
Analyse der Wirtschaftlichkeit der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft Deutschland 2006™ in Nürnberg

Pressekonferenz



Projektbetreuung:

Dipl.-Kfm. Florian Gierke
Dipl.-Kfm. Stephan Stubner

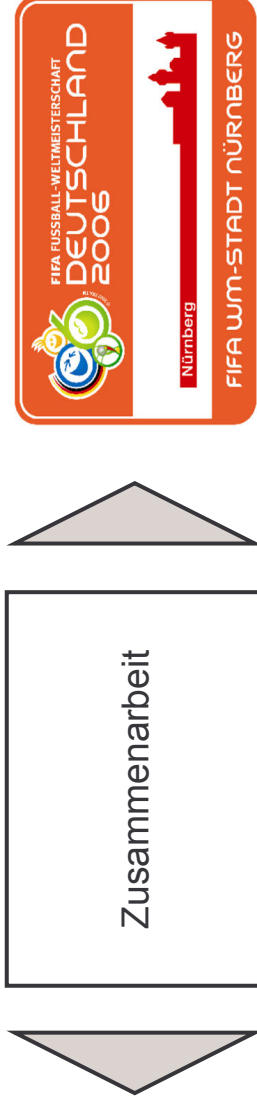
Projektteam:

Katrin Flad
Tina Kleehaupt
Christian Lambertz
Martin Lochner
Sebastian Mauch
Anne-Theresa Meier
Matthias Rauh

Der Lehrstuhl für Unternehmensführung hat in Kooperation mit der Stadt Nürnberg die Wirtschaftlichkeit der WM 2006™ analysiert

Zusammenarbeit des Lehrstuhls für Unternehmensführung und der Stadt Nürnberg

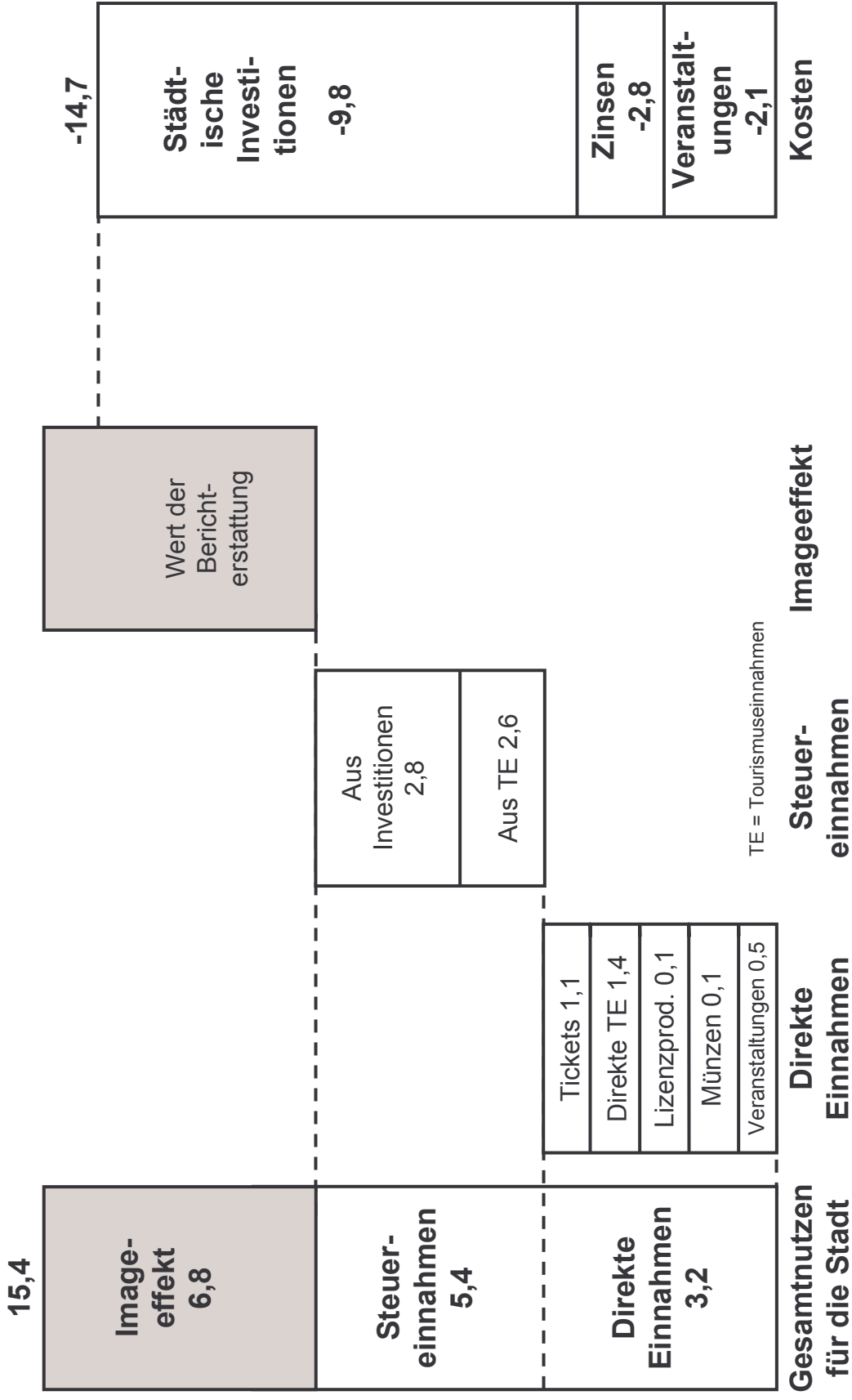
Lehrstuhl für
Unternehmensführung
Prof. Harald Hungenberg



Wirtschaftlichkeit der
FIFA Fußball-
Weltmeisterschaft
Deutschland 2006™
für die Stadt Nürnberg

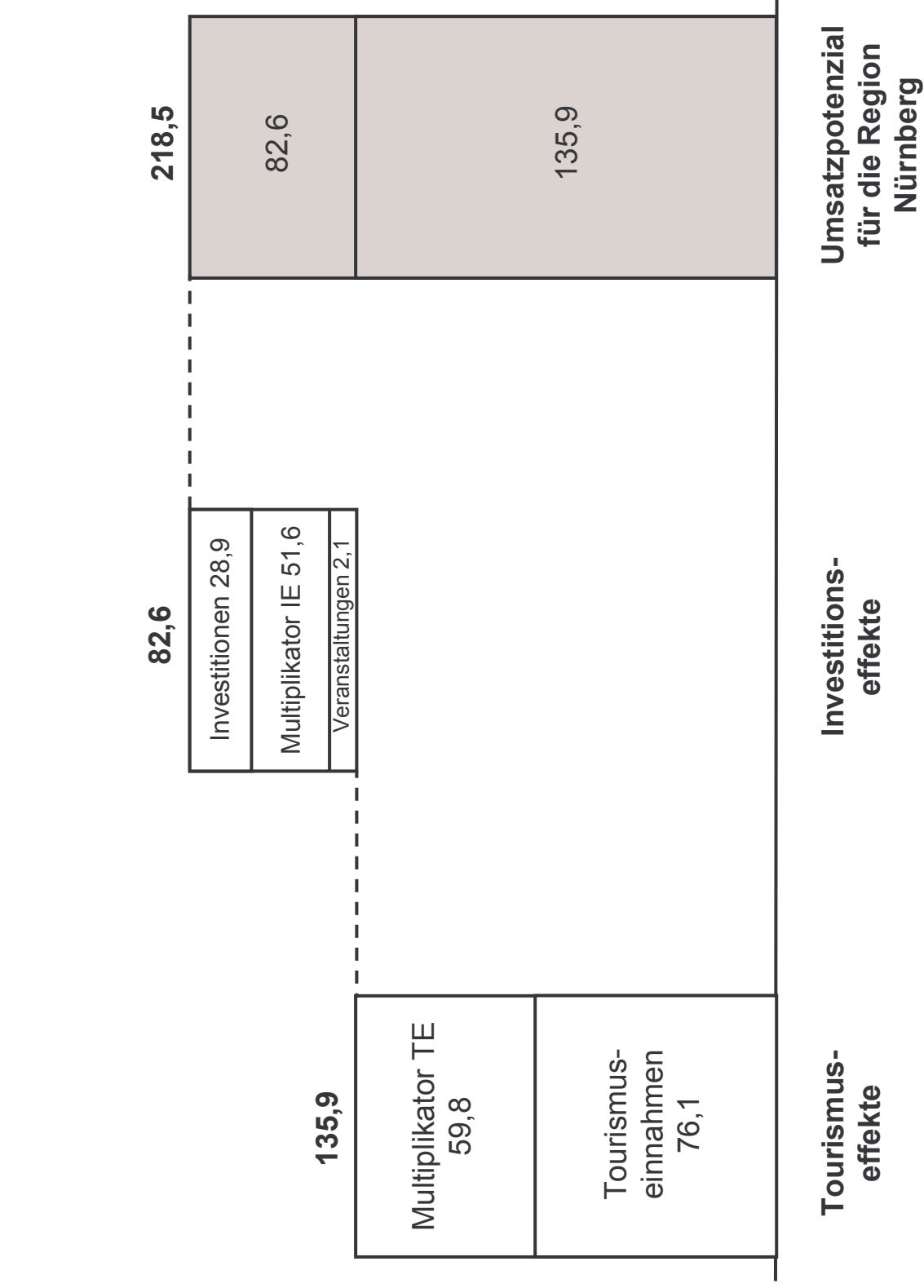
Zwar überwiegt der Nutzen der WM 2006™, jedoch entsteht durch sie für die Stadt Nürnberg auch ein erheblicher Aufwand

Diskontierte Ergebnisse in Mio. Euro bis zum Jahr 2015



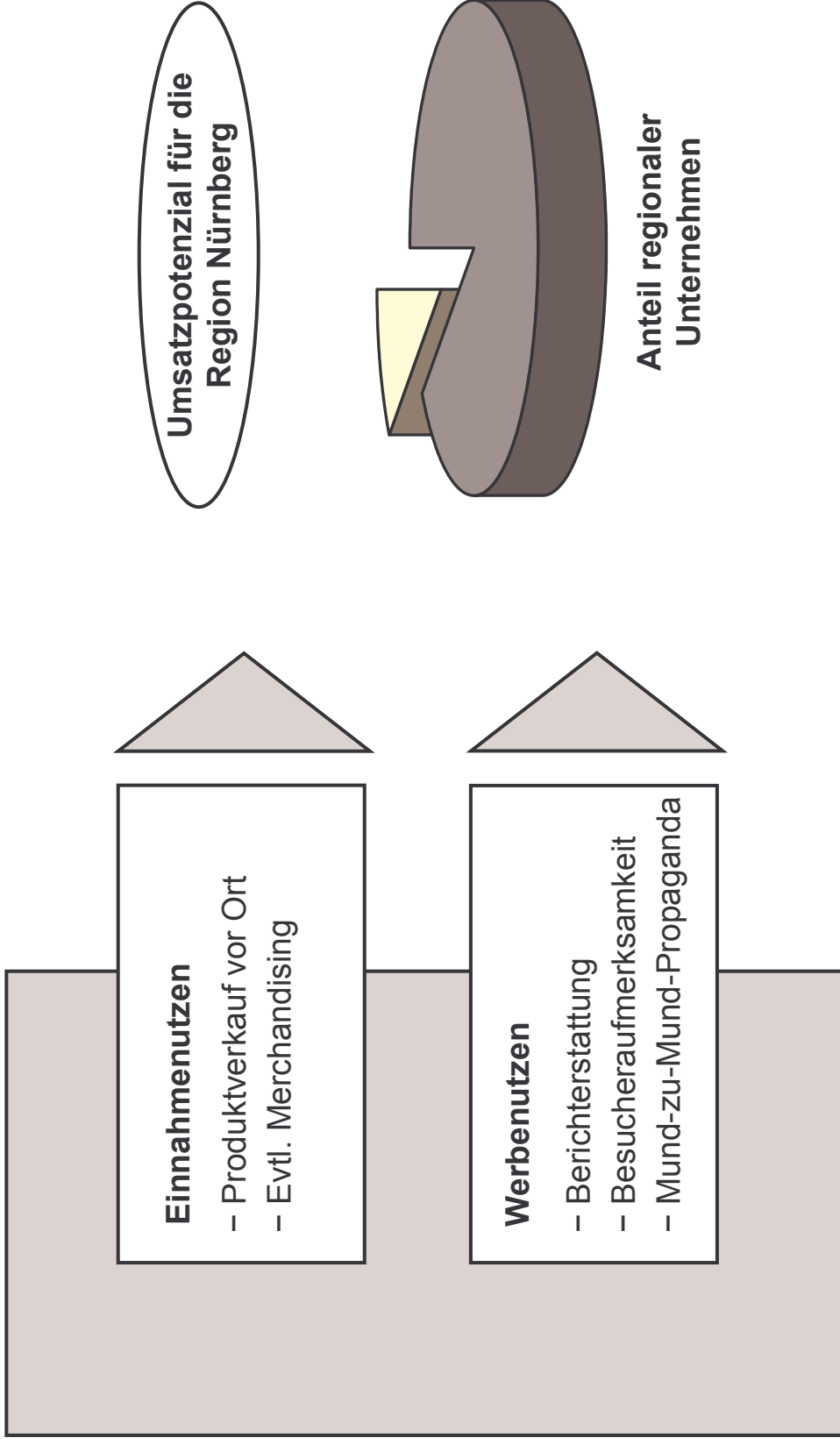
Durch ihren Aufwand schafft die Stadt ein hohes Umsatzpotenzial für die Region Nürnberg

Diskontiertes Umsatzpotenzial in Mio. Euro bis zum Jahr 2015



Regionale Unternehmen können ihren Anteil an dem Umsatzpotenzial durch eine Beteiligung am städtischen Konzept maximieren

Nutzen für die Unternehmen durch Sponsorenbeteiligung am städtischen Konzept



Die Analyse der Wirtschaftlichkeit der WM 2006™ in Nürnberg hat eine Reihe verschiedener Ergebnisse gebracht

Zusammenfassung der Ergebnisse

- Die Stadt verwirklicht im Rahmen der WM 2006™ eine Vielzahl von Aktivitäten.
- Durch die WM 2006™ werden von 2005 bis 2008 ca. 550.000 zusätzliche Besucher in Nürnberg erwartet.
- Durch die WM 2006™ entsteht für die Stadt ein Gesamtnutzen in Höhe von 15,4 Mio. €, dem jedoch ein Aufwand von 14,7 Mio. € gegenübersteht.
- Die Stadt kann aufgrund der weltweiten Medienpräsenz einen Imagegewinn im Wert von 6,8 Mio. € erzielen.
- Im Prognosezeitraum von 2004 bis 2015 wird für den Wirtschaftsstandort ein mögliches Umsatzpotenzial von 218,5 Mio. € geschaffen.
- Sponsoren können in besonderem Maße von diesem Umsatzpotenzial profitieren, wenn sie sich an den WM-Aktivitäten beteiligen.

Analyse der Wirtschaftlichkeit der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft Deutschland 2006™ in Nürnberg

Anhang



Projektbetreuung:

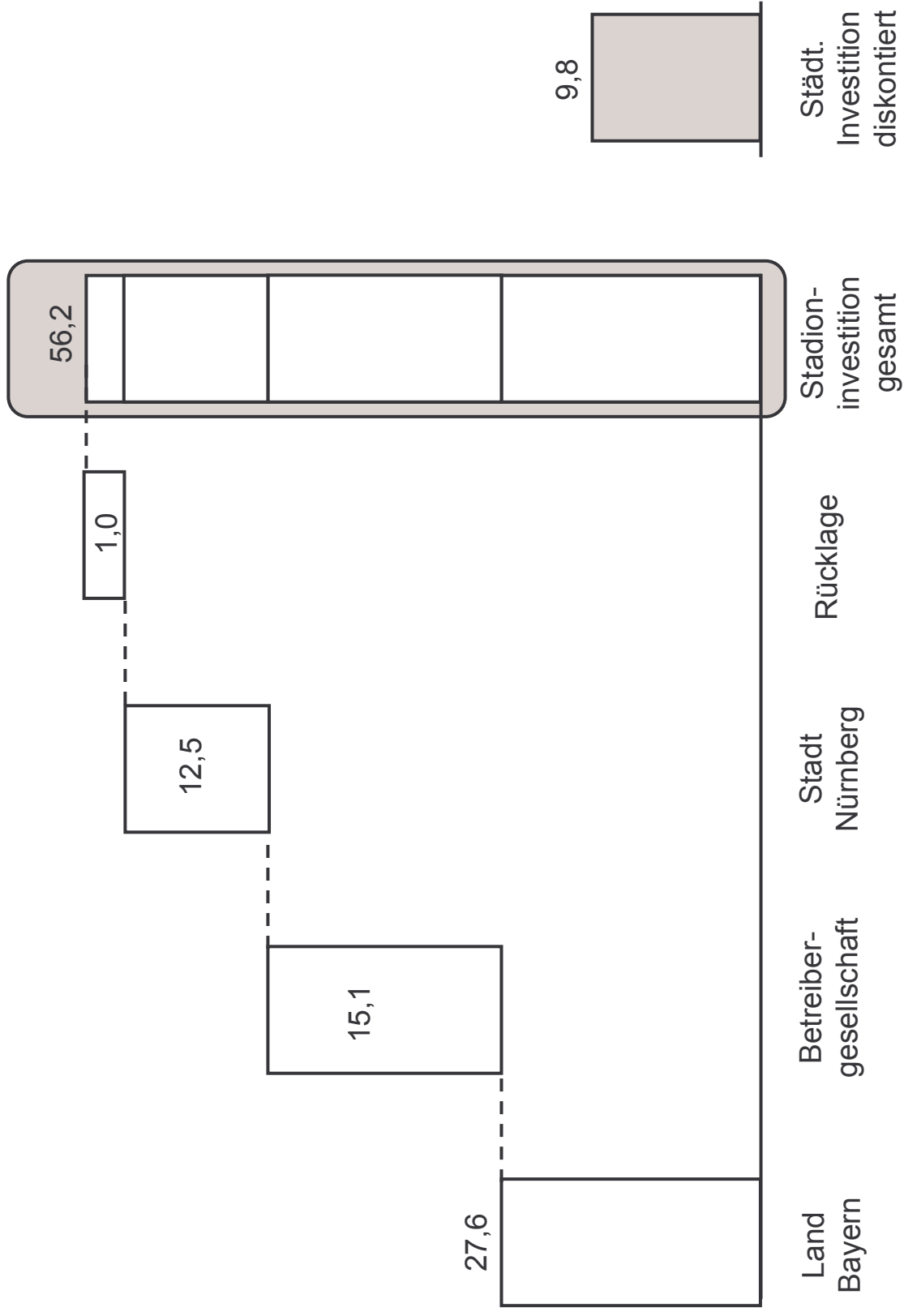
Dipl.-Kfm. Florian Gierke
Dipl.-Kfm. Stephan Stubner

Projektteam:

Katrin Flad
Tina Kleehaupt
Christian Lambertz
Martin Lochner
Sebastian Mauch
Anne-Theresa Meier
Matthias Rauh

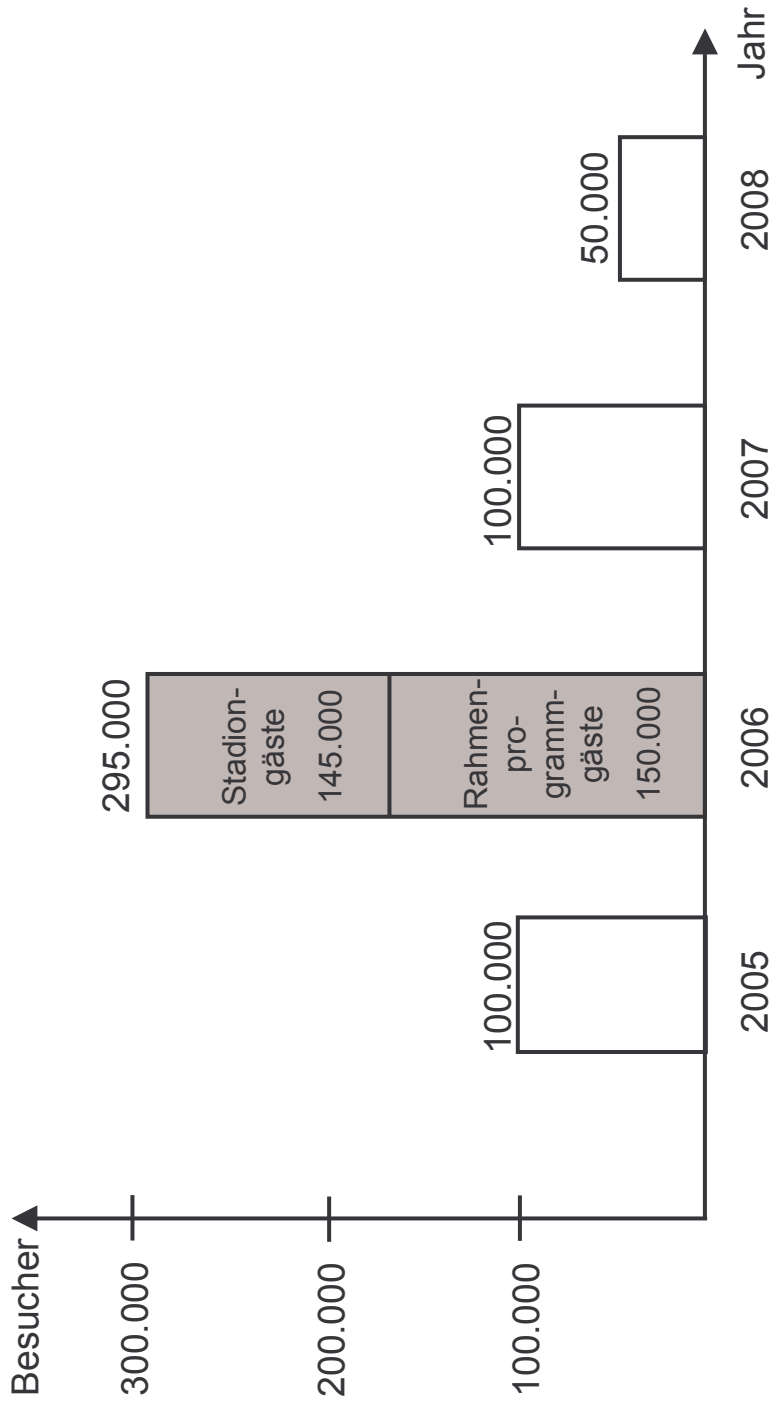
Die Finanzierung des Stadions wird von verschiedenen Quellen getragen

Lastenverteilung in Mio. Euro



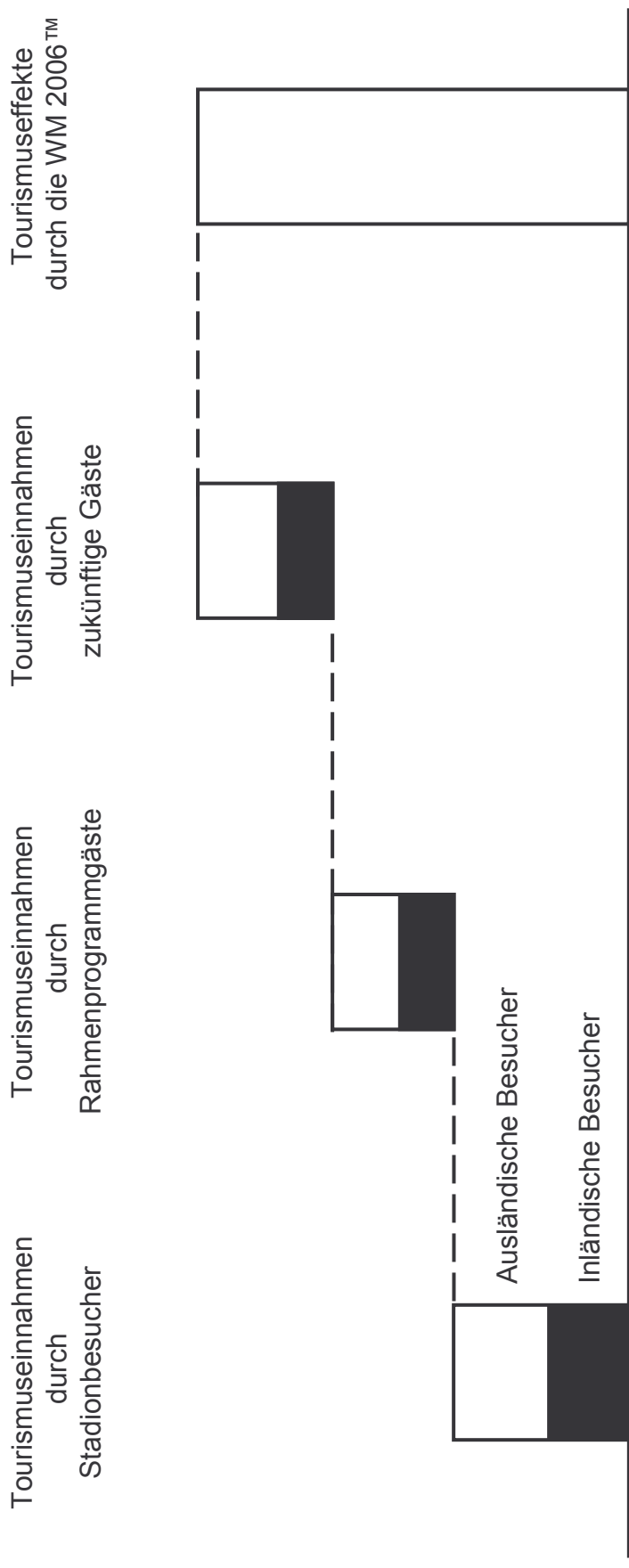
Die WM 2006™ verursacht nicht nur während, sondern auch vor und nach dem Event zusätzliche Besucherströme

Zusätzliche Besucher pro Jahr



Im Zusammenhang mit der WM 2006™ in Nürnberg werden zusätzliche Besucher die Tourismuseinnahmen erhöhen

Zusammensetzung der Tourismuseffekte



$$TE_{SB} + TE_{RB} + TE_{ZG} = TE$$

Durch die Stadionbesucher können Tourismuseinnahmen in Höhe von ungefähr 37 Mio. € erzielt werden

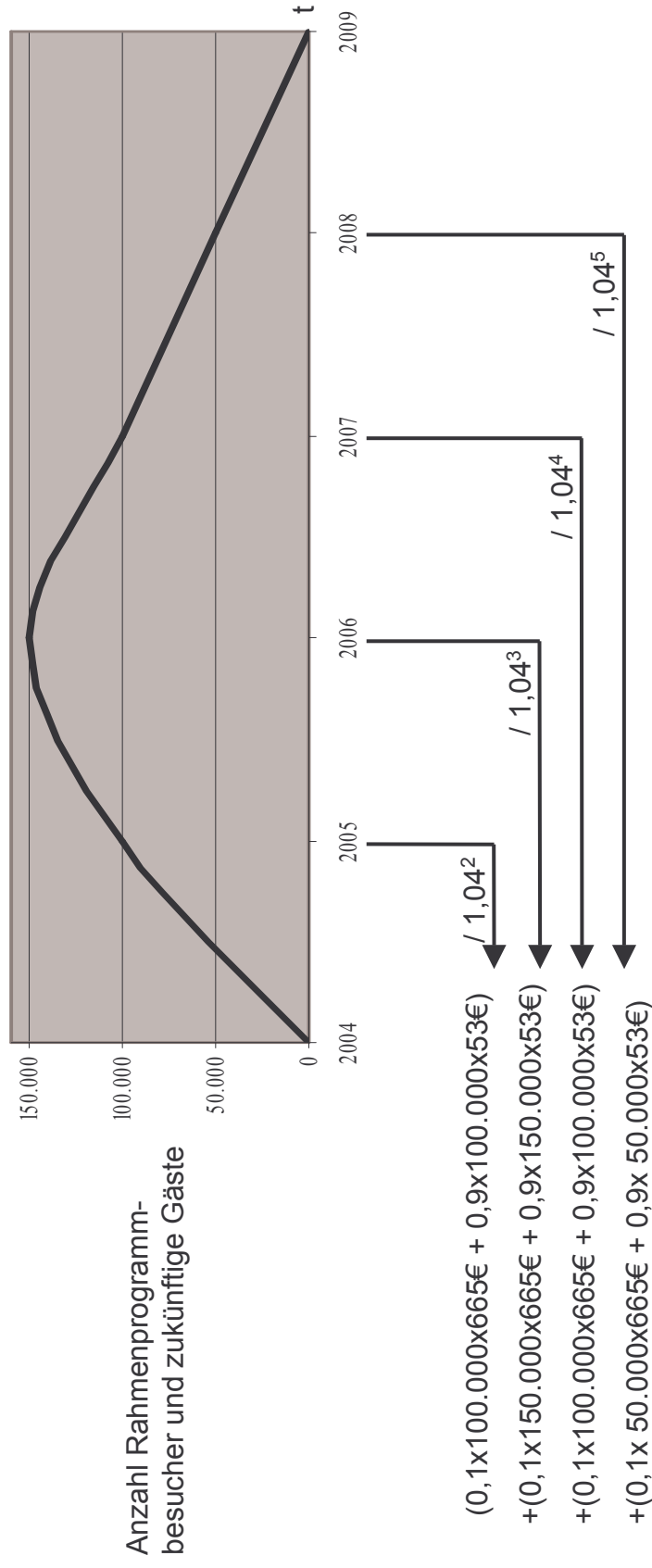
Berechnung der Tourismuseinnahmen

		Anteil je Besucherategorie x Spiele x Sitzplätze x Kapazitätsauslastung x ØAusgaben =			TE _{SB}						
Ausländische Besucher	0,3	x	5	x	43.469	x	0,83	x	665 €	=	35.989.072 €
Inländische Besucher	0,55	x	5	x	43.469	x	0,83	x	53 €	=	5.258.554 €
											41.247.626 €
											<u>Abzinsung auf 2004:</u>
											/1,04 ³ = 36.668.989 €
Rest (0,15)= Anteil Nürnberger unberücksichtigt, da gesamt- wirtschaftlich kein Effekt				Statistische Zahl anhand von Erfahrungswerten				Schätzung aller Ausgaben (z. B. Unterbringung, Verpflegung) pro Ticket			
<p>Tourismuseinnahmen (TE_{SB}) durch Stadionbesucher = 36.668.989 €</p>											

Quelle: Rahmann et al. (1998)

Das Rahmenprogramm und der höhere Bekanntheitsgrad können die Tourismuseinnahmen erhöhen

Tourismuseinnahmen im Zeitablauf



Tourismuseinnahmen durch Rahmenprogrammbesucher (RB) und zukünftige Gäste (ZG) = 40.242.007 €

Durch Multiplikatorwirkungen können die Tourismuseinnahmen zusätzlich erhöht werden

Wirkungsweise von Multiplikatoren am Beispiel Tourismus

Multiplikator: Ein Multiplikator kennzeichnet die Tatsache, dass durch zusätzliche Ausgaben eine Änderung in der Höhe des Volkseinkommens eintreten kann, die ein Mehrfaches der anfänglichen zusätzlichen Ausgaben ausmacht.

Beispiel: Ein Gastronom kann zusätzliche Erträge, die er durch die WM erzielt hat, mehr ausgeben. Dadurch entstehen anderen Unternehmen wiederum Einnahmen.

Berechnung: Multiplikatorwirkung $MW = \sum_{i=1}^{10} TE \cdot c^i$

Konsumneigung $c = 0,44$

Berechnung von c aus: Multiplikator $M = 1 / 1 - c$; $M = 1,8$

(Vgl. Weißbach, H. J. et al. (2003))

Tourismuseinnahmen (TE): 76.910.997 €

+

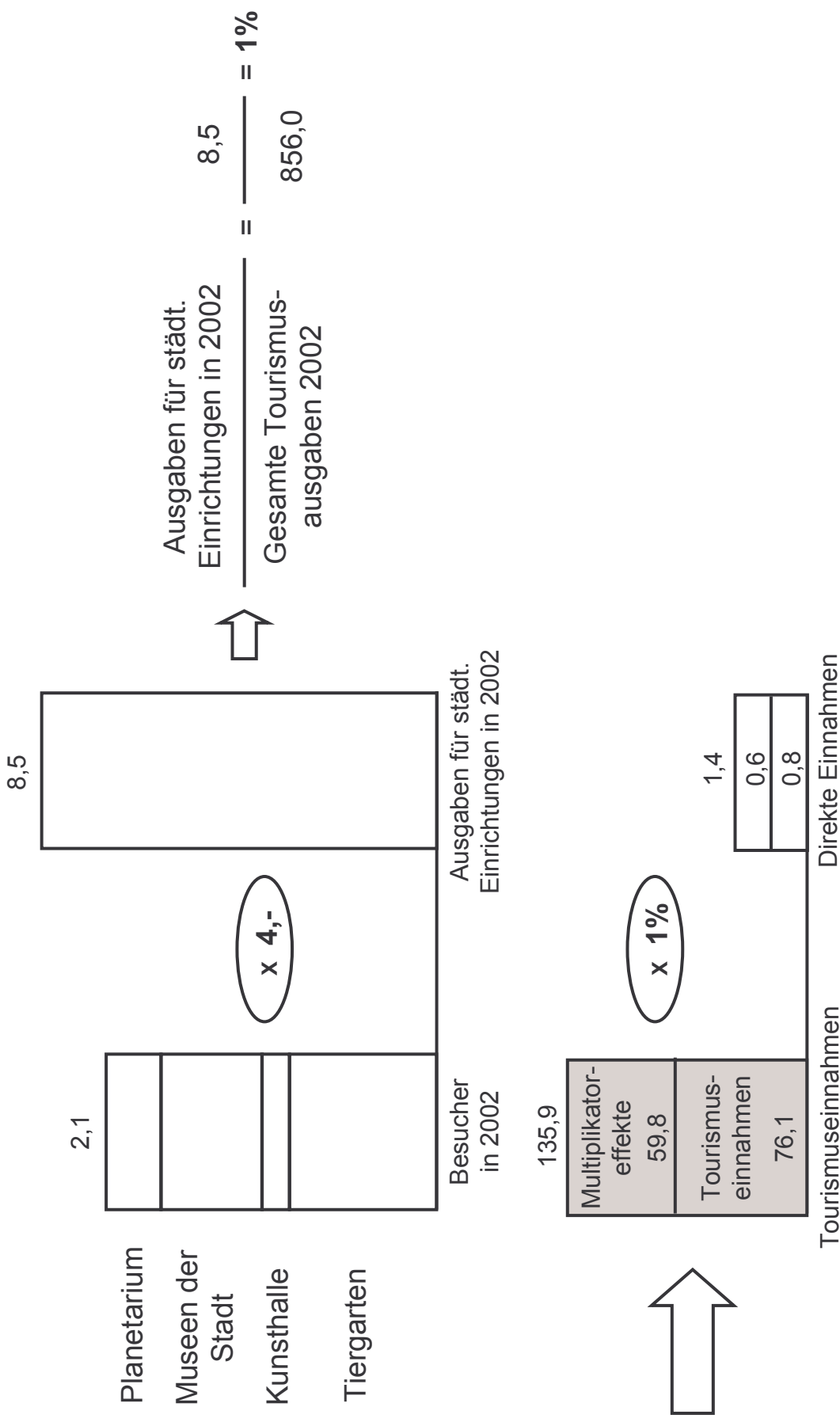
Multiplikatorwirkung (MW): 59.809.497 €

=

Tourismuseffekte 136.720.494 €

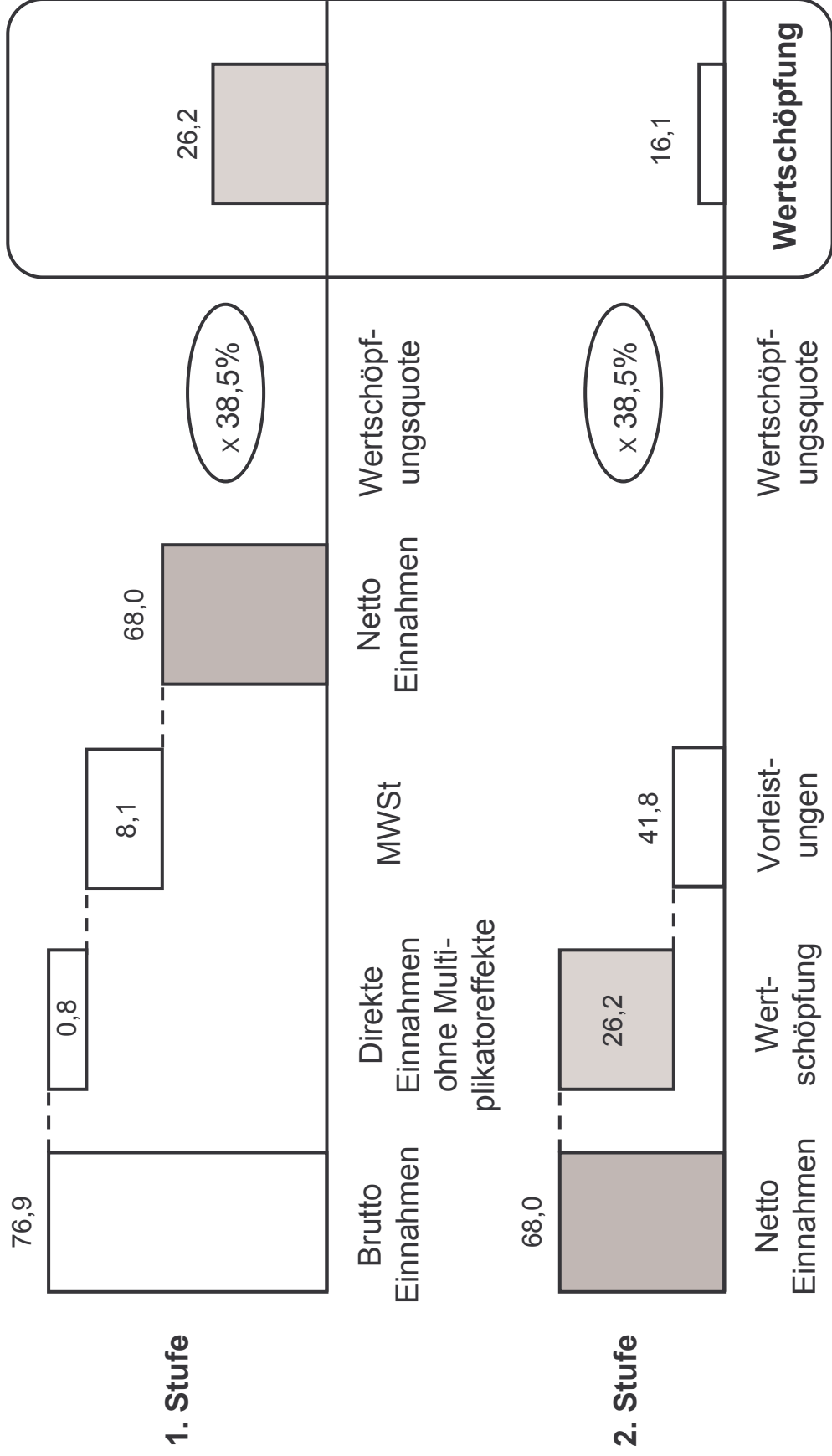
Die städtischen Einrichtungen tragen zum Erfolg der WM 2006™ bei

Berechnung der zusätzlichen direkten Einnahmen in Mio. bis zum Jahr 2015



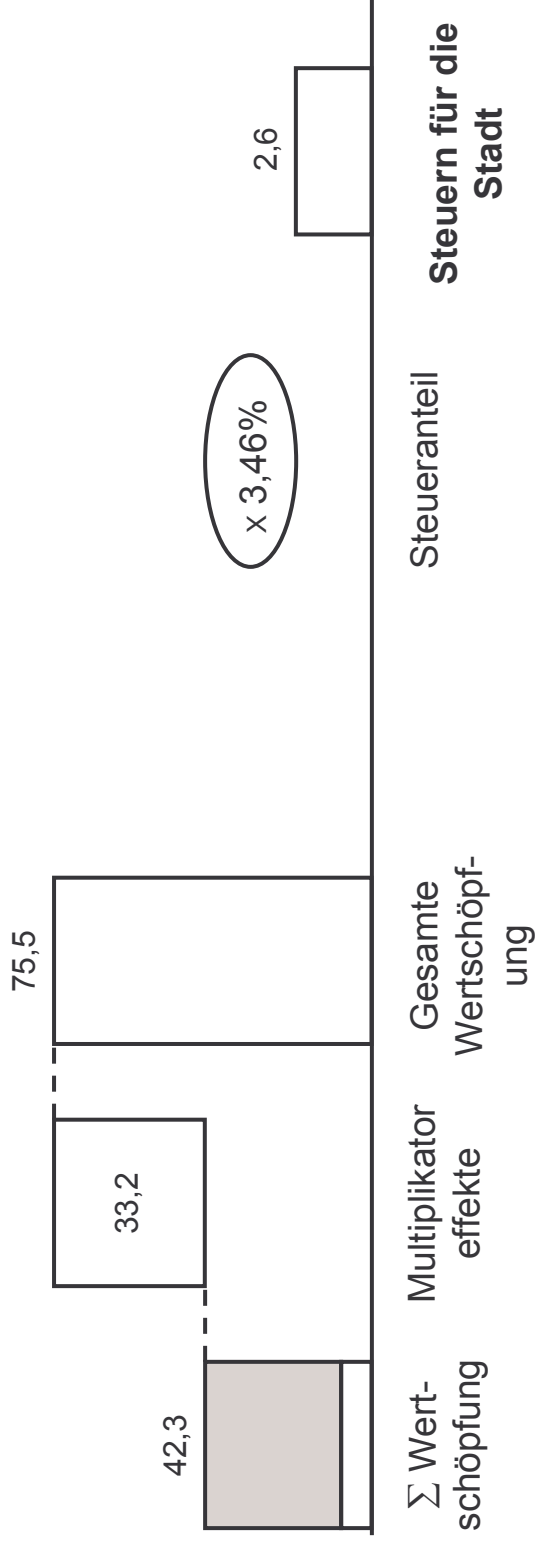
Die Wertschöpfung aus dem Tourismus wird in zwei Stufen ermittelt

Berechnung der Wertschöpfung – diskontierte Werte



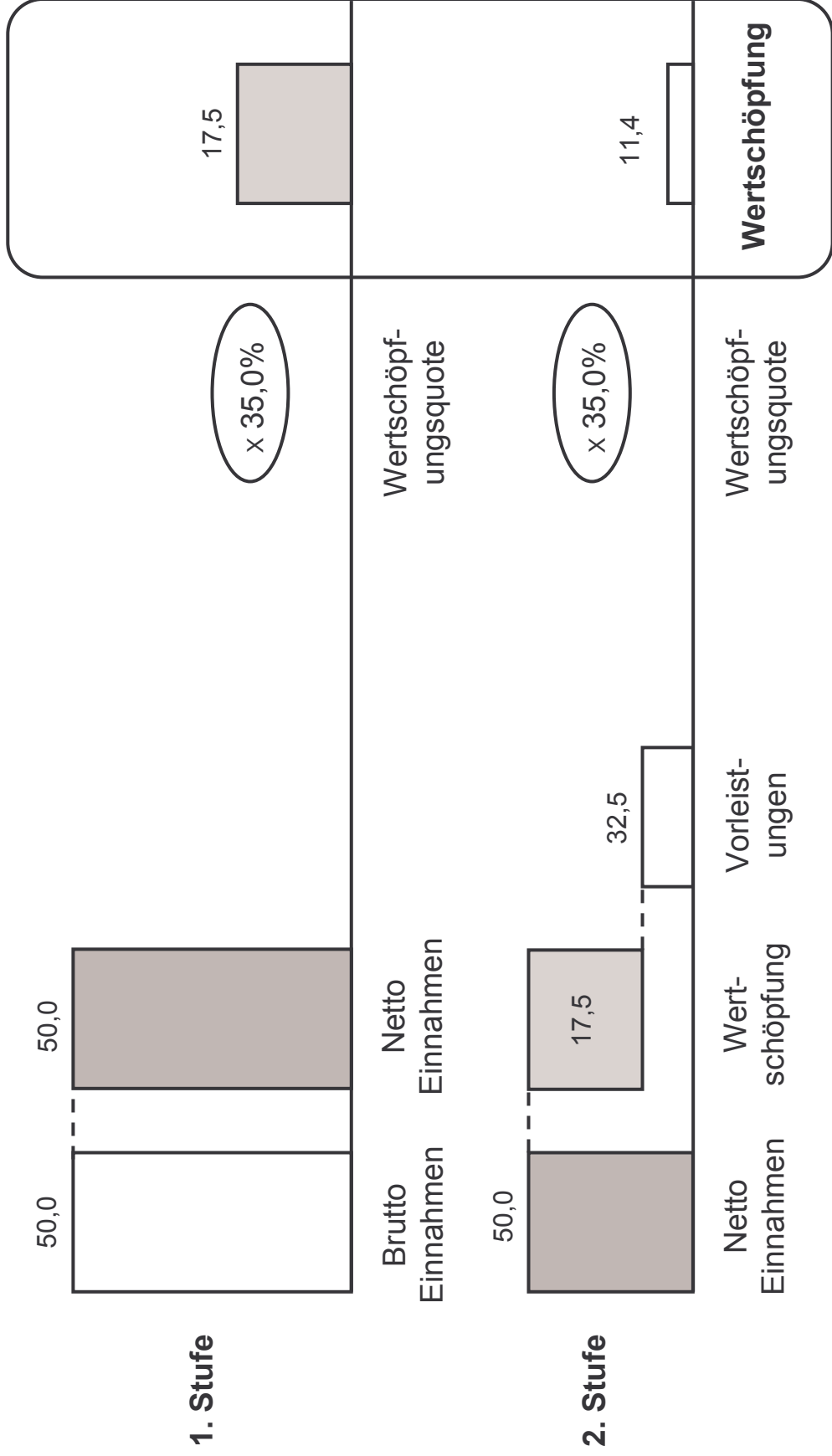
Der Steueranteil für die Stadt aus den Tourismuseinnahmen leitet sich aus der berechneten Wertschöpfung ab

Berechnung des Steueranteils - diskontierte Werte



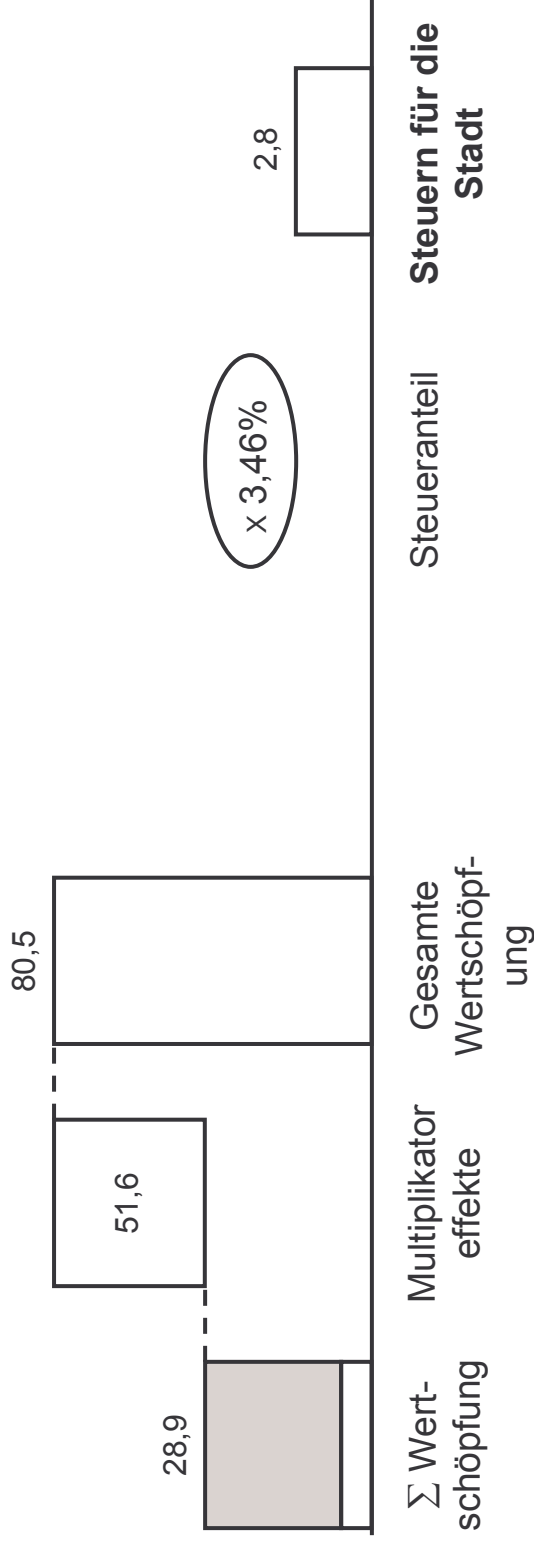
Die Wertschöpfung aus den Investitionen wird in zwei Stufen ermittelt

Berechnung der Wertschöpfung aus den Investitionen – diskontierte Werte



Der Steueranteil für die Stadt aus den Investitionen leitet sich aus der berechneten Wertschöpfung ab

Berechnung des Steueranteils aus den Investitionen - diskontierte Werte



Der direkte städtische Nutzen resultiert hauptsächlich aus dem Kunst und Kulturprogramm

Zusammensetzung der Einnahmen aus den Veranstaltungen in Euro

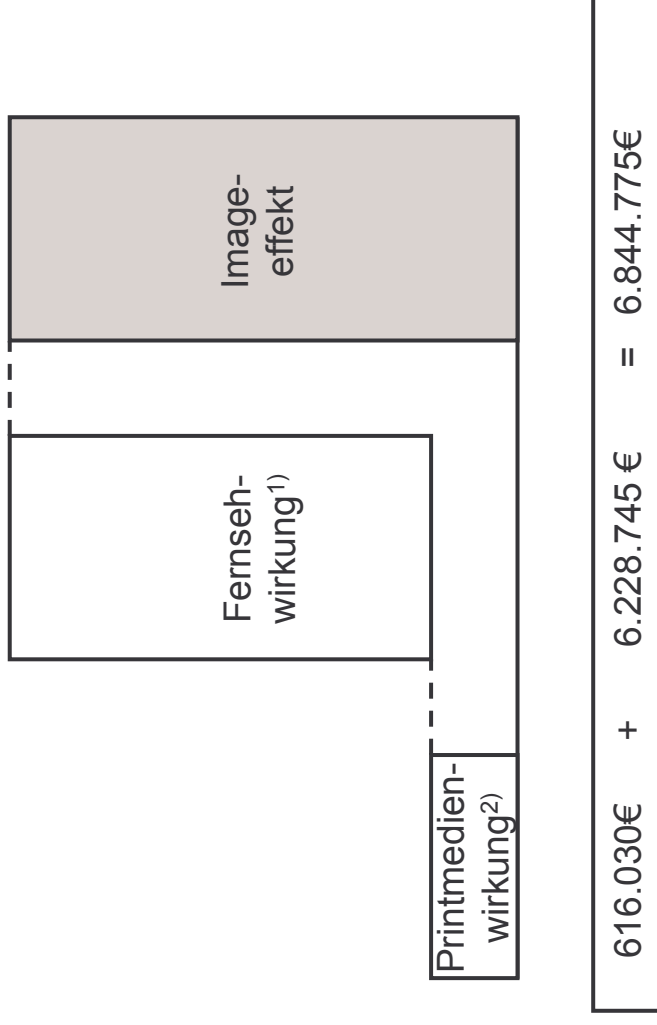
Nutzen aus beschlossenen Aktivitäten	
Kunst und Kultur	364.907
Verkehr	-
Jugend und Sport	-
Tourismus	-
Information	-

Nutzen aus geplanten Aktivitäten	
Summe geplante Aktivitäten	114.705

Einnahmen aus Veranstaltungen	
Summe der Einnahmen	479.612

Der Imageeffekt für die Stadt kann mittels der Äquivalenzanalyse berechnet werden

Imageberechnung als Wert der Berichterstattung – diskontierte Werte für das realistische Szenario



Legende:

1) = ØSendesekunden x Preis x Menge x 0,15*

2) = ØAnzeigenfläche x Preis x Menge x 0,15*

* 0,15, da in der Berichterstattung das Sportereignis und nicht die Stadt im Vordergrund steht (Vgl. Männig W.(2002))

Bei der Analyse der Wirtschaftlichkeit sind zahlreiche Vergleichstudien berücksichtigt worden

Quellenverzeichnis

- Hanusch, Jan**, Das Sportsatellitensystem, Diplomarbeit für die Prüfung für Diplom-Volkswirte, Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät der Universität Heidelberg 2003.
- Horn, Michael und Zemann, Christian**, Erfassung und Bewertung sozioökonomischer Wirkungen von Sportgroßveranstaltungen, In: Tourismus und Sport-Events. Hrsg.: Freyer, W.; Groß, S.. Dresden: FIT-Forschungsinstitut für Tourismus, 2002.
- Kurscheid, Markus**, Erfassung und Bewertung der wirtschaftlichen Effekte der Fussball-WM 2006™, Unabhängiges Wissenschaftliches Gutachten, Bochum 2004.
- Kurscheid, Markus**, Tourismuswirtschaft und Sport-Mega-Events: das Beispiel der Fussball-WM 2006, Bochum 2002.
- M.-P. Büch, W. Maennig, H.-J. Schulke (Hrsg.)**, Regional- und sportökonomische Aspekte von Sportgroßveranstaltungen, Wissenschaftliche Berichte und Materialien des Bundesinstituts für Sportwissenschaft, Band 11 2002.
- Maennig, Wolfgang und Feddersen, Anne**, Imageeffekte von Sportgroßveranstaltungen: Möglichkeiten und Grenzen der Messung, in: M.-P. Büch, W. Maennig, H.-J. Schulke, Regional- und sportökonomische Aspekte von Sportgroßveranstaltungen, Wissenschaftliche Berichte und Materialien des Bundesinstituts für Sportwissenschaft, Band 11 2002.

Bei der Analyse der Wirtschaftlichkeit sind zahlreiche Vergleichstudien berücksichtigt worden

Quellenverzeichnis, Fortsetzung

Maennig, Wolfgang, Zur regionalwirtschaftlichen Bedeutung der SCC-Läufe unter besonderer Berücksichtigung des real.- BERLIN-MARATHON, 2003.

o.V., FIFA-Weltpokal 2006, Pflichtenheft 1998.

o.V., Investitionskonferenz zur FIFA Fussball-WM 2006™, Wegweiser GmbH, Leipzig 2004.

Rahmann, Bernd, Sozio-Ökonomische Analyse der Fußball-WM 2006 in Deutschland, Sport und Buch Strauß, 1998.

Renner, Carsten, Kongresse und ihre regionalen Auswirkungen – dargestellt am Beispiel der Stadt Nürnberg, Freie Wissenschaftliche Arbeit zur Erlangung des akademischen Grades „Diplom-Volkswirt“, Nürnberg 2003.

Statistisches Jahrbuch 2003.

Szymanski, Stefan, The Economic Impact of the World Cup, in: World Economics Vol. 3 No. 1 2002.

Weißbach, Hans-Jürgen, Effekte der Olympiabewerbung der Stadt Leipzig und mögliche Folgen einer Durchführung der Olympischen Spiele 2012 für Leipzig, die Partnerstädte und den Freistaat Sachsen.