

Volkswirtschaftliche Effekte der UEFA EURO 2008 in Österreich



KOORDINATION
BUNDESREGIERUNG

Rahmenstudie im Auftrag

des Bundeskanzleramts/Sektion Sport und
der Wirtschaftskammer Österreich

*unter Einbeziehung von Teilstudien
des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit und
der Wirtschaftskammer Wien*

Mai 2008

Christian Helmenstein, Anna Kleissner
(Projektleitung)

in Zusammenarbeit mit:

Julia Borrmann, Günther Grohall, Bernhard Moser (SpEA SportsEconAustria)
Helmut Berrer (Economica Institut für Wirtschaftsforschung)
Daniela Grozea-Helmenstein (Institut für Höhere Studien)
Anja Lungstraß, Veronika Ratzenböck (Österreichische Kulturdokumentation)

Kontakt:

Christian Helmenstein
SportsEconAustria (SpEA)
Schottenfeldgasse 29, 1070 Wien
☎: +43/67684/8048-401
E-Mail: christian.helmenstein@spea.at

Anna Kleissner
SportsEconAustria (SpEA)
Schottenfeldgasse 29, 1070 Wien
☎: +43/67684/8048-600
E-Mail: anna.kleissner@spea.at

Executive Summary

Analysegegenstand

Die UEFA Fußballeuropameisterschaft 2008 (EURO, EURO 2008) markiert den vorläufigen Höhepunkt einer sich über mehrere Jahre erstreckenden Abfolge von in Österreich ausgerichteten Großsportveranstaltungen. Neben der sportlichen Bedeutung solcher Turniere rückt deren wirtschaftliche Dimension in zunehmendem Maß in den Mittelpunkt des öffentlichen Diskurses. Großsportveranstaltungen bewegen sich im Spannungsfeld von fiskalischer Austerität und einem damit einhergehenden Rechtfertigungserfordernis für anlassbezogene öffentliche Mittelverwendung einerseits und beträchtlichen (Veranstaltungs-)Budgets mit erheblichen Wertschöpfungs- und Beschäftigungspotenzialen andererseits. Die Nachfrage nach empirischer Evidenz im Einzelfall ist als solche in die Ambition eingebettet, die Voraussetzungen für eine stärker faktenbasierte Politikgestaltung im Allgemeinen und politische Entscheidungsfindung im Besonderen zu verbessern.

Vor diesem Hintergrund hat das Interesse an modellbasierten Analysen sowohl in Form von Ex-ante- als auch Ex-post-Evaluationen der wirtschaftlichen Bedeutung von Großsportveranstaltungen in den vergangenen Jahren substantiell zugenommen. Diese Untersuchung verfolgt das Ziel, im Voraus die nicht nur zahlreichen, sondern zum Teil auch miteinander interagierenden Effekte auf die österreichische Wirtschaft, die von der Austragung der EURO ausgehen, soweit möglich, zu quantifizieren. Adressiert werden sowohl die direkten Effekte als auch deren multiplikative Wirkungen, wie sie aus Vorleistungsverflechtungen, Investitionen und privatem Konsum erwachsen.

Als methodisches Instrument zieht die vorliegende Impaktanalyse die auf Input-Output-Tabellen basierende Input-Output-Analyse heran. Diese bildet die wechselseitig verknüpften Liefer- und Bezugsstrukturen der Sektoren einer Wirtschaft ab und ermöglicht es, den multiplikativ verstärkten gesamtwirtschaftlichen Effekt zu bestimmen. Das für eine solche Analyse erforderliche Mengengerüst, unter anderem in Form zu erwartender Besucherströme (Frequenzwirkungen), wird mittels vorgelagerter Partialanalysen bestimmt. Durch Zusammenführung der Input-Output-Analyse mit einer nachgelagerten

Steuer- und Abgabenmatrix werden die Effekte auf das gesamtwirtschaftliche Aufkommen an Steuern und Sozialabgaben abgeleitet. Des Weiteren wird der zu erwartende gesamtwirtschaftliche Impact auch sektoral und temporal aufgeschlüsselt.

Die monetär quantifizierbaren Effekte der Durchführung der EURO beruhen auf drei Hauptsäulen: den Investitionen in die Sportstätteninfrastruktur (die vorwiegend in der Bauwirtschaft wirksam wurden), den Ausgaben der Veranstaltungsbesucher (die primär der Tourismuswirtschaft zufließen werden) und der Leistungsabsorption durch das laufende Veranstaltungsbudget. Letztere Ausgaben verteilen sich gleichmäßiger insbesondere über den Dienstleistungssektor als die sektoral hochkonzentrierten Ausgaben der beiden erstgenannten Säulen. Die monetär quantifizierbaren Effekte umfassen insbesondere Umsatz- und Wertschöpfungseffekte, Beschäftigungswirkungen und den (para)fiskalischen Impact. Hinzu tritt ein Kostenersparnis für jenen Teil der Bevölkerung im Veranstalterland, welcher an der EURO 2008, würde selbige an einem anderen Ort ausgetragen, nur zu höheren Kosten partizipieren könnte.

Im Zusammenhang mit der Analyse einer Großsportveranstaltung von der Dimension der EURO 2008 sind die so genannten „qualitativen Effekte“ ebenfalls zu berücksichtigen. Obwohl diese zahlenmäßig schwerlich fassbar sind, fiele eine Analyse ohne deren Darstellung unvollständig aus. Bereits im Vorfeld kommt es zu einer Verbesserung der Rahmenbedingungen für die professionelle Sportausübung (zum Beispiel in Form verbesserter Trainingsmöglichkeiten), zu einem produktivitätssteigernden (und nutzenerhöhenden) Ausbau nicht sportspezifischer Infrastruktur (insbesondere von Verkehrsinfrastruktur mit entsprechenden Zeitgewinnen) und zu Imageeffekten für die einzelnen Veranstaltungsorte wie auch für das ausrichtende Land. Nicht zuletzt ist zu erwarten, dass von der Abhaltung eines Großsportereignisses Lerneffekte ausgehen, welche von professionell im Sport agierenden wie ehrenamtlich tätigen Personen über die eigentliche Austragungsdauer der EURO 2008 hinaus auch in einem internationalen Veranstaltungskontext genutzt werden.

Hauptergebnisse

Nach derzeitigem Analysestand generiert die EURO 2008 in Österreich einschließlich der Effekte aus Public Viewing-Veranstaltungen, aber ohne die Einbeziehung der Wirkungen von Folgeinvestitionen eine Wertschöpfung in Höhe von insgesamt 641 Millionen EUR. Daraus leitet sich ein Beschäftigungseffekt im Ausmaß von knapp 13.400 Jahresbeschäftigungsverhältnissen (Personenjahre, in Kopfgrößen) oder knapp 11.800 Jahresbeschäftigungsverhältnissen (Personenjahre, in Vollzeitäquivalenten) ab. Die nachstehende Tabelle weist die Hauptergebnisse zusammenfassend aus.

	Stadioninvestitionen	Veranstaltungsbudget	Tourismus	Total
Wertschöpfungseffekt in Österreich (Mio. €)				
Direkte Wertschöpfung	72,40	38,46	345,85	456,71
Multiplikative Wertschöpfung	38,86	18,72	216,60	274,18
Crowding-out	0,00	0,00	- 90,09	- 90,09
Wertschöpfung total	111,26	57,18	472,36	640,80
Beschäftigungseffekt in Österreich (Jahresbeschäftigungsverhältnisse in Kopfgrößen)				
Direkte Beschäftigung	1.180	597	10.388	12.165
Indirekte Beschäftigung	459	287	1.993	2.739
Induzierte Beschäftigung	123	44	766	933
Crowding-out	0	0	- 2.448	- 2.448
Beschäftigung total	1.762	928	10.699	13.389
Beschäftigungseffekt in Österreich (Jahresbeschäftigungsverhältnisse in Vollzeitäquivalenten)				
Direkte Beschäftigung	1.154	514	9.185	10.853
Indirekte Beschäftigung	384	240	1.665	2.289
Induzierte Beschäftigung	104	37	641	782
Crowding-out	0	0	- 2.143	- 2.143
Beschäftigung total	1.642	791	9.348	11.781
Umsatzeffekt in Österreich (Mio. €)				
Direkter Umsatz	130,36	32,92	645,47	808,75
Multiplikativer Umsatz	69,97	16,41	404,34	490,72
Crowding-out	0	0	- 167,25	- 167,25
Umsatz total	200,33	49,33	882,56	1.132,22

Quelle: SpEA, 2008.

Von der totalen, in Österreich generierten Wertschöpfung der EURO in Höhe von 641 Mio. € entfallen 541 Mio. € oder 84,5 % auf das Jahr 2008. Als zeitlich noch stärker fokussiert erweisen sich die Beschäftigungswirkungen: diese werden zu 88,2 % im Turnierjahr wirksam.

Trotz der erheblichen absoluten Größenordnung des mit 641 Mio. € oder 0,25 % der österreichischen Bruttowertschöpfung zu beziffernden Gesamtpakts des Turniers ist eine EURO-induzierte Sonderkonjunktur auf gesamtwirtschaftlicher Ebene im Veranstaltungsjahr nicht zu erwarten. Vielmehr löst die EURO in Österreich vorwiegend Wertschöpfungs- und Beschäftigungsimpulse von erheblicher regionaler und sektoraler Relevanz aus, die sich im Veranstaltungsjahr selbst auf 0,21 % der österreichischen Bruttowertschöpfung summieren.

Detailergebnisse – funktionale Gliederung

Effekte der Stadioninvestitionen – bundesweite Analyse

	Infrastrukturinvestitionen in Stadien
Wertschöpfung (Mio. €)	
direkter Wertschöpfungseffekt	72,40
multiplikativer Wertschöpfungseffekt	38,86
totaler Wertschöpfungseffekt	111,26
Beschäftigung (Jahresbeschäftigungsplätze in Köpfen)	
direkter Beschäftigungseffekt	1.180
indirekter Beschäftigungseffekt	459
induzierter Beschäftigungseffekt	123
totaler Beschäftigungseffekt	1.762
Beschäftigung (Jahresbeschäftigungsplätze in VZÄ)	
direkter Beschäftigungseffekt	1.154
indirekter Beschäftigungseffekt	384
induzierter Beschäftigungseffekt	104
totaler Beschäftigungseffekt	1.642
Umsatz (Mio. €)	
direkter Umsatzeffekt	130,36
multiplikativer Umsatzeffekt	69,97
totaler Umsatzeffekt	200,33

Quelle: SpEA, 2008. Effekte in Österreich exklusive Auslandsabfluss.

Tourismuswirtschaftliche Effekte – bundesweite Analyse

Die von der EURO 2008 ausgehende touristische Nachfrage lässt sich drei Oberkategorien zuordnen:

- „Stadionbesucher“,
- „Mitreisende“ (insbesondere mitreisende Familienangehörige) und
- Public Viewing-Gäste.

Die Berechnungen zu den Effekten der Public Viewing-Veranstaltungen sind in besonders ausgeprägter Weise annahmensensitiv. Insbesondere wird der wirtschaftlich relevante Zuspruch von exogenen und derzeit nicht zuverlässig prognostizierbaren Einflussgrößen wie der Witterung und den Mannschaftspaarungen im weiteren Turnierverlauf abhängen. Wird ein Szenario einer stabilen Hochdruckwetterlage analog zu jener in Deutschland während der FIFA WM 2006 zugrundegelegt, resultieren österreichweit insgesamt gut 2,2 Mio. zusätzliche Übernachtungen für alle drei vorstehend genannten Oberkategorien zusammengenommen.

	Ankünfte	Übernachtungen
Hauptszenario		
Stadiongäste	302.368	1.469.323
Crowding-in	36.533	178.613
Public Viewing	1.115.884	1.115.884
Crowding-out	- 249.738	- 544.184
Total	1.205.047	2.219.636

Quelle: SpEA, 2008.

Eine vollständige Betrachtung erfordert es, dabei die so genannten Verdrängungseffekte (Crowding-out) zu berücksichtigen und vom EM-induzierten touristischen Aufkommen zu subtrahieren. In Wien werden die Kapazitäten in der Hotellerie während der Europameisterschaft, vor allem in den 5- und 4-Stern-Kategorien, ausgeschöpft. Der tourismuswirtschaftliche Nettoeffekt für Wien fällt daher geringer aus, als es das touristische Bruttoaufkommen erwarten ließe. Der zu erwartende Crowding-out-Effekt in Wien erreicht während der Europameisterschaft rund 42 %. In den anderen Austragungsstädten sind nennenswerte Crowding-out-Effekte hingegen nicht zu erwarten.

	Stadiongäste	Crowding-in	Public Viewing	Crowding-out	Total
Hauptszenario					
Kärnten	220.544	26.528	329.630	0	576.702
Salzburg	241.128	29.005	68.326	0	338.459
Tirol	220.544	26.529	72.100	0	319.173
Wien	787.106	96.551	412.020	- 544.184	751.493
Sonst. Bundesländer	233.809				233.809
TOTAL					2.219.636

Quelle: SpEA, 2008.

Die durch die zusätzliche touristische Nachfrage ausgelösten Effekte auf Wertschöpfung, Beschäftigung und Umsatz in Österreich enthält die nachstehende Tabelle.

	Tourismus
Wertschöpfung (Mio. €)	
direkter Wertschöpfungseffekt	283,21
multiplikativer Wertschöpfungseffekt	189,10
totaler Wertschöpfungseffekt	472,31
Beschäftigung (Jahresbeschäftigungsplätze in Köpfen)	
direkter Beschäftigungseffekt	8.428
indirekter Beschäftigungseffekt	1.642
induzierter Beschäftigungseffekt	629
totaler Beschäftigungseffekt	10.699
Beschäftigung (Jahresbeschäftigungsplätze in VZÄ)	
direkter Beschäftigungseffekt	7.451
indirekter Beschäftigungseffekt	1.371
induzierter Beschäftigungseffekt	526
totaler Beschäftigungseffekt	9.348
Umsatz (Mio. €)	
direkter Umsatzeffekt	529,34
multiplikativer Umsatzeffekt	353,11
totaler Umsatzeffekt	882,45

Quelle: SpEA, 2008.

Effekte des Veranstaltungsbudgets – bundesweite Analyse

Zusätzlich zu den Infrastrukturinvestitionen und der zu erwartenden Tourismuskonsum führen auch die im Rahmen des Veranstaltungsbudgets kalkulierten Ausgaben des Organisationskomitees zu wirtschaftlichen Effekten in relevanter Größenordnung. Das für die EURO 2008 für beide Austragungsländer zusammen veranschlagte Budget sieht Gesamtausgaben in Höhe von rund 147 Mio. € vor. Die dadurch in Österreich ausgelösten ökonomischen Effekte sind folgender Tabelle zu entnehmen.

Veranstaltungsbudget	
Wertschöpfung (Mio. €)	
direkter Wertschöpfungseffekt	38,46
multiplikativer Wertschöpfungseffekt	18,72
totaler Wertschöpfungseffekt	57,18
Beschäftigung (Jahresbeschäftigungsplätze in Köpfen)	
direkter Beschäftigungseffekt	597
indirekter Beschäftigungseffekt	287
induzierter Beschäftigungseffekt	44
totaler Beschäftigungseffekt	928
Beschäftigung (Jahresbeschäftigungsplätze in VZÄ)	
direkter Beschäftigungseffekt	514
indirekter Beschäftigungseffekt	240
induzierter Beschäftigungseffekt	37
totaler Beschäftigungseffekt	791
Umsatz (Mio. €)	
direkter Umsatzeffekt	32,92
multiplikativer Umsatzeffekt	16,41
totaler Umsatzeffekt	49,33

Quelle: SpEA, 2008.

Erlebniszutzen

Jenseits der monetär quantifizierbaren Effekte generiert die EURO 2008 auch einen qualitativen Impact. Hierzu zählt in besonderer Weise der Erlebniszutzen für die inländische Bevölkerung, der naturgemäß in hohem Umfang an das Austragungsland beziehungsweise die Austragungsländer gebunden ist. Neben dem Einfluss auf das „Lebensgefühl“ genießen heimische Fans den Vorteil, an dem Großsportereignis vor Ort partizipieren zu können, ohne Kosten für Anreise und Unterbringung tragen zu müssen. Zumindest diese Komponente des Erlebniszutzens lässt sich beziffern. Die Kostener-

sparnis pro Kopf liegt im Intervall zwischen 300 und 900 € für den ersten Tag zuzüglich 50 bis 500 € für jeden weiteren Tag des Aufenthalts. Auf der Grundlage einer mittleren Aufenthaltsdauer von vier Tagen leitet sich hieraus eine totale Kostenersparnis in Höhe von 8,1 Mio. € für österreichische Fußballfans ab. Dabei nicht mit eingerechnet sind „Komfortvorteile“ sowie „Produktivitätseffekte“, die sich vor allem aus der Kombinierbarkeit von Alltagsleben und EM-Veranstaltungen ergeben.

Detailergebnisse – sektorale Gliederung

	Bauwesen	Beherbergungs- und Gaststättenwesen	Einzelhandel	Sonstige relevante Sektoren
Wertschöpfung (Mio. €)				
direkter Wertschöpfungseffekt	72,78	243,56	80,70	59,71
multiplikativer Wertschöpfungseffekt	39,06	157,14	47,17	30,78
Crowding-out	0,00	-64,47	-19,62	-6,01
totaler Wertschöpfungseffekt	111,84	336,23	108,25	84,48
Beschäftigung (Jahresbeschäftigungsplätze in Köpfen)				
direkter Beschäftigungseffekt	1.185	7.261	2.703	1.016
indirekter Beschäftigungseffekt	463	1.485	397	393
induzierter Beschäftigungseffekt	124	521	194	95
Crowding-out	0	-1.752	-533	-163
totaler Beschäftigungseffekt	1.772	7.515	2.761	1.341
Beschäftigung (Jahresbeschäftigungsplätze in VZÄ)				
direkter Beschäftigungseffekt	1.159	6.444	2.332	916
indirekter Beschäftigungseffekt	387	1.242	333	329
induzierter Beschäftigungseffekt	104	436	162	79
Crowding-out	0	-1.534	-467	-143
totaler Beschäftigungseffekt	1.650	6.588	2.360	1.181
Umsatz (Mio. €)				
direkter Umsatzeffekt	130,73	459,96	143,41	74,65
multiplikativer Umsatzeffekt	70,16	297,13	84,02	39,41
Crowding-out	0,00	-119,68	-36,42	-11,15
totaler Umsatzeffekt	200,89	637,41	191,01	102,91

Quelle: SpEA, 2008.

Detailergebnisse – regionale Gliederung

Wien

Auf Wien entfallen Wertschöpfungseffekte aus Infrastrukturinvestitionen und Tourismusaufkommen in Höhe von 110,52 Mio. € (direkter Wertschöpfungseffekt) beziehungsweise in Höhe von 159,84 Mio. € (totaler Wertschöpfungseffekt). Österreichweit sind die höchsten EURO-bedingten Beschäftigungseffekte für Wien zu erwarten. Insgesamt beläuft sich der direkte Beschäftigungseffekt auf 3.158 (2.805) Jahresbeschäftigungsplätze in Köpfen (in VZÄ), die auf Infrastrukturinvestitionen sowie die zusätzliche

touristische Nachfrage zurückzuführen sind. Inklusive der indirekten und induzierten Beschäftigungseffekte entspricht dies einem Gesamteffekt von 4.396 Jahresbeschäftigungsplätzen in Köpfen oder einem Vollzeitäquivalent von 3.546 Jahresarbeitsplätzen. Fasst man die Effekte aus Stadionbau und Tourismus zusammen, resultiert für Wien ein Umsatzeffekt in Höhe von 297,75 Mio.

Kärnten

Aus Stadionbau und touristischer Nachfrage lässt sich für Kärnten ein direkter Wertschöpfungseffekt in Höhe von 99,21 Mio. € ableiten. Der totale Wertschöpfungseffekt erreicht 147,58 Mio. €. In Kärnten können EURO-induziert 3.296 Jahresbeschäftigungsplätze in Köpfen erwartet werden. Dies entspricht einem Vollzeitäquivalent von 2.948 Jahresbeschäftigungsplätzen. In Summe sind für Kärnten EURO-bedingte direkte Umsatzeffekte von 183,53 Mio. € zu erwarten. Inclusive der multiplikativen Effekte liegt der äquivalente Wert bei 273,08 Mio. €.

Salzburg

In Salzburg werden Wertschöpfungseffekte in Höhe von 92,62 Mio. € ausgelöst. Diese setzen sich aus direkten Effekten in Höhe von 60,85 Mio. € und multiplikativen Effekten in Höhe von 31,77 Mio. € zusammen. Der entsprechende direkte Beschäftigungseffekt beläuft sich auf 1.660 (1491) Jahresbeschäftigungsplätze in Köpfen (bzw. VZÄ). Inkludiert man auch die über Vorleistungsbeziehungen ausgelösten indirekten sowie die über verausgabte Einkommen ausgelösten induzierten Effekte, beläuft sich der Gesamteffekt auf 2.152 Jahresbeschäftigungsplätze in Köpfen oder auf 1.892 Jahresbeschäftigungsplätze in Vollzeitäquivalenten. Der totale Umsatzeffekt aus touristischer Nachfrage und Infrastrukturinvestitionen erreicht in Salzburg 171,04 Mio. €, davon 112,27 Mio. € in Form des direkten Umsatzeffekts.

Tirol

In Tirol beträgt der totale – als Summe der Effekte aus Stadionbau und Tourismus berechnete – Wertschöpfungseffekt 92,46 Mio. €. Dieser setzt sich zusammen aus direkten Effekten in Höhe von 59,64 Mio. € und multiplikativen Effekten in Höhe von 32,82 Mio. €. Der in Tirol durch die EURO insgesamt ausgelöste Beschäftigungseffekt beträgt

2.068 Jahresbeschäftigungsplätze (in Köpfen) beziehungsweise 1.830 Vollzeitäquivalent-Jahresbeschäftigungsverhältnisse. Im Zusammenhang mit der EURO 2008 werden in Tirol Umsatzeffekte in Höhe von 109,93 Mio. € wirksam. Die multiplikativ im Bundesland ausgelösten Umsatzeffekte belaufen sich auf 60,64 Mio. €, sodass sich der Gesamteffekt auf 170,57 Mio. € stellt.

Detailergebnisse – Komplementär- und Folgeinvestitionen in die Infrastruktur

Der größte Anteil an EURO-bezogenen Komplementärinvestitionen entfällt auf die Verlängerung der U2 in Wien. Die Realisierung dieses 700-Millionen-Euro-Projektes wurde beschleunigt, sodass sich der Barwert der Investition bei einer rascheren Realisierung um ein Jahr um 25 Mio. € erhöht. Zusätzliche Maßnahmen in Wien dienen vor allem der Lenkung des Individualverkehrs sowie der verbesserten Verfügbarkeit von öffentlichen Verkehrsmitteln. Weiters kommt es bei den ÖBB zu einer vorgezogenen Lieferung von 200 Postbussen (im Frühsommer statt im Herbst 2008) sowie 171 Talentzügen. Ebenso wurden die für Juni 2008 angesetzten Wartungsarbeiten am Wagen- und Lokbestand vorgezogen, um die Werkstätten für dringend notwendige Reparaturen während der Europameisterschaft freizuhalten.

Nachhaltigkeit der UEFA Euro 2008

Kurzfristig kann durch Infrastrukturinvestitionen, die touristische Mehrnachfrage und Ausgaben im Rahmen des Veranstaltungsbudgets ein EURO-induzierter Wertschöpfungsbeitrag von 0,21 % der österreichischen Bruttowertschöpfung im Jahr 2008 erwartet werden. Diese Effekte werden aber trotz (der bereits berücksichtigten) multiplikativen Verstärkung nur für einen kurzen Zeitraum spürbar werden. Längerfristig werden vielmehr Image- und Werbeeffekte, der Aufbau von professionellen Netzwerken wie auch Lerneffekte von Relevanz sein. Hinzu kommen vermögenswert-, produktivitäts- und nutzensteigernde Effekte von Stadioninvestitionen.

Imageeffekte und Werbewert

Die aus der Austragung der EURO 2008 folgenden Bekanntheits- und Imageeffekte sind, wenngleich vor allem qualitativer Natur, sowohl für die Veranstaltungsorte als auch für Gesamtösterreich beträchtlich.

Als Referenz für den Werbewert der EURO 2008 kann der Werbewert der EURO 2004 herangezogen werden, welcher durch TSNSPORT mit 113 Mio. € (nur TV) beziehungsweise 290 Mio. € (inkl. Nachrichten und Printmedien) angegeben wird. Es ist davon auszugehen, dass der Werbewert für Österreich und die Schweiz gemeinsam mindestens in einer ähnlichen Größenordnung liegen wird. Die damit verbundene stärkere Wahrnehmung Österreichs im Ausland kann bei potentiellen Gästen eine Reiseentscheidung zugunsten heimischer Destinationen auslösen.

Darüber hinaus kann der Standort im Kontext der Investitionsentscheidungen von Unternehmen eine positive Imagebeeinflussung und Reputationssteigerung erfahren. Diesbezüglich bietet insbesondere der Anholt Nation Brands Index (NBI) einen Anknüpfungspunkt zur Analyse des Markenwertes von Ländern. Im Gefolge der FIFA WM 2006 erfuhr Deutschland eine Imageverbesserung und einen Sympathiezuwachs im Ausland und verbesserte sich im Ranking von Platz 5 im Jahr 2005 auf Platz 2 im Jahr 2006. Aber nicht nur Länder, sondern auch Städte können hinsichtlich ihres Markenwertes von einer Großsportveranstaltung profitieren. Als positives Beispiel gilt Sydney, welches ausgehend von den Olympischen Sommerspielen im Jahr 2000 eine bis dato anhaltende Imageverbesserung bis auf Platz 2 des Anholt CBI Rankings erreichte.

Effekte aus Stadioninvestitionen

Mit Stadionneubauten und -modernisierungen ist ein Neuigkeits- und Komforteffekt verbunden, welcher zusätzliche Besucher in die Stadien attrahiert. Anknüpfend an die Erfahrungen der FIFA WM 2006 in Deutschland kann daraus im Durchschnitt eine Zunahme der Zuschauerzahlen in Höhe von rund 10 % resultieren, wobei die Dauer dieses Effektes offen bleibt. Zudem gehen von modernen Stadionbauten beträchtliche räumliche Spill-over-Effekte aus. Gebiete rund um ein multifunktionales Stadion können bei gelungener Umsetzung eine deutliche Aufwertung erfahren.