



DIW Berlin

Deutsches Institut
für Wirtschaftsforschung

Research Notes

19

Zum volkswirtschaftlichen Wert der Fussball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland

**Karl Brenke
Gert G. Wagner**

Berlin, April 2007

IMPRESSUM

© DIW Berlin, 2007

DIW Berlin
Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung
Königin-Luise-Str. 5
14195 Berlin
Tel. +49 (30) 897 89-0
Fax +49 (30) 897 89-200
www.diw.de

ISSN 1860-2185

Alle Rechte vorbehalten.
Abdruck oder vergleichbare
Verwendung von Arbeiten
des DIW Berlin ist auch in
Auszügen nur mit vorheriger
schriftlicher Genehmigung
gestattet.



Research Notes 19

Karl Brenke *

Gert G. Wagner **

**Zum volkswirtschaftlichen Wert der
Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland**

Berlin, April 2007

* DIW Berlin, Vorstandsbereich, kbrenke@diw.de

** DIW Berlin, SOEP, und TU Berlin, gwagner@diw.de

Inhaltsverzeichnis

1 Fragestellung	1
2 Fußball als Geschäft ist gesamtwirtschaftlich marginal	4
3 Volkswirtschaftliche Bedeutung von Fußball-Weltmeisterschaften	5
3.1 Zur Problematik von Impact-Analysen.....	5
3.2 Ex-ante Schätzungen über die ökonomischen Wirkungen der Fußball-WM 2006	6
4 Welche ökonomischen Wirkungen der Fußball-WM gab es tatsächlich in Deutschland?	9
4.1 Konjunkturschub durch Investitionen?	9
4.2 Impulse durch ausländische WM-Touristen?	10
4.3 Verstärkte Nachfrage nach Leistungen des Gastgewerbes durch in Deutschland lebende Fußball-Fans?	14
4.4 Mehr Käufe fußballnaher Waren?	15
4.5 Positive Effekte durch Sicherheitsmaßnahmen?.....	18
4.6 Veränderungen von Erwartungen und Entscheidungen.....	19
4.7 Weitere Effekte	20
5 Zum gesellschaftlichen Wert der Fußball-WM	21
6 Fazit	26

Verzeichnis der Tabellen und Abbildungen

Tabelle 1 Bruttowertschöpfung im Gastgewerbe, des Bruttoinlandsprodukts und des privaten Verbrauchs	13
Tabelle 2: Entwicklung der Umsätze im Gastgewerbe 2006	14
Tabelle 3: Wohlfahrtsgewinne der in Deutschland lebenden Erwachsenen von der Übertragung der WM-Spiele im öffentlich-rechtlichen Fernsehen und einem Titelgewinn der DFB-Auswahl	24
Abbildung 1: Übernachtungen im Gastgewerbe 2005 und 2006	10
Abbildung 2: Übernachtungen von Nichtinländern in Griechenland und Portugal	12
Abbildung 3: Entwicklung der Beschäftigung im Einzelhandel und im Gastgewerbe 2006	15
Abbildung 4: Entwicklung des Umsatzes im Einzelhandel	16
Abbildung 5: Entwicklung des Konsums der privaten Haushalte	17
Abbildung 6: Durchschnittliche Zuschauerzahlen von ARD und ZDF	22

1 Fragestellung

In der Zeit vom 9. Juni bis zum 9. Juli 2006 fanden in Deutschland im Rahmen der WM 2006 in zwölf Städten insgesamt 64 Spiele statt. In acht Städten waren es je 5 Spiele, in den Städten mit den größten Stadien (Berlin, Dortmund, München und Stuttgart) wurden sechs Spiele ausgetragen. Die Stadiengröße streut erheblich – in Kaiserslautern gibt es 41.000 Plätze, in Berlin sind es 74.000.¹ Wenn alle Plätze in den Stadien besetzt sind, dann können knapp 3.4 Mio. Zuschauer die Spiele sehen – wobei natürlich nicht wenige Personen sich mehrere Spiele anschauen und angeschaut haben. Tatsächlich waren bis auf zwei Vorrundenspiele in Leipzig sämtliche Veranstaltungen ausverkauft.

Die Ökonomisierung des gesellschaftlichen Lebens greift immer mehr um sich. Selbst sportliche Großveranstaltungen wie die Fußballweltmeisterschaft,² die eigentlich ein Spaß sein sollen, werden inzwischen der Prüfung unterzogen, ob sie etwa einer Volkswirtschaft per saldo mehr Geld in die Kassen spülen als für sie aufgewendet wurden. Das liegt hauptsächlich daran, dass für solche Veranstaltungen aus den öffentlichen Haushalten erhebliche Mittel bereitgestellt werden, und die Politik und die Sportfunktionäre deshalb eine Rechtfertigung dafür suchen, dass die Mittelverwendung sich für die Allgemeinheit bzw. den Steuerzahler „rechnet“.³ Das ist es aber wohl nicht allein. Denn offenbar unterliegt der Sport selbst einer Tendenz zur Kommerzialisierung – was natürlich insbesondere für diejenigen Sportarten mit einer großen öffentlichen Aufmerksamkeit gilt. Dazu gehört – allen voran – die weltweit gesehen populärste Sportart: der Fußball, dessen Höhepunkt alle vier Jahre die Weltmeisterschaft nationaler Auswahlmannschaft ist.

Während die mit der Fußballweltmeisterschaft verbundenen sportlichen Erwartungen aus deutscher Sicht eher von Skepsis bestimmt waren, da viele mehr oder minder sachkundige Fußball-

1 Und in einem WM-Station – dem in Leipzig – findet ansonsten kein Profifußball statt. Vielmehr bleibt das Stadion weitgehend ungenutzt.

2 Der Ausrichter des sportlichen Wettkampfs im engeren Sinne, der Fußballweltverband FIFA (Fédération Internationale de Football Association mit Sitz in Genf), bezeichnet sein Produkt als FIFA WM 2006TM oder FIFA-WeltpokalTM. Mit dem Begriff WM ist in diesem Bericht die Weltmeisterschafts-Endrunde für Herren-Mannschaften gemeint; nicht jedoch die Damen-WM.

3 Selbst ein so prominenter Fußballer wie Franz Beckenbauer, der davon lebt, dass Fußball vielen Menschen schlicht und einfach Spaß bringt, nahm die Rentierlichkeit zu Hilfe als er sagte: „Bundewirtschaftsminister Clement rechnet damit, dass die WM das Sozialprodukt um mindestens acht Milliarden Euro erhöht“ (Wirtschaftswoche, 10.3.2005, S. 20).

experten der Herren-Auswahlmannschaft des Deutschen Fußball Bundes (DFB)⁴ wegen nicht überzeugender Leistung im Vorfeld keinen großen Erfolg zutrauten, gab es vor dem Ereignis hinsichtlich der ökonomischen Dimensionen in der Mehrzahl optimistische Einschätzungen.⁵ Diese waren sowohl in der Politik als auch unter Sportfunktionären verbreitet.

Der ehemalige Bundesinnenminister Otto Schily war besonders begeistert⁶: So rechnete er z.B. mit „fünf Millionen zusätzlichen Übernachtungen“ und einem „Umsatzplus von rund drei Milliarden Euro“ für die Tourismusindustrie sowie WM-spezifischen Investitionen von 5,5 Milliarden Euro.⁷ Und der Chef des WM-Organisationskomitees, Ex-Fußballkaiser Franz Beckenbauer griff ganz hoch: „So eine Chance kommt für unser Land nie wieder. Da wäre es natürlich sehr schön, wenn die WM auch wirtschaftlich eine Wende bringen würde“.⁸ Auch andere erwarteten Folgen für die Konjunktur.⁹ In Umfragen zeigten sich Entscheidungsträger optimistisch, dass „der generelle Optimismus, der die Menschen im Zuge eines solchen Sportereignisses umgibt“ dazu führen wird, dass „zusätzliche wirtschaftliche Impulse“ hervorgerufen werden.¹⁰ Und es gab auch einige Wissenschaftler, die die ökonomischen Effekte geschätzt haben, und fast alle kamen dabei zu dem Ergebnis, dass durch die Fußball-WM mit großer Wahrscheinlichkeit ein volkswirtschaftlicher Nutzen entsteht.¹¹

Freilich ist auch nach der WM die Frage nicht einfach zu beantworten, was die WM volkswirtschaftlich brachte. Denn die Wirkungen eines im volkswirtschaftlichen Maßstab (winzig) klei-

4 Wir nennen im folgenden die Herren-Auswahlmannschaft des Deutschen Fußballbundes (DFB) verkürzend DFB-Auswahlmannschaft oder DFB-Elf, obwohl klar ist, dass es auch eine Damen-Auswahlmannschaft gibt. Diese hat im Jahre 2003 sogar den Weltmeistertitel erspielt; ist also amtierender Weltmeister.

5 Vgl. z. B. Marco Bargel, FIFA Fußballweltmeisterschaft 2006TM – Deutsche Wirtschaft steht als Gewinner bereits fest, in: Postbank Research, Februar 2005.

6 Der Fußball ist übrigens – entgegen einem geflügelten Wort in Deutschland – nicht rund, sondern laut FIFA-Regelwerk „kugelförmig“ (englisch: spherical).

7 Vgl. Rede von Bundesminister Otto Schily beim 8. Tourismusgipfel am 21. September 2004 in Berlin.

8 „Das muss alles sofort vom Tisch“ - Interview mit Franz Beckenbauer. In: Wirtschaftswoche Nr. 11 2005, S. 19-21.

9 So zum Beispiel explizit die Landesbank Rheinland Pfalz: „Wir glauben ..., dass der Impuls durch die WM 2006 konjunkturell zu einem günstigen Zeitpunkt kommt“ (Pressemeldung der LRP vom 1. Dezember 2005).

10 Vgl. GfW (Gesellschaft für Wirtschaftsförderung) Nordrhein Westfalen, Wirtschaftspotenziale der Fußball-WM 2006 für NRW, Düsseldorf 2004 (www.gfw-nrw.de), S. 14. Und auch o.V., Fußball-WM 2006: Auswirkungen auf die Unternehmen – Ergebnisse einer DIHK-Unternehmensbefragung, Berlin und Brüssel im Januar 2006.

11 Vgl. vor allem Bernd Rahmann: Kosten-Nutzen-Analyse der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland – Ausgewählte konzeptionelle Aspekte und Ergebnisse. In: Dieter Horch (Hrsg.): Professionalisierung im Sportmanagement – Beiträge des 1. Kölner Sportökonomie-Kongresses, Köln 1999, S. 355-373 ; Gerd Ahlert: Fußball-WM 2006: Makroökonomische Analyse alternativer Finanzierungsstrategien. In: Hans-Dieter Horch, Jörg Heydel und Axel Sierau: Finanzierung des Sports. Aachen 2002, S. 99-110; und Markus Kurscheidt: Erfassung und Bewertung der wirtschaftlichen Effekte der Fußball-WM 2006. Unabhängiges wissenschaftliches Gutachten (Manuskriptfassung) für „wegweiser GmbH, Berlin“, Bochum o. J.

nen Ereignisses von anderen wirtschaftlichen Vorgängen zu isolieren, ist theoretisch sehr schwierig und aufgrund einer dafür ungeeigneten Statistik-Lage¹² nahezu unmöglich.

Im Folgenden soll den vorliegenden Schätzungen nicht eine weitere Untersuchung über die gesamtwirtschaftlichen Wirkungen (Impact-Analyse) des Ereignisses „Fußball-WM“ hinzugefügt werden, sondern vielmehr geht es darum, bisherige Analysen kritisch zu hinterfragen und vor allem darum, einige Zusammenhänge grundsätzlich zu beleuchten¹³, die bei der wirtschaftlichen und gesellschaftspolitischen Bewertung eines sportlichen Großereignisses wie einer Fußball-WM zu beachten sind. Am Ende wird auf die tatsächlichen Wirkungen der WM 2006, soweit sie messbar sind, eingegangen.

Ausgeblendet wird der Veranstalter der Fußball-WM, die FIFA (Fédération Internationale de Football Association mit Sitz in Genf).¹⁴ Auf wichtige nicht-ökonomische Effekte wie solche auf die Umwelt und auf Wirkungen auf andere Sportarten wird ebenfalls nicht eingegangen.¹⁵ Allerdings diskutieren wir einige im engeren Sinne nicht-ökonomische Effekte wie z.B. den

¹² Diese Feststellung ist keine Kritik an der (amtlichen) Statistik. Schließlich macht es keinen Sinn, für jede beliebige (kleine) Frage mit öffentlichen Mitteln Daten zu erheben und vorzuhalten.

¹³ Die Untersuchungen knüpfen an eine lange sportökonomische Tradition des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung an. Das DIW Berlin hat eine der aller ersten ökonomischen Analysen des Profi-Fußballs bereits kurz nach Gründung der Fußball-Bundesliga vorgelegt: Manfred Melzer und Reiner Stäglin: Zur Ökonomie des Fußballs - Eine empirisch-theoretische Analyse der Bundesliga. In: Konjunkturpolitik, Jg. 11, 1965, S. 114-137. Später wurden immer wieder sportökonomische Analysen durchgeführt. Vgl. vor allem Hans-Jürgen Krupp und Gert Wagner: Die wirtschaftliche Bedeutung des Sports, in: G. Anders et al. (Hrsg.): Sport und Wirtschaft. Schriftenreihe der Eidgenössischen Turn- und Sportschule Magglingen STSM 33, Magglingen und Köln 1988, S. 17-39, und Gert G. Wagner, The Economic Impact of Sport within the Frame of An Increasing Service-Sector in Market Economies - A Survey. In: Sport Science Review, Vol. 13, 1990, S. 14-21; sowie auch Bernd Frick und Gert G. Wagner: Sport als Forschungsgegenstand der Institutionen-Ökonomik. In: Sportwissenschaft, 28. Jg., Heft 3, 1998, S. 328-343; Bernd Frick und Gert G. Wagner: Bosman und die Folgen: Das Fußballurteil des Europäischen Gerichtshofes aus ökonomischer Sicht. In: Wirtschaftswissenschaftliches Studium (WiSt), 25. Jg, Heft 12, 1996, S. 611-615; Gert G. Wagner und Wolfgang Wiegard: Fernseh-Fußball kann dem Markt überlassen werden. In: Berliner Zeitung, Nr. 192, 2001, S. 29; Gert G. Wagner und Wolfgang Wiegard: Der Staat hat im Profifußball nichts verloren. In: Handelsblatt, Nr. 155, 2001, S. 8; und Gert G. Wagner, Fußball WM: DFB versteht Globalisierung nicht. In: Wirtschaftswissenschaftliches Studium (WiSt), 31. Jg., Heft 7, 2002, S. 361, sowie anlässlich der WM auch Jürgen Gerhards und Gert G. Wagner, So wird man Weltmeister, in: 11 Freunde – Das WM-Magazin des „Tagesspiegel“, 21. Juni 2006, S. 12; Jürgen Gerhards und Gert G. Wagner, Der Marktwert spricht gegen Werder, in: Der Tagesspiegel, 14. August 2006, S. 21; und Karl Brenke und Gert G. Wagner, The Soccer World Cup in Germany: A Major Sporting and Cultural Event – But Without Notable Short-Run Effect on the Economy as a Whole, in: Weekly Report – DIW Berlin electronic edition, Vol. 2, No. 3, 2006, S. 23-31 Vgl. auch für eine Analyse der Determinanten des Breitensports Christoph Breuer: Sportpartizipation in Deutschland: ein demo-ökonomisches Modell. DIW Diskussion Papier Nr. 575, Berlin 2006.

¹⁴ Die FIFA hat zum Beispiel allein aus den Einnahme-Rechten für die TV-Übertragungen Einnahmen von 1,5 Milliarden Schweizer Franken (nach Angaben der FIFA auf deren Homepage; bezeichnenderweise hat die FIFA als Internetadresse www.fifa.com gewählt). Die „dot-com“-Bezeichnung offenbart die eigentlichen Interessen des Verbandes sehr deutlich. Eine Analysen der FIFA ist gesellschaftspolitisch durchaus interessant, denn es handelt sich um eine demokratisch unkontrollierte NGO mit massiven kommerziellen Interessen; vgl. Z. B. Peter Ehrlich: Kuschen vor der Fifa. In: Financial Times Deutschland, 27. April 2006, S. 32; für einen Überblick über die wirtschaftliche Bedeutung der FIFA vgl. z. B. Thomas Kistner: Ein Konzern wie ein Kegelclub. In: Süddeutsche Zeitung, Nr. 102, 4. Mai 2006, S. 25.

¹⁵ So gibt es z. B. eine Diskussion, ob die Leichtathletik unter dem Ausbau reiner Fußballstadien (die keine leichtathletischen Wettkämpfe zulassen) leidet.

wirtschaftlichen Wert des Spaßes, den die Übertragungen der WM-Spiele im Free TV den Zuschauerrinnen und Zuschauern in Deutschland gebracht haben könnten, und versuchen eine Abschätzung des „Wohlfahrtsgewinns“ vorzunehmen, der in Deutschland durch den Gewinn des WM-Titel durch die Auswahlmannschaft des DFB (Deutscher Fußballbund), meist „Nationalmannschaft“ genannt, entstanden wäre. Zur Vorbereitung der eigentlichen Analysen wird im nächsten Abschnitt die gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Profi-Fußballs in Deutschland kurz eingeordnet.

2 Fußball als Geschäft ist gesamtwirtschaftlich marginal

In Deutschland kommen die Vereine der obersten Wettkampfliga (Bundesliga) auf einen Jahresumsatz von etwa 1,2 Milliarden Euro.¹⁶ Einbezogen sind dabei nicht nur die Einnahmen aus Eintrittsgeldern für die Spiele, sondern auch solche aus Übertragungsrechten, Merchandising oder Werbung. Das entspricht etwa dem Umsatz des deutschen Braunkohlebergbaus, also einer eher unspektakulären und kleinen Branche. Auch in anderen Ligen des Fußballs hierzulande werden Einnahmen erzielt; sie dürften aber weit geringer sein als die der 1. Liga. Deshalb sollte die unmittelbare ökonomische Wirkung des Profi-Fußballs nicht überschätzt werden.¹⁷ Zum Vergleich: Die deutsche Autoindustrie kam im Jahr 2005 auf einen Umsatz von 254 Mrd. Euro. Sehr gering sind die unmittelbaren Arbeitplatzeffekte des Profifußballs, da es sich – wie an den Spielergehältern abzulesen ist – um eine hochproduktive Branche mit wenigen Beschäftigten handelt.

Auch die indirekten Effekte des Fußballs in den sportnahen Branchen halten sich in engen Grenzen. Die größten Sportartikelhersteller Nike, Adidas und Puma erzielten 2005 zusammen einen weltweiten Umsatz von 20 Mrd. Euro – wobei Waren für vielerlei Sportarten und zu einem großen Teil nur im Alltag verwendete Kleidung oder Schuhe verkauft werden, die zwar einen sportlichen Touch haben, aber keineswegs dem Sporttreiben dienen und die – in anderer Form – ohnehin als Alltags-Kleidung gekauft werden würden. Dabei ist zu bedenken, dass die Sportartikelhersteller ohne den Fußball anderen Vorbildern folgen würden, ohne dass sie deswegen zwangsläufig auf weniger an Umsatz kämen. Die Werbeindustrie kann ebenfalls andere

¹⁶ Noch höher ist der Umsatz der nationalen Ligen in England und in Italien - etwa 2 Mrd. Euro. Vgl. Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung vom 30. April 2006, S. 24.

¹⁷ Vgl. auch H.-J. Krupp und Gerd G. Wagner, a.a.O., und Gert G. Wagner: The Economic Impact of Sport ..., a.a.O.

Sujets als Werbeträger auswählen, ohne dass deren Wertschöpfung dadurch beeinträchtigt wird.¹⁸

Der Gewinn des deutschen WM Organisationskomitees betrug am Ende 155 Millionen Euro.¹⁹ Davon werden 49 Millionen an die FIFA abgeführt; für DFB und DFL (die Profifliga) verbleiben 106 Millionen Euro. Dies ist ein stattlicher Betrag für den Fußball in Deutschland – aber gesamtwirtschaftlich ist er vollkommen marginal. Zudem stehen ihm Kosten der öffentlichen Hand gegenüber, auf die im folgenden eingegangen wird.

Insgesamt sollten die laufenden ökonomischen Effekte des Profi-Fußballs also nicht überbewertet werden. Allerdings – und darauf wird noch einzugehen sein – ist der Profisport Teil der weltweiten „Eventisierung“ des Lebens in reichen Volkswirtschaften und damit Bestandteil der wachsenden Dienstleistungsmärkte.²⁰

3 Volkswirtschaftliche Bedeutung von Fußball-Weltmeisterschaften

3.1 Zur Problematik von Impact-Analysen

Die ökonomischen Impulse eines sportlichen Großereignisses wie der Fußball-WM sind kaum zu fassen.²¹ Es ist bereits konzeptionell schwierig zu beurteilen, welche wirtschaftlichen Aktivitäten der Fußball-WM überhaupt zuzurechnen sind. Das gilt etwa mit Blick auf Investitionen in die Verkehrsinfrastruktur, die im Vorfeld einer WM getätigt werden. Des Weiteren sind die empirischen Effekte nicht auf die Zeit des Ereignisses beschränkt, sondern existieren auch davor (etwa in Form von Investitionen) und danach (beispielsweise als Unterhaltskosten für geschaffene Infrastruktur und in Form von „Folge-Tourismus“). Eine belastbare Wirkungsanalyse

18 Es gibt sogar jede Menge Anzeichen, dass die damalige Flut der WM-Werbung Unwillen auslöst und für die werbetreibenden Firmen nutzlos ist. Vgl. z. B. Markus Brauck: Balla Ballack. In: Der Spiegel, Nr. 18, 2006, S. 98-99, sowie WM-Werbe-Overkill. In: W&V (werben & verkaufen – das business & people magazin), Nr. 17, April 2006, S. 36-39.

19 Vgl. dpa, Gewinn bei der Fußball-WM höher als erwartet, in: Financial Times Deutschland, 2. März 2007, S. 31.

20 Vgl. Gabriele Klein: Marathon, Parade und Olympiade – Zur Festivalisierung und Eventisierung der postindustriellen Stadt. In: Sport und Gesellschaft, Jg. 1, Heft 3, 2004, S. 269-280, und Gert G. Wagner, The Economic Impact of Sport ..., a.a.O..

21 Vgl. für einen ausgezeichneten kurzen Überblick über Probleme der Analyse und empirische Studien (für das Beispiel der USA) Victor A. Matheson, Mega-Events: The effect of the world's biggest sporting events on local,

muss demnach auf einer Zeitachse angelegt sein. Dabei stellt sich die Schwierigkeit, den Zeitraum zu bestimmen – vor allem was die Wirkung in der Zeit nach der WM anbelangt.

Besonders problematisch ist es, die verschiedenen Effekte in ihrem wechselseitigen Zusammenhang zu bestimmen und zu quantifizieren.²² Berücksichtigt werden müssen dabei auch Multiplikatorwirkungen, die dadurch entstehen, dass durch Investitionen oder Konsum Einkommen erzeugt wird, das wiederum im volkswirtschaftlichen Kreislauf nachfragewirksam verwendet wird. Auch ist zu bedenken, dass Ausgaben im Zusammenhang mit der Fußball-WM Minderausgaben des Staates, der Unternehmen oder der privaten Haushalte an anderer Stelle haben können – was natürlich auch eine zeitliche Dimension hat. Zudem kann es Preiseffekte, d.h. vor allem Teuerungseffekte, geben. Hinzu kommt, dass die Ausgaben einer Fußball-WM auch daraufhin zu prüfen sind, ob eine alternative Verwendung der Mittel einen größeren volkswirtschaftlichen Nutzen gestiftet hätte.²³

Für eine empirische Analyse mangelt es zu einem großen Teil an den dafür erforderlichen Daten. Und nicht weniger wichtig: Keine Analyse wird alle theoretisch einzubeziehenden Faktoren und Effekte berücksichtigen können, zumal es auch solche gibt, die sich einer Quantifizierung praktisch völlig entziehen – etwa die Außendarstellung eines Landes und deren Konsequenzen für internationale Kapitalanleger und den Tourismus in der Zukunft.

Angesichts der vielfältigen Probleme stellt sich die Frage, ob Impact-Analysen von Sportgroßereignissen überhaupt durchgeführt werden sollten. Dafür spricht, dass Informationen auf einem wenig tragfähigen Fundament besser sind als gar keine Informationen. Dagegen spricht, dass die auf zwangsläufig groben Schätzungen beruhenden Prognosen über die volkswirtschaftlichen Effekte solcher Ereignisse ein Eigenleben gewinnen können, die die Entscheidung für die Ausrichtung eines solchen Ereignisses unsachlich verzerren können.

3.2 Ex-ante Schätzungen über die ökonomischen Wirkungen der Fußball-WM 2006

Dem Bewerbungsbulletin des Deutschen Fußballbundes (DFB) für die Teilnahme am Wettbewerb um die Ausrichtung der Fußball-WM 2006 war eine – dem Stand der Wissenschaft ge-

regional and national economies, Working Paper Series „International Association of Sport Economists“, Paper No. 06-22, Worcester, MA 2006.

²² Vgl. dazu auch Matheson, a.a.O., S. 8.

²³ Vgl. zum Problem der Opportunitätskosten auch Matheson, a.a.O., S. 11.

recht werdende – Studie von Rahmann et al. über die volkswirtschaftlichen Effekte dieses Ereignisses für Deutschland beigelegt.²⁴ Dabei wurden mehrere Szenarien – je nach der Zusammensetzung der potentiellen Austragungsstandorte – präsentiert. In der günstigsten Variante, die der Verteilung der tatsächlich gewählten Austragungsstandorte entspricht, ist ein volkswirtschaftlicher Nutzen von Netto 2,5 Mrd. Euro ermittelt worden. Wobei – was plausibel ist – die Kosten vor der WM höher sind als der Nutzen, da gerade dann Investitionen anfallen. Kurz vor und während der WM würde sich dann aber das Verhältnis zwischen beidem umkehren. Gleichwohl: Insgesamt würde bis zum Jahr 2008 der Nutzen überwiegen.

In einer darauf aufbauenden Untersuchung von Ahlert²⁵ wurden unter dem Strich auch positive Wirkungen konstatiert, wobei ebenfalls verschiedene Varianten berechnet worden sind. Variiert wurde nach der Höhe der staatlichen Investitionen, möglichen Verdrängungseffekten von WM-bedingten Investitionen sowie nach der Art der Finanzierung der Investitionen. Eine Konstante sind die Ausgaben der ausländischen Besucher der WM (1,8 Mrd. Euro). In allen berechneten Modellen kommt es zu positiven Effekten mit Blick auf die Wirtschaftsleistung und auf die Beschäftigung, wobei es unter den Varianten erhebliche Abweichungen hinsichtlich des Ausmaßes des Nutzens und seiner zeitlichen Verteilung gibt. Maximal werden 7,8 Mrd. Euro an zusätzlicher Wertschöpfung erwartet.

Deutlich höher setzte die Postbank – ein nationaler Sponsor der FIFA-Veranstaltung – die kurz vor der WM veröffentlichten Schätzungen an, wobei der Untersuchungsansatz anhand der vorgelegten Veröffentlichung schwer nachzuvollziehen ist.²⁶ Jedenfalls sollen sich die Effekte der Fußball-WM auf 9 bis 10 Mrd. Euro summieren, wobei 6 Mrd. auf Investitionen entfallen, 2 bis 3 Mrd. Euro auf den Konsum der Bevölkerung hierzulande und 1 Mrd. Euro sollen ausländische Besucher zusätzlich – also über dem normalen Maß – ausgeben.

Maximal wurden in allen diesen Untersuchungen knapp 10000 zusätzliche Dauerarbeitsplätze erwartet.²⁷ Gemessen an fast 40 Millionen Erwerbstätigen in Deutschland ist dies auf jeden Fall keine eindrucksvolle Zahl. Darüber hinaus muss bedacht werden: Natürlich entstehen in unmittelbarem zeitlichen Zusammenhang mit einer WM temporäre Beschäftigungsmöglichkeiten – wahrscheinlich oft auf Teilzeitbasis. Aber selbst dann, wenn diese sich in einer Größenordnung

24 Bernd Rahmann et al., a.a.O.

25 Gert Ahlert, a. a. O.

26 Bargel, a.a.O.

27 Rahmann kommt auf max. 9.000 zusätzlichen Stellen (Bernd Rahmann, a.a.O.), die Postbank spricht von knapp 10.000 (Bargel, a.a. O.)

von mehreren Zehntausend bewegen, wird das nicht zu einer nennenswerten Entspannung auf dem Arbeitsmarkt führen. Viele temporäre Jobs werden nicht über die Arbeitsagenturen besetzt, sondern über ein „Netzwerk“ qualifizierter Kräfte, das Unternehmen in Branchen mit entsprechenden Nachfragespitzen sich für ihren Bedarf aufgebaut haben.²⁸

Methodisch ein völlig anderer Weg wurde mit einer Studie der Wegweiser GmbH/Ruhr-Universität Bochum gegangen. Dabei sind sogenannte „Entscheidungsträger“ danach gefragt worden, was sie hinsichtlich der Fußball-WM planen.²⁹ Dabei kam ein Investitionsvolumen von 5,5 Mrd. Euro heraus. Offen bleibt dabei allerdings, ob es sich dabei nur um Investitionen handelt, die ohne die Fußball-WM nicht getätigt worden wären. Daneben wurde ermittelt, dass die Veranstaltung erhebliche Innovationseffekte hat (worauf unten noch eingegangen wird).

Schon die zum Teil sehr unterschiedlichen Schätzergebnisse lassen erkennen, dass die Ermittlung der ökonomischen Effekte der Fußball-WM mit großen Unsicherheiten behaftet ist. Zudem ist allen genannten Studien gemein, dass sie nicht eine alternative Verwendung der für die Fußball-WM eingesetzten Mittel kalkulieren. Dies ist angesichts des beachtlichen Anteils öffentlicher Mittel, die für den Neubau und Ausbau von Stadien aufgewandt wurden,³⁰ problematisch.

Erstaunlich war der Optimismus der Schätzungen auch deshalb, weil es ernüchternde Befunde über die ökonomischen Wirkungen früherer Fußballweltmeisterschaften gibt. So kommt der britische Ökonom Szymanski zu dem Befund, dass von ihnen keine positiven Effekte auf die gesamtwirtschaftliche Entwicklung ausgingen.³¹ Der Autor schlussfolgert, dass eine Fußball-WM für einen Staat kein gutes Geschäft sei, sondern lediglich als eine Form staatlichen Konsums angesehen werden sollte, der getätigt wird, weil er der Bevölkerung des Ausrichterlandes einen Wohlfahrtsgewinn – jedoch keinen ökonomischen Wachstumsgewinn – bringt. David Milleker (Dresdner Bank) sprach das ebenfalls deutlich aus: „Wir reden von einem Tropfen auf den heißen Stein“.³² Zu jenen, die die ökonomischen Wirkungen der WM als gering einschät-

28 Vgl. Beatrice Oßberger: Das Job-Wunder lässt auf sich warten. In: Welt am Sonntag, 23. April 2006.

29 Vgl. GfW (Gesellschaft für Wirtschaftsförderung) Nordrhein Westfalen, a.a.O.

30 Vgl. Helmut M. Dietl und Markus Pauli: Die Finanzierung von Fußballstadien – Überlegungen am Beispiel des deutschen Profifußballs. In: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, Ergänzungsheft 4, 2002, S. 239-262. Und allgemein insbesondere Judith Grant Ling und Full Count: The Real Cost of Public Funding for Major League Sports Facilities. In: Journal of Sports Economics, Vol. 6, No. 2, 2005, S. 119-143; sowie D. R. Howard und J. L. Crompton: Financing Sport, Morgantown 1995.

31 Stefen Szymanski: The Economic Impact of the World Cup. In: World Economics, Jg. 3, Nr. 1, 2002, S. 169-177, hier: S. 175f. Vgl. auch Matheson, a.a.O., S. 16, für die WM in den USA.

32 Impulse online, 17. März 2006.

zen, gehörte auch der Makroökonom Hickel; dieser sah in ihr lediglich eine Werbung für die Bundesrepublik.³³

4 Welche ökonomischen Wirkungen der Fußball-WM gab es tatsächlich in Deutschland?

4.1 Konjunkturschub durch Investitionen?

Schon Monate vor der Eröffnungsfeier waren die im Zusammenhang mit der Weltmeisterschaft getätigten Investitionen – etwa in den Stadionausbau – nahezu abgeschlossen. Deshalb kann es im Jahre 2006 kaum noch unmittelbare ökonomische Impulse aufgrund WM-bedingter Investitionen gegeben haben. Und in den Jahren zuvor hatten sie konjunkturell keine sichtbaren Spuren hinterlassen.³⁴ Das konnte aber auch nicht erwartet werden, denn die Investitionen waren über mehrere Jahre verteilt und in der Summe nicht so hoch, dass von ihnen ein konjunktureller Impuls hätte ausgehen können.³⁵

Selbst wenn man den Schätzungen der Postbank Glauben schenken mag, die der WM eine Investitionssumme von 6 Mrd. Euro zuschrieb, ist das kein sehr hoher Betrag. In den Jahren von 2002 bis 2005 wurden in Deutschland insgesamt 1,5 Billionen Euro investiert. Für diesen Zeitraum beläuft sich selbst die Maximalsumme von 6 Mrd. Euro WM-Investitionen auf nur 0,4% der gesamten Investitionssumme in Deutschland. Und die Investitionen machten nur ein Sechstel des gesamten Bruttoinlandsproduktes aus – rein rechnerisch entfielen auf die WM-Investitionen lediglich 0,7 Promille der so gemessenen Wirtschaftsleistung. Dabei sind noch nicht einmal Entzugseffekte – d.h. Mindestinvestitionen an anderer Stelle – berücksichtigt. Rechnet man nur mit einer – durchaus nicht unrealistisch niedrigen – WM-bezogenen Investitionssumme von 1,5 Mrd. Euro, so sind die Anteilswerte kaum noch erkennbar: 0,02 % und (zwei Zehntausendstel) der gesamten Wirtschaftsleistung.

33 Rudolf Hickel: Die ökonomische Bedeutung der Fußballweltmeisterschaft 2006: Sportliche Werbung für Deutschland, jedoch ohne nachhaltige Belebung der Konjunktur. http://www.iaw.uni-bremen.de/rhickel/pdf_dateien/hickel-FussballWM06b.pdf

34 Jedenfalls war nicht zu ermitteln, dass von ihnen ein merklicher Effekt ausging. In kleineren Staaten kann ein Sportgroßereignis durchaus erhebliche Investitionseffekte haben. Das hat sich etwa im Falle Griechenlands, wo 2002 die olympischen Spiele durchgeführt wurden, oder Portugals, das 2004 die Fußballeuropameisterschaft ausrichtete, gezeigt. Allerdings können in solchen Ländern hohe Investitionsausgaben auch zu einer Aufblähung von Defiziten im Staatshaushalt führen, was in besagten Ländern der Fall war – und was die Möglichkeiten des wirtschaftlichen Wachstums in der Zukunft begrenzt.

35 Vgl. dazu auch Matheson, a.a.O., S. 14.

4.2 Impulse durch ausländische WM-Touristen?

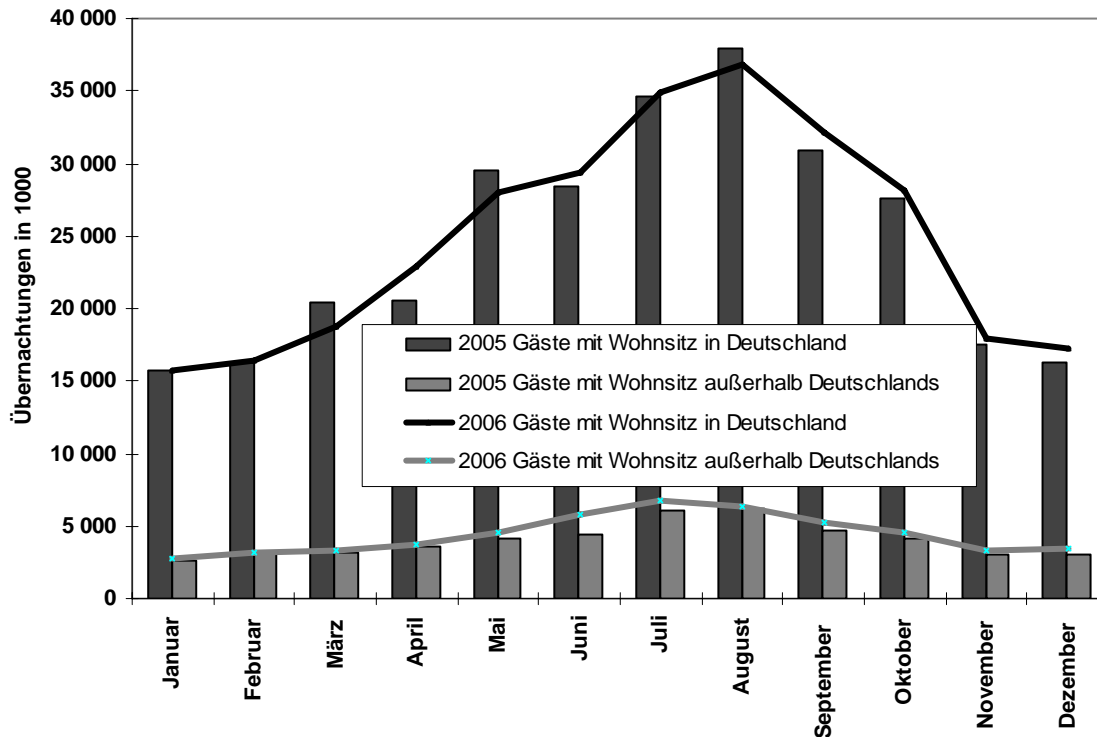
Die im Vorfeld vorgelegten Schätzungen zu den Ausgaben der Touristen in Deutschland liegen in den o.g. Studien zwischen 1 Mrd. und 1,8 Mrd. Euro. Die FIFA rechnete damit, dass etwa eine Million ausländischer Besucher die Fußball-WM besuchen würden. Im Frühjahr des WM-Jahres waren über das Zimmervermittlungs- und Buchungsbüro des Organisationskomitees allerdings nur Bestellungen für eine Million Übernachtungen eingegangen.³⁶ Wie viele Gäste gebucht hatten, ist nicht bekannt – aber gewiss dürfte ein Gast im Schnitt mehrere Übernachtungen gebucht haben. Daneben wird es auch direkte private Buchungen gegeben haben. Gleichzeitig wurde im Frühjahr 2006 auch vermeldet, dass es keine Preissteigerungen bei den Zimmerpreisen gäbe und an allen Veranstaltungsorten noch reichlich freie Betten zur Verfügung stehen.

Tatsächlich gab es im Juni 2006 rund 550.000 mehr Ankünfte von Gästen mit Wohnsitz im Ausland in den deutschen Beherbergungsstätten (einschl. Campingplätzen) als im entsprechenden Monat des vorhergehenden Jahres; im Juli 2006 waren es 300.000 mehr (Abbildung 1). Bei den Übernachtungen schlug sich das in einem Plus von 1,5 Mio. (Juni) und von 0,6 Mio. (Juli) nieder. Diese Zuwächse dürften aber wohl nur zu einem Teil auf die Fußball-WM zurückzuführen sein, denn auch in den übrigen Monaten des Jahres 2006 überstieg die Zahl der Übernachtungen von „Ausländern“ das Ergebnis der jeweiligen Vorjahresmonate. Schätzungsweise dürften insgesamt 1,6 Mio. Übernachtungen und 600.000 bis 700.000 Ankünfte von Gästen aus dem Ausland der Fußball-WM zuzurechnen sein. Die Zahl der Ankünfte von Gästen ist allerdings nicht mit der Zahl der Gäste gleichzusetzen, da gewiss mancher Fußballfan aus dem Ausland an verschiedenen Orten übernachtet hat. Unter dem Strich hat es wegen der WM durchaus mehr Gäste aus dem Ausland gegeben, doch sind die Erwartungen, wie sie etwa die FIFA hegte, bei weitem nicht eingetreten. So stellt das Statistische Bundesamt fest: „Durch die Fußball-Weltmeisterschaft wurde jedoch nur ein Trend verstärkt, der bereits seit einigen Jahren anhält: 1995 betrug der Anteil von Gästen aus dem Ausland an allen Übernachtungen noch 11%, im Jahr 2000 waren es gut 12% und 2005 bereits 14%“.³⁷ Im Jahr 2006 waren es 15%.

Abbildung 1:
Übernachtungen im Gastgewerbe 2005 und 2006

36 Vgl. <http://www.fifaworldcup.yahoo.com/06/de/060425/1/3xer.html>

37 Vgl. Statistisches Bundesamt: Immer mehr Gäste aus dem Ausland – Fußball-WM 2006 verstärkte den Trend. Pressemitteilung vom 25. September 2005.



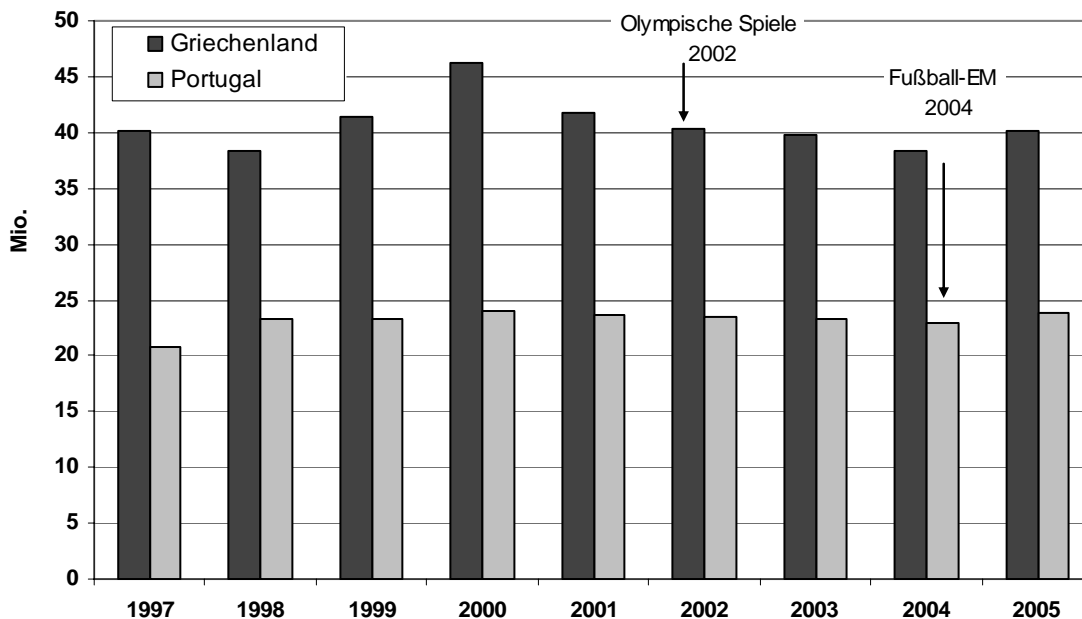
Quellen: Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Wenn – was wohl eher zu hoch gegriffen ist – pro Übernachtstag 200 Euro (einschließlich Übernachtung) ausgegeben worden wären, kommt eine Summe von etwas mehr als 300 Mio. Euro zusammen. Hinzuzurechnen wären die Ausgaben ausländischer Fußballtouristen, die bei Freunden oder Verwandten übernachtet haben, sowie die Tagesgäste. Deren Ausgaben sind pro Tag allerdings weit geringer als die der Hotelgäste. Insgesamt dürften allenfalls 500 Mio. Euro von ausländischen Gästen ausgegeben worden sein – und das ist eine sehr optimistische Schätzung. Und diese ist nur halb so groß wie die unterste Schätzung in den Planungsstudien.

Beachtet werden müssen auch Verdrängungseffekte. Zwar werden durch ein Sportgroßereignis ausländische Fans angezogen, zugleich können aber andere Touristen wegbleiben – etwa weil sie Preiseffekte durch das Ereignis fürchten oder den mit der Veranstaltung verbundenen Trubel meiden wollen. Eine Fußball-WM kann dazu führen, dass Geschäftsreisen oder Tagungen eingeschränkt werden. Im Vorfeld der WM gab es dafür durchaus empirische Hinweise. So herrschte in einigen WM-Städten Aufregung wegen der von der FIFA geblockten Hotelzimmer, die damals nicht anderweitig in Anspruch genommen werden konnten. Quantifizieren lassen sich die Verdrängungseffekte aber auch im Nachhinein nicht.

Ein genauerer Blick in die Literatur zeigt, dass durchaus bezweifelt wird, dass Sportgroßereignisse durch den Tourismus während der Veranstaltung unmittelbare wirtschaftliche Effekte haben.³⁸ So zeigte sich, dass die Zahl der Touristen in Frankreich im Jahr der Fußballweltmeisterschaft 1998 nicht aus dem üblichen Rahmen fiel.³⁹ Bei der letzten Fußball-Europameisterschaft in Portugal 2004 und den olympischen Spielen in Griechenland war ebenfalls kein zusätzlicher Touristenstrom in diese Länder festzustellen (Abbildung 2). Im Falle Deutschlands können Daten aus der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung herangezogen werden. Es zeigt sich, dass die Nachfrage nach Leistungen des Beherbergungs- und Gastgewerbes in den Jahren 1988 (Fußballeuropameisterschaft) und 1974 (Fußballweltmeisterschaft) nicht besonders gestiegen ist (Tabelle 1). Allenfalls die Olympischen Spiele 1972 könnten eine gewisse Wirkung auf das Beherbergungs- und Gastgewerbe gehabt haben.

Abbildung 2:
Übernachtungen von Nichtinländern in Griechenland und Portugal



Quellen: Eurostat; eigene Berechnungen

Der aufgrund von ausländischen Besuchern hervorgerufene Effekt durch die Fußball-WM 2006 beläuft sich auf allenfalls ein knappes Prozent des Produktionswertes des deutschen Gastge-

38 Vgl. dazu auch Matheson, a.a.O., S. 9f.

39 Vgl. S. Szymanski, a.a.O.

werbes. Gesamtwirtschaftlich bedeutend ist dieser Wirtschaftszweig aber nicht, denn er macht nur knapp 1,5 % der gesamten Bruttowertschöpfung aus (2005). Die Hälfte der im Gastgewerbe angebotenen Güter wurde von anderen Wirtschaftszweigen bezogen. Oder aus einem anderen Blickwinkel betrachtet: Nach dem System der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung sind die Übernachtungen von Gästen aus dem Ausland als Exporte anzusehen; durch die Fußball-WM sind diese Exporte um maximal 0,05% gestiegen. Der gesamtwirtschaftliche Effekt durch die Fußballtouristen ist also eine zu vernachlässigende Größe, zumal die deutschen Exporte 2006 nach den bisherigen Schätzungen des Statistischen Bundesamtes um 13,5% größer ausfielen als im Jahr 2005.⁴⁰

Tabelle 1
Bruttowertschöpfung im Gastgewerbe, des Bruttoinlandsprodukts und des privaten Verbrauchs

	Bruttowertschöpfung im Gastgewerbe	Bruttoinlandsprodukt	Privater Verbrauch	Differenz der Wachstumsraten		Ereignis
				Bruttoinlandsprodukt /	Privater Verbrauch /	
				Bruttowertschöpfung im Gastgewerbe		
1971	0,9	2,9	5,7	2,0	4,8	
1972	1,7	4,3	4,8	2,6	3,1	Olympische Spiele
1973	-0,6	4,7	3,0	5,3	3,6	
1974	0,9	1,0	0,5	0,1	-0,5	Fußball-WM
1975	0,6	-1,6	3,7	-2,1	3,1	
1976	2,0	5,0	4,0	3,0	2,0	
1977	2,2	3,2	4,2	1,0	2,0	
1978	1,9	3,1	3,6	1,2	1,6	
1985	0,2	2,6	1,9	2,4	1,7	
1986	-0,3	2,5	3,9	2,8	4,2	
1987	3,8	1,4	3,7	-2,3	-0,1	
1988	0,4	3,8	2,6	3,5	2,3	Fußball-EM
1989	5,5	4,3	3,2	-1,2	-2,4	

Quellen: Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen.

40 Vgl. Statistisches Bundesamt: Ausführliche Ergebnisse zur Wirtschaftsleistung im 4. Quartal 2006. Pressemitteilung vom 22. Februar 2007.

4.3 Verstärkte Nachfrage nach Leistungen des Gastgewerbes durch in Deutschland lebende Fußball-Fans?

In den Monaten Juni und Juli 2006 haben mehr im Inland wohnende Personen im deutschen Gastgewerbe übernachtet. Im Vergleich zum entsprechenden Monat des vorhergehenden Jahres waren es im Juni 1 Mio. mehr und im Juli knapp 200.000. Schwer zu entscheiden ist allerdings, ob das mit der Fußball-WM zusammenhängt. Denn gerade im Sommerhalbjahr wird das Reiseverhalten stark durch die Lage der Ferien, von Feiertagen sowie von Brückentagen bestimmt. So kam es im April 2006 zu 2,4 Mio. mehr Übernachtungen von Inländern als im April 2005, im Mai 2006 dagegen lag die Zahl der Übernachtungen um 1,5 Mio. unter dem Ergebnis des Monats im vorhergehenden Jahr. Auch gab es vermehrte Übernachtungen von Inländern seit dem September – was gewiss nicht auf die Fußball-WM zurückzuführen ist.

Das Gastgewerbe lebt aber freilich nicht nur von den Übernachtungen, sondern auch vom Verzehr von Speisen und Getränken. Die sog. Getränkegeprägte Gastronomie – die man volkstümlich als Kneipen bezeichnen könnte – konnte im Juni 2006 einen kräftigen Umsatzzuwachs verzeichnen, was ohne Zweifel an der Fußball-WM lag, denn dem Trend nach gehen in diesem Teil des Gastgewerbes die Umsätze seit geraumer Zeit zurück – was dann auch im Juli 2006 wieder der Fall war (Tabelle 2). Wenig konnte die sog. Speisegeprägte Gastronomie (Restaurants, Fast-Food-Ketten) indes von der Fußball-WM profitieren; allenfalls hat das Sportgroßereignis dafür gesorgt, dass die Umsätze nicht stärker zurückgingen.

Wenn sich der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband darüber freut, dass in seiner Branche im Jahr 2006 die Umsätze zum ersten Mal nach fünf mageren Jahren real nicht gesunken sind, und das an der Fußball-WM liege,⁴¹ hat er damit nicht Unrecht. Allerdings gab es 2006 auch Zuwächse bei den Umsätzen beim Gastgewerbe in solchen Monaten, in denen die Fußball-WM nicht stattfand.

Tabelle 2:
Entwicklung der Umsätze im Gastgewerbe 2006

Veränderung gegenüber dem Vorjahresmonat in %

	Hotellerie	Sonstiges Beherber- gungs- gewerbe	Speise- geprägte Gastronomie	Getränke- geprägte Gastronomie	Kantinen und Caterer	Gastgewer- be insg.
Januar	0,4	-18,7	-4,1	-4,8	1,7	-2,6
Februar	-0,4	15,2	-1,8	-0,3	0,2	-0,5

41 Vgl. WM hilft Gastgewerbe. In: Süddeutsche Zeitung vom 16. Februar 2007.

Research Notes 19

4 Welche ökonomischen Wirkungen der Fußball-WM gab es tatsächlich in Deutschland?

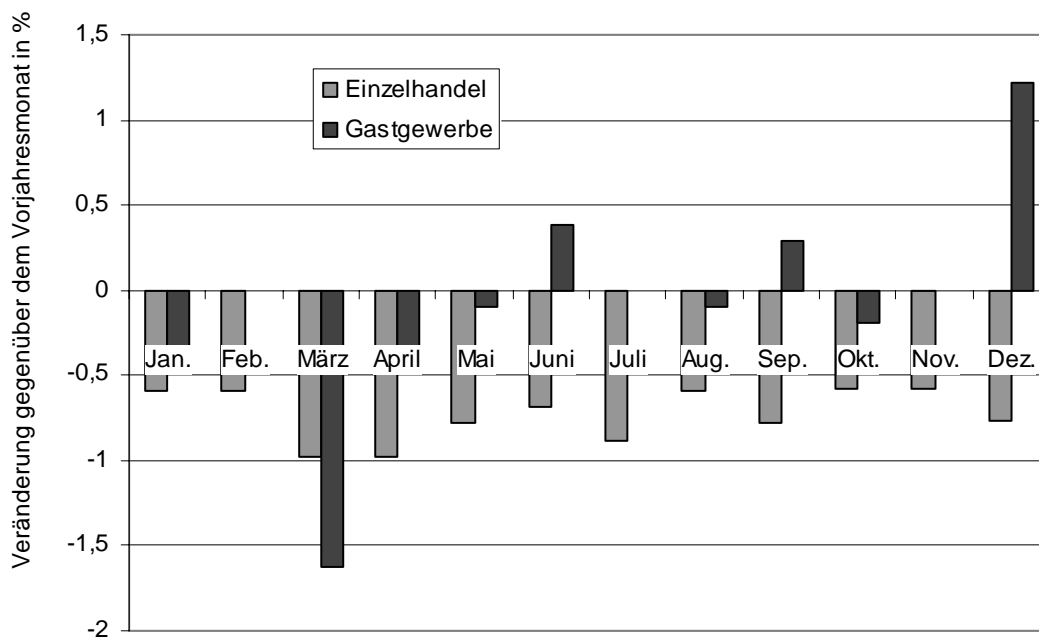
März	2,5	-11,2	-6,5	-3,9	5,4	-2,2
April	-3,1	6,2	-0,9	-1,1	-2,5	-1,6
Mai	6,7	-4,3	-3,3	-3,8	9,0	1,3
Juni	6,1	4,5	-1,1	5,1	-4,8	1,9
Juli	6,6	3,6	-1,2	-3,8	5,2	1,9
August	-0,4	0,8	-2,3	-3,4	2,5	-1,2
September	3,6	9,0	0,7	2,0	3,9	2,5
Oktober	1,5	1,5	-2,3	-2,0	3,6	-0,2
November	1,2	-8,0	-0,6	-0,1	2,0	0,2
Dezember	1,6	13,5	-1,6	-1,9	-1,5	-0,3

Quellen: Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen.

Die Beschäftigungseffekte durch die Fußball-WM waren offenkundig gering und lediglich temporär – lediglich im Juni stieg die Zahl der Arbeitnehmer (Abbildung 3). Dabei sei nochmals darauf hingewiesen: Das Gastgewerbe trägt nur einen kleinen Teil zur gesamtwirtschaftlichen Wertschöpfung in Deutschland bei.

Abbildung 3:

Entwicklung der Beschäftigung im Einzelhandel und im Gastgewerbe 2006



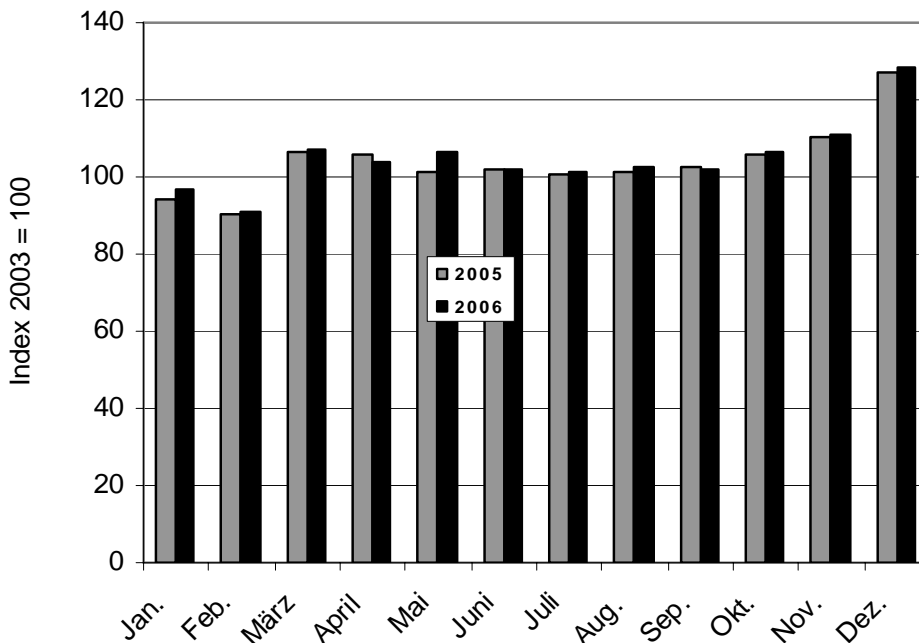
Quellen: Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

4.4 Mehr Käufe fußballnaher Waren?

Allerorten wurde vor und bei den Spielen mit der Fußball-WM geworben. Wozu auch beigetragen hat, dass die Markenbindung um den Begriff Fußball-WM herum gegen den Einspruch der FIFA gerichtlich gelockert wurde. Kam es aber durch die WM zu vermehrten Käufen und entsprechend zu einem wirtschaftlichen Impuls?

Zieht man die Ergebnisse der amtlichen Einzelhandelsstatistik heran, ist das Ergebnis ernüchternd. In den Monaten, in denen die Spiele stattfanden, wurde nicht vermehrt gekauft – obwohl mancherorts die Ladenöffnungszeiten ausgeweitet wurden (Abbildung 4). Auffällig ist allerdings ein merklicher Umsatzanstieg im Mai 2006. Was sich dahinter verbirgt, lässt sich anhand der verfügbaren Daten leider nicht klären. Vielleicht haben manche den Kauf eines neuen Fernsehers zeitlich vorgezogen. Nicht auszuschließen ist auch, dass vermehrt fußballnahe Waren wie Sportkleidung gekauft wurden. Wie dem auch sei, der Umsatzanstieg im Mai war ein singuläres Ereignis; es muss offen bleiben, ob und inwieweit er überhaupt mit der Fußball-WM zusammenhängt. Auf die Beschäftigung im Einzelhandel hatte die Fußball-WM keinen Einfluss.

Abbildung 4:
Entwicklung des Umsatzes im Einzelhandel

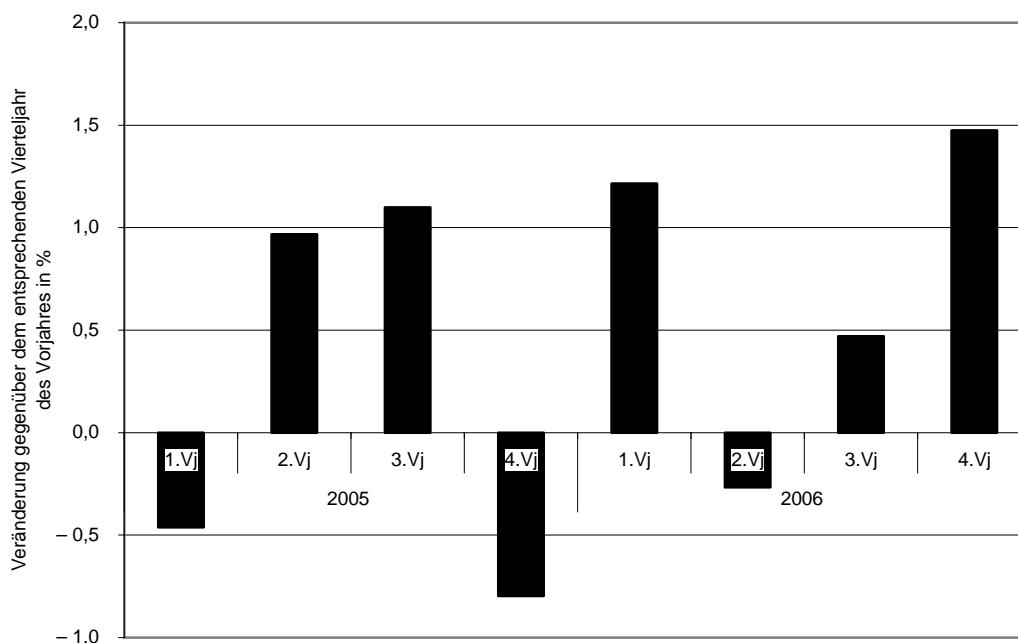


Generell stellt sich die Frage, ob tatsächlich ein Sportgroßereignis zu vermehrten Käufen animieren kann. So ist es offenkundig zweifelhaft, dass die Kunden deshalb zu mehr Backwaren greifen, weil sie nun Weltmeisterbrötchen heißen. Bei den Waren ist auch darauf zu achten, wo sie hergestellt wurden, denn der volkswirtschaftliche Impuls zusätzlicher Käufe ist um so größer, je mehr inländische Wertschöpfung in ihnen steckt. Bei einem Fernsehgerät ist in der Regel nur wenig davon enthalten. Hinzu kommt: Die Motivation zum Kauf von Fernsehern würde auch von einer WM ausgehen, die nicht in Deutschland stattfindet und hier keine öffentlichen

Kosten verursacht. Das gilt auch für die vielen an die Autos angehefteten Fähnchen – ein Produkt, das ohne Zweifel nur wegen der Fußball-WM auf den Markt kam.

In konjunktureller Hinsicht entscheidend ist am Ende die Frage, ob nicht nur vermehrt manche fußballnahen Produkte gekauft wurden, sondern ob der private Verbrauch insgesamt gestiegen ist. Nach den aktuellen Daten der amtlichen Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung war allerdings der Konsum der privaten Haushalte im zweiten Quartal 2006 – wozu auch der Juni zählt, in dem die meisten Spiel stattfanden – rückläufig (Abbildung 5). Ohne Fußball-WM wäre vielleicht das Ergebnis noch etwas schlechter ausgefallen – was aber empirisch nicht zu bestimmen ist.

Abbildung 5:
Entwicklung des Konsums der privaten Haushalte



Preisbereinigt

Quellen: Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen.

Jedenfalls lässt sich feststellen, dass die Fußball-WM nicht die Konjunktur auf Trab gebracht hat. Im dritten und im vierten Quartal hat dagegen der private Verbrauch etwas zugelegt. Das lag aber ohne Zweifel nicht an der Fußball-WM, sondern daran, dass die privaten Haushalte wegen der für 2007 angekündigten Mehrwertsteuererhöhung den Kauf von Gebrauchsgütern vorgezogen haben. Auch bei früheren Sportgroßereignissen in Deutschland ist keine auffällige Entwicklung des privaten Verbrauchs festzustellen gewesen (Tabelle 1). Im Übrigen hängt der

durch eine Fußball-WM inspirierte Kauf etwa von elektronischen Geräten oder Sportartikeln vor allem von dem Ereignis selbst und nicht davon ab, in welchem Land es stattfindet und wo dafür öffentliche Mittel angewandt wurden.

4.5 Positive Effekte durch Sicherheitsmaßnahmen?

Angesichts der latenten Bedrohung durch den Terrorismus erfordern Großveranstaltungen einen erheblichen Aufwand zur Gewährleistung der öffentlichen Sicherheit. Im Falle des Fußballs kommt noch das Problem der Hooligans dazu. In rein konjunktureller Betrachtung könnte ein vermehrter Sicherheitsaufwand als ein positiver Impuls angesehen werden – jedenfalls dann, wenn durch erhöhte Ausgaben der Veranstalter oder des Staates zusätzliches Einkommen entsteht.

Die staatlichen Sicherheitskräfte in Deutschland sind wegen der Fußball-WM aber nicht aufgestockt worden. Wahrscheinlich wurde während der Veranstaltung der von ihnen zu leistende erhöhte Schutz im Wesentlichen durch Überstunden gewährt. Die Länder Hessen und Baden-Württemberg hatten das ausdrücklich erklärt. Ein Teil der Mehrarbeit wurde durch Freizeit ausgeglichen, ein anderer, und wegen der generell knappen Polizeiausstattung der Bundesländer größerer Anteil wurde finanziell entgolten.⁴² Bei privaten Sicherheitsdiensten dürfte wegen der erhöhten Nachfrage zusätzliches Einkommen entstanden sein. Anzunehmen ist, dass die Unternehmen die Zahl der Arbeitsplätze zwar erhöht haben – aber nur zeitweilig.

Die durch die WM bedingten Sachausgaben für Sicherheit, die man auf Länderebene zumindest auf einen zweistelligen Millionenbetrag schätzen kann, wurden mit großer Wahrscheinlichkeit nicht kreditfinanziert, sondern verdrängen andere Ausgaben der Länder. Insgesamt konnte deshalb kein konjunktureller Impuls erwartet werden. Auch wenn es einen solchen gegeben hätte – hätte er dann zur Wohlstandsmehrung beigetragen? Gewiss nicht, denn erhöhte Ausgaben für Sicherheitsdienstleistungen aufgrund eines Sportgroßereignisses sind – für sich genommen – unnütze Kosten mit Blick auf die Wohlstandsmehrung eines Staates.

⁴² Beispielsweise fielen bei der Berliner Polizei aufgrund der WM 230.000 Überstunden an, die zu einem großen Teil – mit insgesamt 3 Mio. Euro – entgolten wurden. Vgl. Polizei – 230.000 Überstunden während der WM. In: Berliner Morgenpost vom 12. März 2007.

4.6 Veränderungen von Erwartungen und Entscheidungen

Euphorische Vorhersagen über den Einfluss einer Fußball-WM oder eines anderen sportlichen Großereignisses hinsichtlich der Verbesserung der wirtschaftlichen Erwartungen der Bevölkerung des gastgebenden Landes, wie sie im Vorfeld der WM zuhauf in Deutschland veröffentlicht wurden, können sich weder auf eine ernstzunehmende Theorie noch auf eine solide Empirie stützen. Trotz des Optimismus' vieler Entscheidungsträger im Vorfeld der WM sprechen bisherige Befunde für andere Länder nicht für die Beeinflussung wirtschaftlicher Erwartungen durch Sportgroßereignisse wie eine Fußball-WM.⁴³ Wenn überhaupt, ist es das sportliche Abschneiden der eigenen Auswahlmannschaft, das Einfluss auf die Erwartungsbildung hat, nicht aber die Tatsache, in welchem Land das Team siegt oder verliert.

Eine im Jahre 2004 durchgeführte Befragung von Experten bei „öffentlichen und privaten Entscheidungsträgern und potentiellen Investoren im Umfeld der FIFA Fußball-WM 2006“ erbrachte aber immerhin das Ergebnis, dass 15 % mit „positiven“ und „sehr positiven“ Auswirkungen rechnen.⁴⁴ Nur knapp ein Viertel erwartet gar keine Wirkungen. Begründet wird die insgesamt positive Einschätzung mit dem „generellen Optimismus“, der die Menschen bei einem solchen Sportereignis erfasst.

Ein sportliches Großereignis wie die Fußball-WM erhöht natürlich das Risiko von Terroranschlägen. Inwieweit dies in die wirtschaftliche Erwartungsbildung der Bürger eingeht und in Deutschland konkret einging⁴⁵ ist nicht bekannt.

Eine Analyse der Aktienkursentwicklung in den Jahren 1973 bis 2004 in fußballbegeisterten Ländern kommt zu dem Ergebnis,⁴⁶ dass Siege in wichtigen Fußballspielen keinen statistisch signifikanten Einfluss auf die kurzfristige Entwicklung der Aktienkurse haben, aber Niederlagen zu einer statistisch gesicherten Abweichung der Kurse (gegenüber dem Trend) von 38 Basispunkten, d. h. 0,38 Prozentpunkten führen.

Überträgt man diese Ergebnisse auf die allgemeine Erwartungsbildung aufgrund der WM 2006, so kommt man zu der Schlussfolgerung, dass von einem guten Abschneiden der deutschen Mannschaft keine positiven Auswirkungen auf das wirtschaftliche Verhalten zu erwarten wa-

43 Vgl. Stefan Szymanski, a.a.O.

44 Vgl. GfW (Gesellschaft für Wirtschaftsförderung) Nordrhein Westfalen, a.a.O.

45 Die Versicherung der meisten WM-Stadien bei der neugeschaffenen Extremus-Terrorversicherung deckte nur den materiellen Schaden an den Stadien ab.

ren, weil ein gutes Abschneiden von den Fans zumindest heimlich vorausgesetzt wird.⁴⁷ Wenn Fußballergebnisse überhaupt Einfluss auf wirtschaftliche Entscheidungen haben, dann demnach spielen eher Enttäuschungen eine Rolle – die sich ökonomisch entsprechend negativ niederschlagen. Dies trat jedoch aufgrund des Vorstoßes ins Halbfinale nicht ein. Insofern hat die WM nicht geschadet.

Auf Basis der Befragung von acht Mal jeweils ca. 400 Personen (insgesamt also über 3000 Personen) im Zeitraum vom 29. Mai bis 9. Juli 2006 kommen die Bonner Ökonomen⁴⁸ Dohmen et al. zu dem Ergebnis, dass durch den überraschenden sportlichen Erfolg der DFB-Auswahlmannschaft der „subjektive Welt“ des verfügbaren Einkommens in Deutschland um ein gutes Fünftel angestiegen wäre. Dies mag sein.⁴⁹ Aber dieser Effekt hat nicht zu einer Senkung der Sparquote und einer Erhöhung des privaten Konsums geführt.

Im Vorfeld der WM wurden auch Erwartungen geäußert, dass eine erfolgreiche WM Werbung bei ausländischen Anlegern darstellen würde („international exposure“). Außer einigen Zeitungsberichten über von der deutschen Gastfreundschaft überraschten WM-Gäste sind keine Effekte bekannt geworden. Der US-Ökonom Matheson stellt zu dieser Thematik bündig fest: “There are not even any anecdotal examples of companies moving corporate operations to a city based on the hosting of a sporting event“.⁵⁰

4.7 Weitere Effekte

Während der Fußball-WM in Korea und Japan im Jahr 2002 gab es eine Diskussion um millionenfach ausgefallene Arbeitsstunden, da die Zeit der Live-Übertragung der Spiele nicht kompatibel war mit den Fernsehgewohnheiten und -möglichkeiten großer Teile der Fans in Europa und Amerika.⁵¹ Freilich machen zunehmend flexible Arbeitszeiten negative Wirkungen auf die Arbeitsproduktivität unwahrscheinlich. Bei der WM in Deutschland konnten sich derartige Probleme ohnehin nicht einstellen, da die meisten Spiele am späten Nachmittag oder am Abend

⁴⁶ Vgl. Alex Edmans, Diego Garcia und Oyvind Norli: Sports sentiment and stock returns. Cambridge. Mass. u. a. 2005, die auch die einschlägige psychologische Theorie diskutieren.

⁴⁷ Alex Edmans et al., a. a. O., S. 5.

⁴⁸ Vgl. Dohmen, Thomas, Armin Falk, David Huffman und Uwe Sunde, Seemingly Irrelevant Events Affect Economic Perceptions and Expectations: The FIFA World Cup 2006 as a Natural Experiment, IZA Discussion Paper No. 2275, Bonn 2006.

⁴⁹ Wenngleich der Effekt recht groß erscheint.

⁵⁰ Matheson, a.a.O., S. 7.

⁵¹ Institut der deutschen Wirtschaft: WM und Arbeitszeiten. In: iwd – Nr. 22 vom 30. Mai 2002.

übertragen werden. Hinzu kommt, dass angesichts der hohen Arbeitslosigkeit die Beschäftigten Fehlzeiten immer mehr vermeiden, um nicht ihren Arbeitsplatz zu riskieren. Das ist daran ablesbar, dass sich die Krankenstände in Deutschland auf einem historischen Tiefstand bewegen.⁵²

Die wahrscheinlich wichtigsten „sonstigen“ Wirkungen der Fußball-WM werden durch eine Umfrage der Ruhr-Universität Bochum⁵³ illustriert. Es handelt sich um positive Wirkungen, nämlich Modernisierungs-Effekte in Richtung Dienstleistungswirtschaft („Event-Industrie“), die durch die Fußball-WM zwar nicht ausgelöst, jedoch verstärkt werden. Zu nennen sind neuartige Dienstleistungsagenturen, die die Organisation von Events und deren Begleitprogramm durchführen.

Die Fußball-WM 2006 war danach in Deutschland ein nicht zu unterschätzender Mosaikstein im Wandel zur Dienstleistungsgesellschaft, die weltweit zunehmend auch von „Events“ gekennzeichnet ist. Neben sportlichen Mega-Ereignissen sind große Ausstellungen sowie die lokale oder weltweite Zelebrierung von Geburts- und Todestagen großer Persönlichkeiten zu nennen (z. B. das Kant-Jahr in Deutschland oder das Mozart-Jahr weltweit). Jedes einzelne Event hat eine verschwindende gesamtwirtschaftliche Bedeutung, insgesamt entwickelt sich dadurch jedoch eine beachtliche Event-Industrie, die z. B. für Künstler und Geisteswissenschaftler eine durchaus beachtliche Arbeitsnachfrage mit sich bringt.

5 Zum gesellschaftlichen Wert der Fußball-WM

Der soziale Wert des sportlichen Geschehens selbst und des Spektakels darum herum lässt sich naturgemäß nur schwer in ökonomischen Größen ausdrücken. Aber vielleicht sollte gar nicht erst der Versuch gemacht werden, ihn zu bestimmen. Immerhin steht fest, dass der Spaß an einer Fußball-WM sich nicht – was viele vermuten – auf Männer beschränkt. Zwar zeigen die Daten des vom DIW Berlin in Zusammenarbeit mit TNS Sozialforschung erhobenen Sozio-ökonomischen Panels (SOEP)⁵⁴ für das Jahr 2003, dass etwas mehr als die Hälfte der Männer, aber nur ein Drittel aller erwachsenen Frauen überhaupt Sportveranstaltungen besuchen, und dass knapp 20 % der Männer, aber lediglich 7 % der Frauen dies regelmäßig, d. h. mindestens

52 Vgl. Karl Brenke: Dauer der Arbeitszeiten in Deutschland. In: Wochenbericht des DIW Berlin, Nr. 47/2004, S. 736. Zur neueren Entwicklung siehe etwa eine Analyse des Wissenschaftlichen Instituts der AOK (wido.de/uploads/media/wido_pra_krankenstand_pi_grafiken_0306_01.pdf).

53 GfW, a.a.O.

54 Vgl. zum SOEP beispielsweise auch Christoph Breuer, a.a.O.

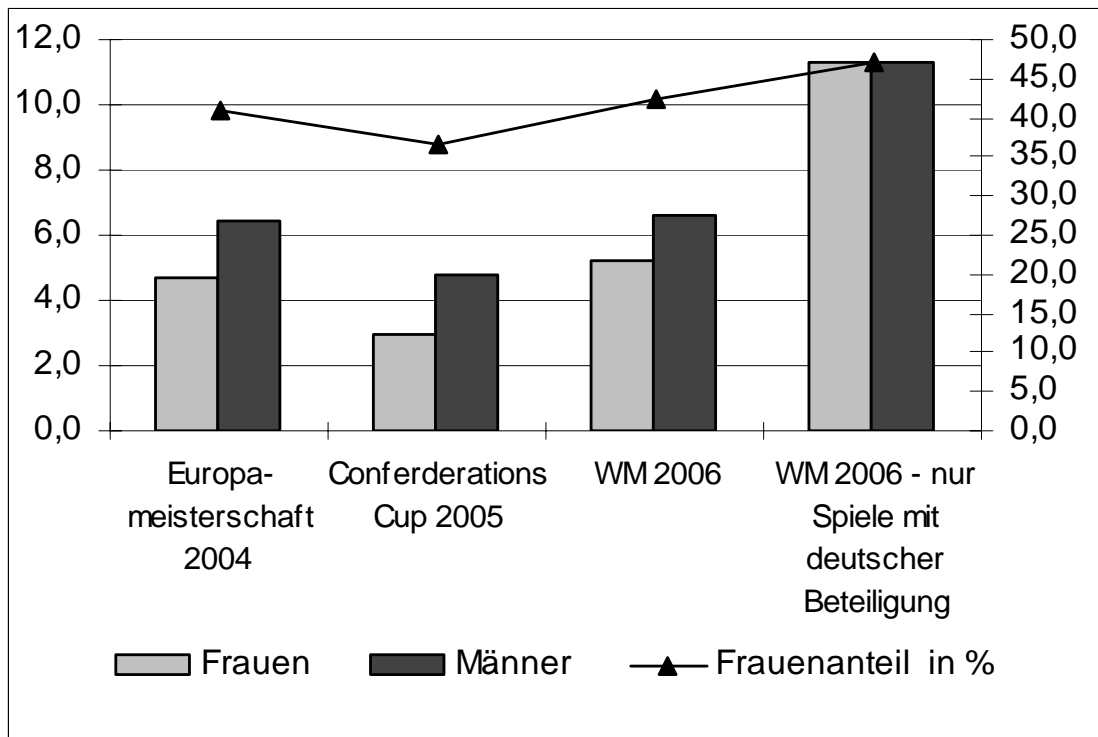
einmal im Monat, tun. Fußballspiele im Fernsehen, insbesondere internationale Turniere, sehen sich aber auch viele Frauen an. Wie aus Informationen des ZDF auf Basis des AGF/GfK-Fernsehpanels hervorgeht, waren bei den letzten beiden großen Fußballturnieren in Europa – der Europameisterschaft 2004 und des Confederations Cup 2005 – bis zu 40 % der 14-jährigen und älteren Zuschauer bei ARD und ZDF weiblich (vgl. Abbildung 6).⁵⁵ Bei der WM 2006 lag der Anteil weiblicher Zuschauer bei Spielen ohne die DFB-Elf bei immerhin über 40 %. Wenn das DFB-Team spielte stieg der Anteil auf nahezu die Hälfte an. Dies verdeutlicht auch die auf der anekdotischen und journalistischen Ebene zu beobachtende Begeisterung von Mädchen und Frauen für das WM-Event.

Abbildung 6:

Durchschnittliche Zuschauerzahlen von ARD und ZDF

bei Spielen der Fußball-Europameisterschaft 2004, des Confederations Cup 2005 und der WM 2006

- Zuschauer ab 14 Jahren in Millionen -



Quellen: AGF/GfK Fernsehpanel D+EU, Auswertungen des ZDF und eigene Berechnungen.

Der Mindest-Wert des Zuschauens in den Stadien ist offensichtlich der Wert aller verkauften Eintrittskarten, d.h. eines dreistelligen Millionenbetrags. Die spannendere Frage ist jedoch, was

⁵⁵ Bei am Nachmittag und frühen Abend liegenden Sendeterminen sitzen etwas mehr Männer vor dem Fernsehgerät, was unterstreicht, dass hohe Frauenanteile zur Hauptsendezeit am Abend teilweise auch durch gemeinsames

den Fernsehzuschauern und den Nutzern anderer Medien die WM wert ist. Die Magdeburger Ökonomen Joachim Weimann und Steffen Rätzel hatten 2004 eine Umfrage durchgeführt, auf deren Basis eine solche Quantifizierung möglich ist.⁵⁶ Die Teilnehmer der repräsentativen Stichprobe⁵⁷ wurden zum einen gefragt, wie viel sie für die Übertragung von WM-Spielen im Fernsehen bereit wären zu zahlen, wenn die Spiele nicht frei im Fernsehen zu empfangen wären. Bei diesem Quasi-Experiment wurde zwischen Spielen mit und ohne deutscher Beteiligung unterschieden. Zum zweiten wurden zwei komplexere Fragen zum Gewinn des WM-Titels durch die DFB-Auswahl gestellt. Mit der ersten wurde die „Willingness-To-Accept“ (WTA) ermittelt, mit der zweiten die „Willingness-To-Pay“ (WTP).

Zur Ermittlung des WTA-Wertes wurde den Befragten die fiktive Entscheidungssituation vorgelegt, dass ein Freund für sie gewettet hätte, dass die deutsche Mannschaft das Endspiel verliert, um ihn in diesem – traurigen – Falle mit einem Geldgewinn zu überraschen. Die Frage war: „Ab welcher Höhe des Gewinns aus dem Tippspiel ist es Ihnen lieber, das Deutschland das Endspiel verliert?“ Die Antworten darauf zeigen den subjektiven Wert des Titelgewinns an. Für die Ermittlung des WTP-Wertes wurde den Befragten ein Szenario geschildert, in dem die DFB-Elf nach dem sportlich desaströsen Verlauf der vorhergehenden Europameisterschaft neu aufgebaut wird, was Kosten verursacht, aber *mit Sicherheit* zum Gewinn des WM-Titels führt. Erfragt wurde die subjektive Zahlungsbereitschaft für ein solches kollektives Unterfangen. Die Mittelwerte der erfragten Zahlungsbereitschaften werden mit der Zahl der Erwachsenen in Deutschland multipliziert, um den aggregierten monetären Wert der Fußball-WM zu erhalten.⁵⁸

- Die Erhebung ergab folgende auf die erwachsene Bevölkerung in Deutschland hochgerechneten Ergebnisse. Für die Übertragung der Spiele ohne Beteiligung der deutschen Mannschaft nach der Vorrunde wären die Fernsehzuschauer bereit, insgesamt 798 Mill. Euro aufzuwenden (kumulierte Werte für Viertel- und Halbfinalspiele sowie das Endspiel in Tabelle 3). Wenn die DFB-Auswahl noch im Viertelfinale und im Halbfinale dabei ist, steigt die aggregierte Zahlungsbereitschaft um weitere 190 Mill. sowie um 230 Mill. Euro an. (Differen-

Fernsehen „erzungen“ werden.

56 Vgl. Steffen Rätzel und Joachim Weimann: Der Maradonna Effekt: Wie viel Wohlfahrt schafft die deutsche Nationalmannschaft? In: Perspektiven der Wirtschaftspolitik, 7. Jg., Heft 2, 2006, S. 257-270.

57 Die Stichprobe umfasste zwar nur 338 Befragte, diese waren aber zufällig und repräsentativ ausgewählt. Eine solche Fallzahl reicht aus, um für eine Fragestellung, die sich auf die gesamte Bevölkerung (also nicht auf Teilgruppen) bezieht, aussagekräftige Zahlen zu ermitteln.

58 In Deutschland lebende Ausländer, die eine positive Zahlungsbereitschaft haben, denen der WM-Titel für Deutschland also etwas wert ist, werden dabei einbezogen. Alle anderen gehen – wie viele Deutsche auch – mit dem Wert null ein.

zen zwischen den Zahlungsbereitschaften ohne und mit DFB-Beteiligung in Tabelle 3). Beim Erreichen des Finales kämen zusätzliche 330 Mill. Euro zusammen. Der maximale Wert, den die DFB-Elf also durch die Teilnahme an der WM erspielen kann, beträgt bei Erreichen des Endspiels kumuliert etwa 750 Millionen Euro.

- Der Wert des Weltmeistertitels für die DFB-Elf bzw. „für Deutschland“ hängt stark von der gewählten Ermittlungsmethode ab (WTA oder WTP). Nach der eher realistischen WTA-Methode (Frage nach der verlorenen Wette) beträgt der aggregierte Wert des WM-Titels immerhin etwa 17 Mrd. Euro. Nach der WTP-Methode (Frage nach dem Wert eines sicheren Titelgewinns) sind es hingegen nur 2,3 Mrd. Euro,⁵⁹ was wohl auch daran liegt, dass die zugrunde liegende Frage wenig realistisch ist.⁶⁰

Tabelle 3:

Wohlfahrtsgewinne der in Deutschland lebenden Erwachsenen von der Übertragung der WM-Spiele im öffentlich-rechtlichen Fernsehen und einem Titelgewinn der DFB-Auswahl

Gewinne auf Basis	Zahlungsbereitschaft ¹ an ein Pay-TV für das Anschauen ...						Zahlungsbereitschaft für den Titelgewinn	
	... der Viertelfinals Spiele		... der Halbfinalspiele		... des Endspiels		WTA-Methode ²	WTP-Methode ³
	ohne DFB	mit DFB	ohne DFB	mit DFB	ohne DFB	mit DFB		
des arithmetischen Mittels								
pro Kopf in Euro	2,44	5,26	3,59	7,04	5,90	10,78	255,00	35,00
insgesamt (hochgerechnet) ⁴ in Mill. Euro	163	353	240	472	395	723	17 123	2 345
Median-Angaben								
pro Kopf in Euro	0,00	3,00	1,63	4,00	3,00	5,00	50,00	10,00
insgesamt (hochgerechnet) ⁴ in Mill. Euro	0	201	109	268	201	335	3353	670

1 Antworten von 338 Befragten;

2 Antworten von 256 Befragten auf die Frage, ab welcher Höhe ihnen ein Lotteriegewinn, der bei einer Final-Niederlage der DFB-Auswahl ausgezahlt wird, mehr wert ist als der WM-Titel für das DFB-Team (Nationalmannschaft).

3 Antworten von 58 Befragten zur individuellen Zahlungsbereitschaft für eine kollektive Investition, die zum sicheren Gewinn des WM-Titels durch das DFB-Team führt.

4 Hochgerechnet auf die gesamte erwachsene Bevölkerung.

59 Berücksichtigt man den aufgrund der kleinen Stichproben beachtlich großen Stichprobenfehler, so schwanken die Werte mit 95-prozentiger Sicherheit zwischen 13 und 21 Mrd. Euro (WTA-Methode) bzw. zwischen 1,3 und 3,4 Mrd. Euro (WTP-Methode).

60 Jedem Befragten dürfte klar sein, dass man sich den Titel nicht kaufen kann, d. h. die Frage, was es einem Befragten wert wäre, wenn die DFB-Auswahl ganz bestimmt Weltmeister würde, ist ausgesprochen artifiziell. Sie ist darüber hinaus sportwidrig, da ein Wettkampf nur interessant ist, wenn das Ergebnis nicht vorher feststeht.

Quelle: Rätzel und Weimann (Uni Magdeburg, 2006); eigene Berechnungen.

Freilich werden die Mittelwerte der WTA- und der WTP-Umfragewelle stark von Ausreißern, d. h. von Antworten beeinflusst, bei denen einige Befragte der WM einen sehr hohen Wert zumessen.⁶¹ Diese Effekte werden weitgehend ausgeschlossen, wenn statt des Mittelwertes die Mediane der Angaben verwendet werden (unterer Block von Tabelle 3).⁶² Die Mediane der Zahlungsbereitschaft für Pay-TV liegen nur bei 3 bis 5 Euro je Befragtem; und Viertelfinalspiele ohne DFB-Beteiligung sind den Deutschen danach fast nichts wert. Der Wert des WM-Titels liegt dann pro Kopf nur bei 10 Euro (WTA) bzw. 50 Euro (WTP).⁶³ Ein Endspiel mit DFB-Beteiligung würde einen aggregierten subjektiven Wohlfahrtsgewinn von knapp 350 Mill. Euro erzeugen, beim Gewinn des WM-Titels wären es 3,4 Mrd. Euro (WTA) und 670 Mill. Euro (WTP). Das ist gewiss nicht wenig, liegt aber – je nach betrachteten Varianten der Berechnungen – teilweise deutlich unter den im Zusammenhang mit der WM getätigten Aufwendungen – etwa für Investitionen.

Hinzu kommt ein grundsätzliches Problem, wenn man diese Werte zur Rechtfertigung der Ausrichtung der WM in Deutschland heranziehen will: Beide Effekte würden auch eintreten, wenn die WM nicht in Deutschland stattfände. Ein Argument kann allenfalls sein, dass durch das Heimrecht die Chance der DFB-Auswahl auf den Titelgewinn steigt.

61 Bei der WTP-Frage betrug der maximale Wert 330 Euro, bei der WTA-Frage waren es 10 000 Euro. Allerdings wurden solche Werte als Ausreißer betrachtet und in den Berechnungen nicht berücksichtigt (ausgeschlossen wurden alle Angaben, die außerhalb des Intervalls Mittelwert \pm 3 Standardabweichungen lagen und gleichzeitig 10 % des jährlichen Einkommens des Befragten überstiegen). Der Ausschluss von Ausreißern führte dazu, dass der höchste WTA-Wert, der in die Berechnungen einging, 3 200 Euro betrug.

62 Wir bedanken uns bei Steffen Rätzel und Joachim Weimann für das Zur-Verfügung-Stellen dieser Werte.

63 Eine zu Beginn der WM in Zusammenarbeit mit Infratest Sozialforschung durchgeführte Telefonumfrage bestätigt die Größenordnung der Ergebnisse – unterstreicht aber auch eindrucksvoll deren sehr große Fragilität. Gefragt wurde: "Stellen Sie sich vor, die deutsche Nationalmannschaft steht im Endspiel der WM. Ein Freund hat für Sie eine Wette abgeschlossen, um Sie im Falle einer Niederlage der deutschen Mannschaft mit dem Gewinn aus der Wette zu "trösten". Die Wette lautet nämlich, dass Deutschland verliert. Dann bekommen Sie also den Wett-Gewinn ausgezahlt. Ab welcher Gewinnhöhe wäre es Ihnen lieber, dass Deutschland verliert statt Weltmeister zu werden? Antwortvorgaben: (1) Ist mir egal. (2) Ab einem Betrag von ____ Euro wäre es mir lieber, diesen Wettgewinn zu erhalten anstatt das die deutsche Mannschaft Weltmeister wird". In dieser Erhebung bei 500 Personen (also einer sehr kleinen Stichprobe, die jedoch immerhin größer ist als die Stichprobe von Rätzel und Weimann) am 13. Juni 2006 (also nach den ersten Erfolgen des DFB-Trams) beträgt der Median Null, d. h. gemessen daran würde keinerlei aggregierte Zahlungsbereitschaft errechnet (dies liegt daran dass etwa zwei Drittel der Befragten angeben, dass ihnen das Ergebnis der WM „egal“ sei !). Aufgrund von ganz wenigen extrem positiven Ausreißern bei dem Drittel, dem der Erfolg des DFB-Teams etwas wert ist, wäre die Punktschätzung der aggregierten Zahlungsbereitschaft auf Basis des arithmetischen Mittels und hochgerechnet auf die Gesamtbevölkerung im dreistelligen Milliardenbereich völlig ungläubwürdig hoch (was aufgrund des fallzahlbedingt großen Zufallsfehlers allerdings auch nicht überbewertet werden darf). Bereinigt man die Original-Werte um Ausreißer kann man – je nach Methode – von der Größenordnung her dieselben aggregierten Werte wie Rätzel und Weimann berechnen. Die Autoren bedanken sich bei Bernhard von Rosenblatt für die Durchführung dieser Umfrage im Rahmen einer laufenden Infratest-Telefonerhebung.

Zu bedenken ist insbesondere, dass dem „virtuellen“ Wohlfahrtsgewinn reale, aus den TV-Gebühren gedeckte Kosten für die TV-Übertragungen in Höhe von etwa 230 Mill. Euro gegenüber stehen.⁶⁴ Auch unter Berücksichtigung von Werbeeinnahmen und einem eventuellen Verkauf von Zweitverwertungsrechten dürften ARD und ZDF Gebührengelder in dreistelliger Millionenhöhe aufwenden.

6 Fazit

Obwohl man zu dem Ergebnis kommen muss, dass von der WM kurzfristige keinerlei nennenswerten positiven gesamtwirtschaftlichen Effekte ausgegangen sind, hatte dieses sportlich-kulturelle „Event“ eine positive gesellschaftspolitische Bedeutung, die durchaus zu Recht vom DFB bei seiner Bewerbung herausgestellt wurde. Zwar sollte man – wie ökonomische Abschätzungen zeigen – auch den „Spaßwert“ des Ereignisses selbst nicht überschätzen. Aber eine Fußball WM ist trotz aller Kritik an der dadurch verbundenen Kommerzialisierung des Sports ein Teil der weltweiten Völkerverständigung. Und eine solche Veranstaltung bietet einem Land die Chance, sich nach außen hin positiv darzustellen. Und eine überzeugende Außendarstellung ist Deutschland mit der Fußball-WM gewiss gelungen.

Die spezifischen Erwartungen, die vor der WM in Deutschland geäußert wurden, haben sich freilich alle nicht erfüllt. Der sportliche Auftritt des DFB-Teams war kein Desaster; insofern haben sich erfreulicherweise die negativen Erwartungen nicht realisiert. Aber auch der kurzfristige wirtschaftliche Impact, den viele sich erhofft und herbeigeredet hatten, trat nicht ein; insofern haben sich leider auch die positiven Erwartungen – für professionelle Ökonomen nicht überraschend – nicht erfüllt.

Von der in Deutschland 2006 ausgetragenen Fußball-WM sind erwartungsgemäß⁶⁵ keine nennenswerten konjunkturellen Impulse ausgegangen.⁶⁶ Zwar kamen ausländische Besucher, die

64 Die genauen Kosten, ebenso wie die Re-Finanzierung durch WM-bedingte zusätzliche Werbeeinnahmen, sind öffentlich nicht bekannt, vgl. z. B. Matthias Kurp: ARD & ZDF kaufen TV-Rechte für WM 2006. www.medienmaerkte.de/artikel/free/041705_fussball_wm.html.

65 Vgl. Karl Brenke und Gert G. Wagner: Fußball-Weltmeisterschaft in Deutschland: Ein wichtiges sportliches und kulturelles Ereignis – aber ohne nennenswerte gesamtwirtschaftliche Auswirkungen. In: Wochenbericht des DIW, Nr. 20/2006, S. 301–310.

66 Matheson, a.a.O., S. 21, fasst seinen Überblick so zusammen: „While most sport boosters claim that mega-events provide host cities with large economic returns, these same boosters present these figures as justification for

sonst nicht gekommen wären, aber die ökonomischen Wirkungen ihrer Ausgaben waren nicht so groß, dass sie konjunkturell spürbar waren. Dasselbe gilt für die in Vorfeld getätigten, über Jahre verteilten Investitionen. Vielleicht wurden im Zusammenhang mit der Fußball-WM hierzulande verstärkt Elektro- und Sportartikel gekauft. An den Einzelhandelsumsätzen ist aber nicht zu erkennen, dass vermehrt Waren nachgefragt wurden. Einen Anstieg des privaten Konsums hat es jedenfalls zur Zeit der WM nicht gegeben.

Dass die durch die Fußball-WM im Land erzeugte positive Stimmung sich so auf das Verbraucherverhalten übertragen hätte, dass dadurch eine Expansion beim privaten Verbrauch ausgelöst wurde, die den bisher vom Warenexport getragenen wirtschaftlichen Aufschwung in Deutschland unterstützt hätte, ist aus den verfügbaren Daten nicht erkennbar. Die Erfahrungen anderer Länder sprechen auch nicht für die Beeinflussung *wirtschaftlicher* Erwartungen und Entscheidungen durch eine Fußball-WM. Freilich: die WM 2006 war gleichwohl ein Mosaikstein im Wandel der deutschen Industriegesellschaft hin zu einer Dienstleistungsgesellschaft, die weltweit auch von Events gekennzeichnet ist.

receiving substantial public subsidies for hosting the games. The vast majority of independent academic studies of mega-events show the benefits to be a fraction of those claimed by event organizers".