="text-align: center;">IV</p> <p style="text-align: center;">Verallgemeinerte Kategorie</p> <p>(in Zukunft: „Meta-Events“?)</p>	
mehrere	eine	mehrere	

(Kurscheidt, 2009, S. 249)

14. Regionalökonomisches Forum | Regionaler Wirtschaftsfaktor Fußball | © Prof. Kurscheidt | Hochschule Niederrhein, 21.4.2016 4

Wohlfahrts- vs. Imagewirkungen Ansätze zur Eventanalyse & Standortpolitik

- **Event-Leveraging** (v.a. Olympia Sydney 2000; Chalip et al., 2001ff.; Chalip, 2004)
 - Großveranstaltungen als *Gelegenheit* der Implementierung von langfristigen Tourismusstrategien (*Paradigmenwechsel*)
 - *Hebelwirkung* des singulären Events
+ *Hebelkraft* unterstützender strategischer Maßnahmen
= Langzeiteffekt (sog. *Erbe = legacy*)
 - Fokus: **Eventmanagement-Konzept, Standort/Tourismus**
- **Sport-/Event-Signaling** (Kurscheidt, 2007ff.; Clausen, 1997; Spence, 1973)
 - Marktversagen in der *Standortkonkurrenz* (asymmetrische Information & Gefahr der Fehlselektion)
 - Großveranstaltungen als strategisches Signaling-Instrument
 - Fokus: **Imageorientierte Standortpolitik (Place Branding), Direktinvestitionen**

Verknüpfung von Evaluierung, Management & Politik

Wohlfahrts- vs. Imagewirkungen Effektivität von Sport- und Event-Signaling

STANDORTQUALITÄT

	I Süddt.: München/Stuttgart?	II Dortmund Ruhrgebiet?
hoch	zusätzliches „Event-Signaling“ ineffektiv; Niveau des „Event-Signaling“ prüfen, halten oder (nach unten) anpassen Rheinld.: Bonn/D’dorf/Köln?	zusätzliches und/oder neu positionierendes „Event-Signaling“ hocheffektiv M’gladbach Niederrhein?
gering	III Ost-/Nord-/Südwestdt.: mittlere Städte/Regionen? „Event-Signaling“ ineffektiv / irreführend; (hoher) Investitionsbedarf in <i>harte</i> Standortfaktoren	IV „Event-Signaling“ wenig bis ineffektiv; (hoher) Investitionsbedarf in <i>harte</i> Standortfaktoren
	gut / „treffend“	schlecht / „verfehlt“

(in Anlehnung an Kurscheidt, 2009, S. 118)

IMAGE DER REGION

Kurscheidt, M.:
Sport und Regionalentwicklung:
Konzeptionelle Einordnung und Befunde zu
Fußball-Großveranstaltungen

Lehrstuhl Sportwissenschaft II –
Sport Governance & Eventmanagement
Universität Bayreuth, 95440 Bayreuth
www.sport.uni-bayreuth.de

UNIVERSITÄT
BAYREUTH

(Preuß, Kurscheidt & Schütte, 2009)

Konsumverhalten von Sporteventbesuchern

EVENT	ökonomischer Impakt	tangible nicht-monetäre Wirkungen	intangible Wirkungen
	<ul style="list-style-type: none"> - OK-Ausgaben - öffentl. Investitionen - private Investitionen (Sponsoren, Export, Hotels etc.) - Besucherkonsum 	<ul style="list-style-type: none"> - Sportinfrastruktur - allg. Infrastruktur - kulturelle (Produkte) 	<ul style="list-style-type: none"> - Netzwerke - Emotionen/"feel good" - Image - Stories/Erinnerungen



Durchschnittskonsum Eventbesucher ≠ "Normaltourist" !!!

14. Regionalökonomisches Forum | Regionaler Wirtschaftsfaktor Fußball | © Prof. Kurscheidt | Hochschule Niederrhein, 21.4.2016 7

Kurscheidt, M.:
Sport und Regionalentwicklung:
Konzeptionelle Einordnung und Befunde zu
Fußball-Großveranstaltungen

Lehrstuhl Sportwissenschaft II –
Sport Governance & Eventmanagement
Universität Bayreuth, 95440 Bayreuth
www.sport.uni-bayreuth.de

UNIVERSITÄT
BAYREUTH

Bsp. FIFA WM 2006: Besuchertypen & Konsumwirkung

Besuchertypus		Stadion		Fan-Fest		Sig.
		Anzahl	in %	Anzahl	in %	
wohnhaft in Dtl.	Deutsche Inländer	1669	38,3	1518	45,4	Chi ² = 112,7 Sig = 0,00**
	Home stayers	291	6,7	187	5,6	
	Time switchers	407	9,3	229	6,8	
wohnhaft außer- halb Dtl.	Eventbesucher	862	19,8	485	14,5	
	Casuals	360	8,3	419	12,5	
	Extentioners	298	6,8	213	6,4	
	Time switchers	468	10,7	295	8,8	
Total		4.355	100,0	3.346	100,0	

= 33,3% Stadionbesucher

= 26,5% Fan-Fest-Besucher

14. Regionalökonomisches Forum | Regionaler Wirtschaftsfaktor Fußball | © Prof. Kurscheidt | Hochschule Niederrhein, 21.4.2016 8

Kurscheidt, M.:
Sport und Regionalentwicklung:
Konzeptionelle Einordnung und Befunde zu
Fußball-Großveranstaltungen

Lehrstuhl Sportwissenschaft II –
Sport Governance & Eventmanagement
Universität Bayreuth, 95440 Bayreuth
www.sport.uni-bayreuth.de



UNIVERSITÄT
BAYREUTH

Durchschnittskonsum pro Tag / Kopf in €	Fan-Fest		Stadion	
	Tages- tourist	Über- nachtung	Tages- tourist	Über- nachtung
Wohnhaft in Dtl.	81,8	143,7	186,8	250,2
Dt. "Home stayer"	87,8	134,8	229,3	230,8
Europa "normales" oder "niedriges" Eink./Kopf	89,2	151,8	166,5	280,1
Europa "hohes" Ein- kommen pro Kopf	149,6	239,1	215,7	374,8
Nicht-Europäer	-	241,5	-	396,1
gewichtetes Mittel	89,0	168,9	157,4	290,5
Tagestouristen: M = 43,00 HH 40,40 Köln 37,20 Berlin 33,80				
durchschn. Nicht-Event- tourist in Frankfurt 2006	31,1	174,0	31,1	174,0
Differenz	57,9	-5,1	126,3	116,5

14. Regionalökonomisches Forum | Regionaler Wirtschaftsfaktor Fußball | © Prof. Kurscheidt | Hochschule Niederrhein, 21.4.2016 9

Kurscheidt, M.:
Sport und Regionalentwicklung:
Konzeptionelle Einordnung und Befunde zu
Fußball-Großveranstaltungen

Lehrstuhl Sportwissenschaft II –
Sport Governance & Eventmanagement
Universität Bayreuth, 95440 Bayreuth
www.sport.uni-bayreuth.de



UNIVERSITÄT
BAYREUTH

Bsp. FIFA WM 2006: Besuchertypen & Konsumwirkung

Ausländische Stadionbesucher 1,47 Mrd. €
Ausländische Fan-Fest-Besucher 1,09 Mrd. €
Home Stayers 0,3 Mrd. €

= 3,2 Mrd. in 2006 = 0,13% BIP

Berechnung durch INFORGE Germany (G. Ahlert, GWS Osnabrück)

→ *reiner Primäreffekt, ohne Multiplikatorwirkungen in 2007/08
und Tourismusverdrängungen (runaways & avoiders)*

(Preuß, Kurscheidt & Schütte, 2009)

14. Regionalökonomisches Forum | Regionaler Wirtschaftsfaktor Fußball | © Prof. Kurscheidt | Hochschule Niederrhein, 21.4.2016 10

Kurscheid, M.:
Sport und Regionalentwicklung:
Konzeptionelle Einordnung und Befunde zu
Fußball-Großveranstaltungen

Lehrstuhl Sportwissenschaft II –
Sport Governance & Eventmanagement
Universität Bayreuth, 95440 Bayreuth
www.sport.uni-bayreuth.de

UNIVERSITÄT
BAYREUTH

(Preuß, Kurscheid & Schütte, 2009)

Bsp. FIFA WM 2006: Tourismusverdrängung?

	Total	Ausländer	Inländer	
Frankfurt	27,4	43,8	11,3	
Nürnberg	18,4	108,2	-16,5	
München	-4,4	17,4	-23,5	
Leipzig	17,9	118,1	-3,8	
Gelsenkirchen	10,7	262,7	-19,6	
Kaiserslautern	30,2	80,6	6,8	
Köln	21,6	107,0	-14,3	
Hamburg	12,9	57,1	0,6	
Dortmund	45,3	285,6	-3,3	
Berlin	-2,6	31,2	-18,8	
Hannover	7,0	56,6	-14,1	
Stuttgart	11,9	90,9	-19,2	

Datenquelle:
Bangerth (2007), Statist.
Landesämter (2006)

**Besuchernächte
Juni 2006
Veränderung zu Juni
2005 in %**

in 2006 + 1,1% Gesamtanstieg

14. Regionalökonomisches Forum | Regionaler Wirtschaftsfaktor Fußball | © Prof. Kurscheid | Hochschule Niederrhein, 21.4.2016 11

Kurscheid, M.:
Sport und Regionalentwicklung:
Konzeptionelle Einordnung und Befunde zu
Fußball-Großveranstaltungen

Lehrstuhl Sportwissenschaft II –
Sport Governance & Eventmanagement
Universität Bayreuth, 95440 Bayreuth
www.sport.uni-bayreuth.de

UNIVERSITÄT
BAYREUTH

Bsp. FIFA Frauen-WM 2011: Spielorte und Kapazitäten

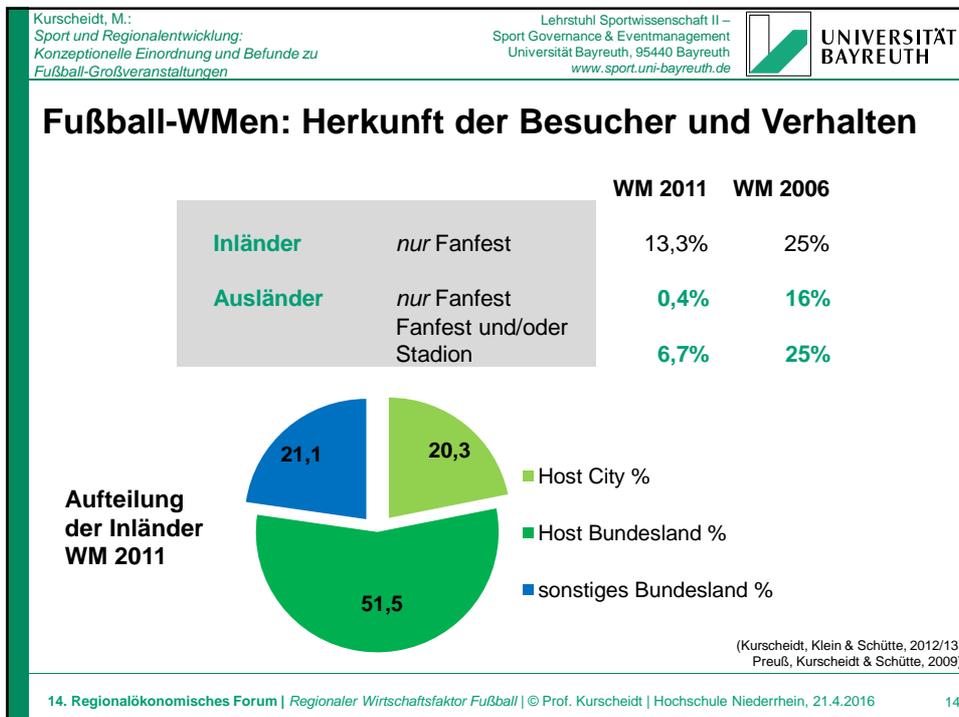
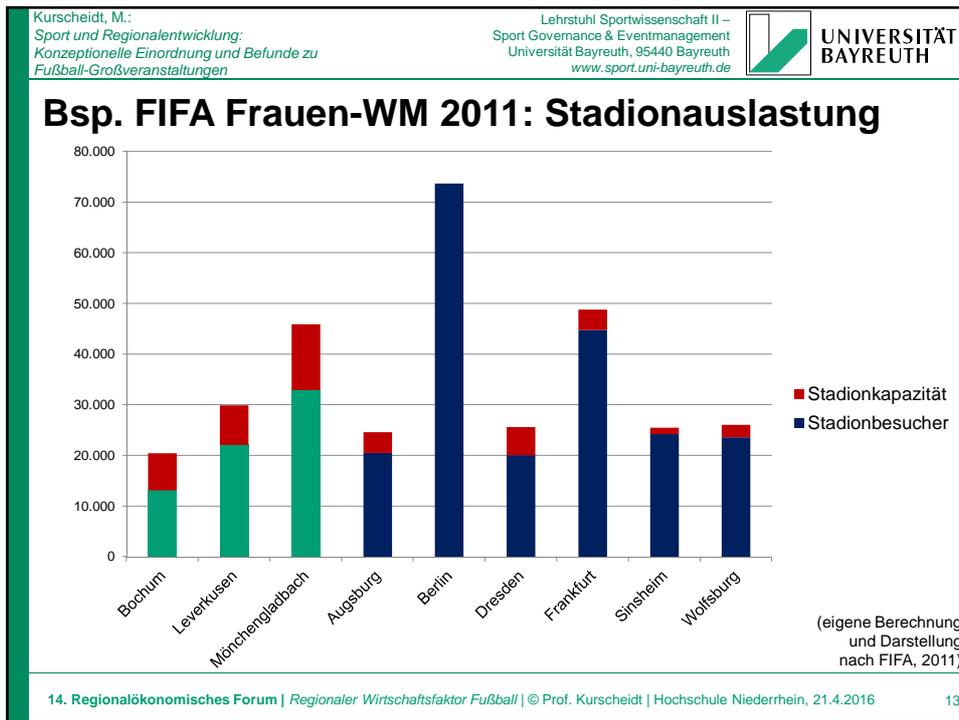
16 Teams | 32 Spiele | 26.6.-17.7.2011 | „8+1“ WM-Stadien
(insges. bis zu rd. 1 Million Tickets, d.h. rd. 36.000 im Durchschnitt pro Spiel)



Augsburg	25.579 Zuschauer
Berlin	74.244 Zuschauer
Bochum	23.000 Zuschauer
Dresden	27.190 Zuschauer
Frankfurt am Main	49.240 Zuschauer
Leverkusen	30.000 Zuschauer
M'gladbach	46.297 Zuschauer
Sinsheim	25.641 Zuschauer
Wolfsburg	25.361 Zuschauer

(Kurscheid, Klein & Schütte, 2012/13)

14. Regionalökonomisches Forum | Regionaler Wirtschaftsfaktor Fußball | © Prof. Kurscheid | Hochschule Niederrhein, 21.4.2016 12



Herkunft der Stadionbesucher im Vergleich

Verteilung in %	FIFA Frauen- WM 2011	Fußball- WM 2006	Confed Cup 2005	Handball- WM 2007	Hockey- WM 2006
Wohnhaft in Dtl.	92,3	53,6	93	95	74,8
Ost-Europa	0,1	0,8	0	0,6	0
Europa Nachbarland	2,7	3,9	1,1	2,2	6,8
Europa "hohes" BIP/Kopf	1,5	19,9	0,7	0,5	10,9
Europa Nicht- Nachbarland	0,1	1,3	2	1,7	0,4
Nicht-Europäer	3,1	17,6	2,1	0	7,2
Ausländer (k.A.)	0,2	3	1,1	0	0
N =	7.447	4.540	2.171	775	808

(Kurscheidt, 2016;
Preuß, Kurscheidt & Schütte, 2009)

Strategische Einsichten zum Sport-/Event-Signaling

- **Es GIBT einen positiven ökonomischen (Netto-)Nutzen**
 - indes klein im Verhältnis zum BIP der Gastländer/-regionen
- **Voraussetzung: effizientes Sport- & Eventmanagement**
 - vorausschauende Planung über *ein* Event / *eine* Saison hinaus!
 - moderate Investitionsplanung (v.a. Stadien)!
 - Angebote für Nicht-Tickethalter, Verweildauer! (Fanpartys etc.)
- **„weiche“ intangible Wirkungen heben!**
 - *“feel good-Faktor”* (Studie zur Zahlungsbereitschaft, WM 2006)
ex ante 350 Mill. € ↔ ex post 830 Mill. € (Heyne, Maennig & Süßmuth, 2007)
- **kritischer Ausblick**
 - Wirkungsmessung bleibt problematisch
 - politische Unwägbarkeiten (Budgets, EU-Beihilferecht, Ligen-Governance etc.)
 - Konkurrenz & Investitionen in Großevents, Stadien, Clubs etc.

Kurscheid, M.:
Sport und Regionalentwicklung:
Konzeptionelle Einordnung und Befunde zu
Fußball-Großveranstaltungen

Lehrstuhl Sportwissenschaft II –
Sport Governance & Eventmanagement
Universität Bayreuth, 95440 Bayreuth
www.sport.uni-bayreuth.de



Literaturhinweise

Aus der Schriftenreihe *Event- und Impaktforschung* (Wiesbaden: Gabler) hrsg. von H. Preuß & M. Kurscheidt

Preuß, H., Kurscheidt, M., & Schütte, N. (2009). *Ökonomie des Tourismus durch Sportgroßveranstaltungen: Eine empirische Analyse zur Fußball-Weltmeisterschaft 2006*.

Preuß, H., Siller, H., Zehrer, A., Schütte, N., & Stickdorn, M. (2010). *Wirtschaftliche Wirkungen und Besucherzufriedenheit mit der UEFA EURO 2008™: Eine empirische Analyse für Österreich*.

Preuß, H. (2011). *Kosten und Nutzen Olympischer Winterspiele in Deutschland: Eine Analyse von München 2018*.

Walzel, S. (2011). *Corporate Hospitality bei Sportevents: Konzeption eines Wirkungsmodells*.

Kurscheidt, M., Klein, M.-L., & Schütte, N. (in Vorbereitung). *Ökonomie von Non-Mega-Events: Marktforschung und Impaktanalysen zur FIFA Frauen-Weltmeisterschaft 2011* [Arbeitstitel].

Sonstige Literatur

Kurscheidt, M. (2009). *Ökonomische Analyse von Sportgroßveranstaltungen: Ein integrierter Evaluierungs- und Management-Ansatz am Beispiel von Fußball-Weltmeisterschaften*. (Diss. 2007) Universität Paderborn; <http://dups.ub.uni-paderborn.de/urn/urn:nbn:de:hbz:466-20091218020>.

Kurscheidt, M. (2016). Die wirtschaftliche Bedeutung von Sportgroßevents: Konsumausgaben und Ex-ante-Analysen. In C. Deutscher et al. (Hrsg.), *Handbuch Sportökonomik* (S. 361-377). Schorndorf: Hofmann (im Druck).

Preuss, H. (2005). The economic impact of visitors at major multi-sport events. *European Sport Management Quarterly*, 5(3), 283-304.

Rahmann, B., Weber, W., Groening, Y., Kurscheidt, M., Napp, H.-G., & Pauli, M. (1998). *Sozio-ökonomische Analyse der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland: Gesellschaftliche Wirkungen, Kosten-Nutzen-Analyse und Finanzierungsmodelle einer Sportgroßveranstaltung*. Köln: Strauss.

14. Regionalökonomisches Forum | *Regionaler Wirtschaftsfaktor Fußball* | © Prof. Kurscheidt | Hochschule Niederrhein, 21.4.2016

17

Lehrstuhl Sportwissenschaft II –
Sport Governance und Eventmanagement
Institut für Sportwissenschaft
Universität Bayreuth, 95440 Bayreuth
www.sport.uni-bayreuth.de



14. Regionalökonomisches Forum | *Regionaler Wirtschaftsfaktor Fußball* | NIERS, 21. April 2016

Sport und Regionalentwicklung

Konzeptionelle Einordnung und Befunde zu Fußball-Großveranstaltungen

Dipl.-Volksw. Dr. rer. pol.

Prof. Dr. Markus Kurscheidt

Lehrstuhl Sportwissenschaft II –
Sport Governance und Eventmanagement
Universität Bayreuth

markus.kurscheidt@uni-bayreuth.de

14. Regionalökonomisches Forum | *Regionaler Wirtschaftsfaktor Fußball* | © Prof. Kurscheidt | Hochschule Niederrhein, 21.4.2016