
Reise- und Konsummuster der Besucher von sportlichen Mega-Events. Zuschauerbefragungen zur Fußball-Weltmeisterschaft 2006

Holger Preuß¹ (Projektleiter), Markus Kurscheidt² & Norbert Schütte¹

¹Universität Mainz

²Ruhr-Universität Bochum

1 Zielstellung

Das Ausgabeverhalten von Besuchern von Sportgroßveranstaltungen ist ein anderes als das von Städte- oder Kulturtouristen. Außerdem unterscheiden sich die Eventtouristen verschiedener Sportveranstaltungen hinsichtlich ihres Konsumverhaltens sowie ihres Sozial- und Reiseprofiles. Daher basieren alle bisher durchgeführten Vorhersagen und Berechnungen zu den wirtschaftlichen Auswirkungen der FIFA Fußball-WM 2006 auf Schätzungen, die nicht empirisch abgesichert sind.

Ziel dieser Studie ist es, die gesamtwirtschaftliche Wirkung der FIFA Fußball-WM 2006 ex-post auf der Grundlage einer umfangreichen Zuschauerbefragung genauer zu berechnen. Darüber hinaus wurden die Konsummuster, das Reiseverhalten und das Sozialprofil der WM-Besucher erhoben, um daraus letztlich allgemeine Aussagen zu Besuchern von Mega-Events in Deutschland ableiten zu können.

Die forschungsleitenden Fragen sind unter anderem:

- Welches Sozialprofil hatten die in- und ausländischen Besucher der FIFA Fußball-WM 2006 (in den Stadien und auf den Fan-Festen)?
- Wie viele Tage, mit wem und wie lange reisten die Besucher der FIFA Fußball-WM 2006 während und nach der WM innerhalb Deutschlands?
- Welche Konsummuster hatten die Besucher (Inländer und Ausländer) der FIFA Fußball-WM 2006, also wofür gaben sie wie viel Geld aus?
- Welche gesamtwirtschaftlichen Auswirkungen (z. B. auf das Bruttoinlandsprodukt, die Beschäftigung oder Steuerrückflüsse) hat eine Region (ein Spielort) bzw. Deutschland durch die FIFA Fußball-WM 2006 erfahren?

2 Methode

Die Datenerhebung umfasste 18 Hauptbefragungen vor und in den Stadien (47,4 % aller Fälle), 15 Hauptbefragungen auf Fan-Festen (29,8 %), zehn Spezialbefragungen, bei denen es um methodische Fragen oder die Befragung ausgewählter Nationalitäten ging (19,2 %), und eine kleine Residualgruppe (3,6 %). Die Befragung erstreckte sich auf elf

der zwölf WM-Städte. Die Auswahl der Befragungsorte und Zeitpunkte erfolgte nach einem komplexen theoriegeleiteten System, welches die Attraktivität der Spiele, deren Zeitpunkt im Turnier und am Tag, den Standort, die Nationalitäten der spielenden Mannschaften etc. berücksichtigte.

Insgesamt wurden N=9.456 Besucher interviewt, darunter 59,4 % inländische (25,1 % Fan-Feste / 34,4 % Stadion) und 40,6 % ausländische Besucher (15,8 % Fan-Feste / 24,7 % Stadion).

Der Fragebogen lag auf Deutsch, Englisch, Französisch, Spanisch und Portugiesisch vor. Er umfasste 18 Fragen, aus denen ca. 150 auszuwertende Variablen hervorgingen.

Daneben wurden noch eine Reihe anderer Methoden eingesetzt, die die Hauptbefragung hinsichtlich Details ergänzen und deren Repräsentativität überprüfen sollten.

Außerdem werden in der Auswertung vier weitere Befragungen herangezogen, die mit dem gleichen standardisierten Erhebungsdesign durchgeführt wurden. Die Besucherstrukturen der FIFA-Fußball WM 2006 sollen mit denen der folgenden vier Events verglichen werden: Fußballturnier bei den Olympischen Spielen von Athen 2004 (n=2.615), Fußball Confederations Cup 2005 in Deutschland (n=2.422), Hockeyweltmeisterschaft in Deutschland 2006 (n=848) und Commonwealth Games 2002 in Manchester (n=1.196).

Nachdem die Reise- und Konsummuster der Besucher ermittelt wurden, können diese für die gesamte WM anhand von Stadionbelegung und von Schätzungen für den Besuch der Fan-Feste hochgerechnet werden. Anschließend werden Verdrängungseffekte und Besuchertypen, die keine zusätzlichen wirtschaftlichen Primärimpulse auslösen, abgezogen. Das Ergebnis, der konsumtive Primärimpuls, bildet die Grundlage für eine Modellrechnung mit dem gesamtwirtschaftlichen Modell INFORGE (SDM = Sektorales Disaggregiertes Modell), welches sportspezifische Verflechtungsbeziehungen mit allen Bereichen der Volkswirtschaft im Detail auf der Branchenebene abbildet. Das Modell basiert auf den Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen (VGR) des Statistischen Bundesamtes – es berücksichtigt insbesondere das Kontensystem der VGR und die Input-Output-Rechnung. Die Berechnungen mit dem ökonomischen Simulations- und Prognosemodell SPORT werden unabhängig von den Autoren dieser Studie von G. Ahlert von der Gesellschaft für Wirtschaftliche Strukturforchung mbH (GWS mbH) in Osnabrück durchgeführt.

3 Ergebnisse

Das Projekt befindet sich in der Auswertungsphase, aber es liegen bereits erste Ergebnisse vor. Die vermutlich größte „Überraschung“ dieser Fußball-WM stellten die Fan-Feste dar, die in ihrer Größe, ihrer Qualität und auch ökonomischen Bedeutung so nicht vorhersehbar waren. Als Fan-Fest werden die großen öffentlichen Veranstaltungen in den zwölf Austragungsstädten der WM bezeichnet, die trotz großer konzeptioneller Unterschiede das „Public Viewing“ als Kernveranstaltung hatten – also das gemeinsame Zuschauen der Spiele auf einer Großbildleinwand. Der Erfolg dieser Veranstaltungen war so groß, dass die Kapazitäten während der Weltmeisterschaft oft noch erheblich ausgeweitet werden mussten. Die Besucher, die nur Fan-Feste besuchten, unterschieden sich von denen, die in's Stadion gingen. Dabei gab es nur wenige, die nur das Stadion besuchten und auf kein Fest gegangen sind. Gemeinsam war den Fan-Festen mit den Spielen in den Stadien, dass sie Publikumsmagneten für Inländer und Ausländer waren. Für die hier vorliegende ökonomische Analyse ist dabei ein Inländer eine Person mit Wohnsitz in Deutschland und ein Ausländer entsprechend eine Person mit Wohnsitz außerhalb Deutschlands. Die Nationalität spielt dabei keine Rolle. Selbst Fan-Feste wurden nicht nur von Personen besucht, die am Ort wohnen bzw. sich gerade in der Nähe aufhielten, sondern sie waren auch ein Reisegrund. So war auf den Fan-Festen ein erheblicher Anteil ausländischer Besucher, die für ihren gesamten Aufenthalt bei der WM keine Eintrittskarten hatten. Im Durchschnitt besaßen die Stadion-Besucher 2,9 Eintrittskarten, wobei es keinen signifikanten Unterschied zwischen inländischen und ausländischen Besuchern gab. Auch die Inländer reisten – bedingt durch das Ticketvergabesystem – erheblich durch Deutschland: Die Inländer übernachteten durchschnittlich 6,4 Tage nicht zu Hause, denn sie besuchten – durchaus verschiedene – Fan-Feste in Deutschland. Karteninhaber waren im arithmetischen Mittel sogar 8,8 Tage unterwegs. Ausländische Besucher hielten sich durchschnittlich ca. elf Tage in Deutschland auf. Die WM beeinflusste auch die Urlaubsplanungen vieler Inländer: 6,5 % der inländischen Besucher der WM verzichteten auf ihren Urlaub und 8,2 % verlegten ihren Urlaub auf einen anderen Zeitpunkt im Jahr.

Die WM-Spiele wurden vor allem mit Freunden und Familie besucht: Die Besucher sind zu 34 % mit Familienmitgliedern ins Stadion gekommen und 63 % mit Freunden. Weniger als 6 % kamen allein in die Stadien. Insgesamt hatten 13,5 % der Besucher Begleiter mitgebracht, die nicht mit im Stadion bzw. beim Fan-Fest waren, d. h. die Gruppe der durch die WM induzierten Touristen ist größer als die der tatsächlichen Stadionbesucher. Dabei erwiesen sich gerade die Fan-Feste als attraktiv für Frauen: Auf den Fan-Festen waren fast doppelt so viele inländische Frauen (44 %) anwesend wie in den Stadien (23 %). Die Veranstaltungen zogen vor allem junge Menschen an. Im Stadion lag dabei das Durchschnittsalter der Besucher (34 Jahre) signifikant höher als bei den Fan-Festen (31 Jahre).

Insgesamt waren die Besucher der WM aber jünger als die Bürger von Industrieländern (37 Jahre im Durchschnitt).

In die Stadien kamen vor allem Besucher mit hohem Bildungsniveau: 71 % der Besucher der Stadien hatten wenigstens Abitur, 47 % sogar einen universitären Abschluss. Das Einkommensniveau der Inländer auf den Fan-Festen war signifikant niedriger als das der Stadionbesucher. Das Einkommen der ausländischen Besucher ist wiederum signifikant höher als das der Inländer.

Um die ökonomische Wirkung der WM berechnen zu können, mussten die Konsummuster der einzelnen Besuchergruppen ermittelt werden. So wurde gefragt, wie viel Geld für Eintritte, für Essen und Trinken, für die Anreise zum Stadion, für Einkäufe oder ggf. für Übernachtungen ausgegeben wurde. Im Ergebnis zeigten sich kaum einheitliche Muster, sondern eine große Heterogenität, was die Höhe der Ausgaben und auch die Verteilung auf die verschiedenen Ausgabenposten anbelangt. Deutlich ist aber, dass sich der Konsum von Besuchern der Fan Feste und der Stadien unterscheidet. Betrachtet man die Ausgaben der Inländer und der Ausländer, so zeigt sich, dass diese im Schnitt signifikant differieren: Die Inländer geben am wenigsten aus, dann folgen die Ausländer aus den Nachbarstaaten, dann die übrigen europäischen Nachbarn, und am meisten geben Personen von außerhalb Europas aus.

Bei der Berechnung des volkswirtschaftlichen Nutzens können jedoch nicht alle Besucher berücksichtigt werden. So sind nicht nur die Bewohner, die anlässlich der WM zu Hause geblieben sind und auf einen Urlaub verzichten (Importsubstitution), hinzuzuzählen, sondern auch alle ausländischen Besucher abzuziehen, die angaben, auch ohne die WM in diesem oder im nächsten Jahr Deutschland zu besuchen. Dies sind immerhin 10 % der gesamten WM-Besucher.

4 Ausblick

Für eine vertiefte Diskussion der Ergebnisse ist die Auswertung noch nicht weit genug fortgeschritten.

Der nächste Schritt wird eine detaillierte Auswertung der Stichprobe sein, um Profile der Besucher aufzustellen und ihre Reise- und Konsummuster zu bestimmen. Anschließend werden die Reise- und Konsummuster zunächst auf ihre interne Varianz (Unterschiede innerhalb der Daten) und dann auf ihre externe Varianz (Vergleich mit anderen Großsportevents) hin untersucht. Es folgt der Versuch der Identifizierung möglicher Ursachen für die Unterschiede, also der Versuch, die Konsummuster anhand von vermuteten Faktoren zu erklären. Zum Schluss werden die Ergebnisse für die gesamte WM anhand von

Stadionbelegung und von Schätzungen für den Besuch der Fan-Feste hochgerechnet. Nach Abzug von Verdrängungseffekten steht eine Datengrundlage zur Verfügung, auf deren Basis eine Modellrechnung mit dem gesamtwirtschaftlichen Modell INFORGE durchgeführt werden kann. Das Modell ist in der Lage, sportspezifische Verflechtungsbeziehungen mit allen Bereichen der Volkswirtschaft im Detail auf der Branchenebene abzubilden. Damit ist es möglich die Auswirkung der Konsumausgaben der WM-Besucher z. B. auf das Bruttoinlandsprodukt zu bestimmen sowie die Beschäftigungs- und Steuerwirkungen zu errechnen.

