

Projektbericht
Research Report

Case Study:
Fußball-Europameisterschaft 2008

Daniela Grozea-Helmenstein, Ursula Hauser-Rethaller,

Christian Helmenstein, Andrea Weber

März 2002

Projektbericht
Research Report

Case Study: **Fußball-Europameisterschaft 2008**

**Daniela Grozea-Helmenstein, Ursula Hauser-Rethaller,
Christian Helmenstein, Andrea Weber**

Endbericht

Studie im Auftrag des Österreichischen Fußballbundes
und der Wirtschaftskammer Österreich

März 2002

Institut für Höhere Studien (IHS), Wien
Institute for Advanced Studies, Vienna

Contact:

Christian Helmenstein
☎: +43/1/599 91-143
e-mail: helmen@ihs.ac.at

Inhalt

Untersuchungsziel	3
Vorbemerkungen.....	4
1. Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	7
1.1. Bestandsaufnahme der öffentlichen Infrastrukturinvestitionen	7
1.2. Theoretische Implikationen von Infrastrukturinvestitionen	8
1.2.1. Zur Theoretischen Einordnung von Sportinfrastrukturinvestitionen.....	9
1.3. Die Bauwirtschaft in Österreich.....	10
1.4. Arbeitsmarkt Bauwirtschaft.....	12
2. Wirtschaftliche Impulse des Stadienausbaus	13
2.1. Potentielle wirtschaftliche Effekte	13
2.2. Methodenauswahl	15
2.3. Datengrundlage.....	16
2.4. Beschäftigungswirkungen der EM-Investitionen	17
2.4.1. Arbeitsproduktivität und Beschäftigungssteigerungen.....	18
2.4.2. Beschäftigungsmultiplikatoren.....	19
2.4.3. Wertschöpfungseffekte der Infrastrukturinvestitionen	22
2.4.4. Zusammenfassung	23
3. Wirtschaftsimpulse der touristischen Nachfrage.....	25
3.1 Impulse für den österreichischen Tourismus.....	25
3.2 Bestandsaufnahme des Tourismus in Österreich.....	27
3.2.1 Tourismus in den Bundesländern der EM-Austragung	29
3.3 Die Österreich-TouristInnen.....	31
3.3.1 Unterkunft.....	32
3.3.2 Merkmale der Gäste in Österreich.....	33
3.3.3 Anreiseverkehrsmittel der Österreichgäste.....	34
3.4 Die touristische Nachfrage durch die EM 2008.....	34
3.4.1. Die Maximalvariante	35
3.4.2 Die Minimalvariante	37
3.4.3 Weitere Österreichgäste.....	38
3.4.4 Die EM-induzierten touristischen Verlagerungseffekte.....	38
3.5 Die touristische Wertschöpfung der EM 2008.....	39
3.5.1 Erfassung der touristischen Wertschöpfung	40
3.5.2 Wertschöpfung aufgrund der Tourismusnachfrage	41
3.6 Tourismusnachfrage und Steueraufkommen.....	42
3.7 Beschäftigungseffekte der Tourismusnachfrage	43
3.8 Zusammenfassung.....	43
4. Wirtschaftliche Impulse für Medien- und Werbemarkt.....	45
4.1 Unsicherheitsfaktoren für die Bewertung	46
4.2 Klassische Werbung	47
4.3 Marktanteil klassischer Medien an den Werbeaufwendungen.....	50

4.3.1 Fernsehen	51
4.3.2 Radio	53
4.3.3 Printmedien	53
4.4 Entwicklungen im Bereich der Medien bis 2008.....	54
4.5 Sportsponsoring	55
4.6 TV-Rechte für die Europameisterschaftsspiele 2008.....	56
4.7 Beschäftigungseffekte im Medien- und Werbebereich.....	58
4.8 Steuerlicher Aspekt	58
4.7 Zusammenfassung.....	58
5. Auswirkungen der EM 2008 auf den Markt für Sportwetten.....	61
5.1. Der Markt für Toto und Torwette	61
5.2. Der Buchmacherwettmarkt.....	61
5.3. Die Nachfrage nach Toto und Fußballwetten in Abhängigkeit von Großereignissen	63
5.4. Effekte der Abhaltung der EM 2008 in Österreich	64
5.4.1. Direkte Effekte	64
5.4.2. Indirekte Effekte.....	65
1.4.3. Gesamtwirtschaftliche Effekte	67
5.4.4. Steuereffekte	67
5.4.5. Beschäftigungseffekte	67
5.5. Zusammenfassung.....	67
6. Auswirkungen der EM 2008 auf den Telekommunikationssektor.....	69
6.1. Der österreichische Informations- und Telekommunikationssektor	70
6.1.1. Definition.....	70
6.1.2. Wachstum und Beschäftigung.....	70
6.1.3. Europäischer Vergleich.....	71
6.1.4. Außenhandel	74
6.2. Effekte der EM 2008 auf den Telekommunikationssektor	74
6.2.1. Telekommunikationsinfrastruktur	74
6.2.2. Telekommunikationsgebühren	76
6.3. Zusammenfassung.....	77
7 Die Organisation der Spiele	78
8. Zusammenfassung.....	79
8.1 Wertschöpfungseffekte	79
8.2 Beschäftigungseffekte.....	80
8.3 Effekte am Werbe- und Medienmarkt.....	81
8.4 Reiseverkehrseinnahmen und Nächtigungsziffern.....	81
8.5 Steueraufkommen	82
8.6 Umsatzsteigerung bei Fußballwetten	83
8.7 Telekommunikationsentgelte	83
Literatur.....	85

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Effekte einer Fußball-Europameisterschaft.....	3
Tabelle 2: Entwicklung des Bruttoinlandsprodukts 1990-2000 nach Wirtschaftsklassen	11
Tabelle 3: Gliederung der Beschäftigungswirkungen	14
Tabelle 4: Investitionskosten der Stadienerrichtung bzw. -adaptierung	16
Tabelle 5: Importanteil bei Bauinvestitionen	19
Tabelle 6: Investitionsinduzierte direkte Beschäftigungseffekte 2003-2005:	20
Tabelle 7: Sekundärer Beschäftigungseffekt	22
Tabelle 8: Wertschöpfung der EM-Investitionen	23
Tabelle 9: Anteile der Bundesländer an den Gesamtnächtigungen (1992, 1999)	30
Tabelle 10: Nächtigungen nach der Herkunft der Gäste in Österreich (in 1000).....	32
Tabelle 11: Auslastung und Besuchszahlen der EM 2008	35
Tabelle 12: Maximalvariante. Nächtigungen und Tourismusnachfrage in Schilling	37
Tabelle 13: Minimalvariante zusätzliche Nächtigungen und Tourismusnachfrage in Schilling 37	
Tabelle 14: Ausgaben sonstiger TouristInnen	38
Tabelle 15: Touristische Wertschöpfung der EM 2008	42
Tabelle 16: Mehrwertsteueraufkommen der zusätzlichen touristischen Nachfrage	42
Tabelle 17: EM-induzierte Beschäftigungseffekte der touristischen Nachfrage	43
Tabelle 18: Marktanteil klassischer Medien in Österreich Jänner – Mai 2001	50
Tabelle 19: Aufteilung der Marktanteile des österreichischen Radiomarktes	53
Tabelle 20: Durch EM 2008 induzierte geschätzte Einnahmen	56
Tabelle 21: Zahl der Medienvertreter bei der EURO 2000	69
Tabelle 22: Der österreichische IKT-Sektor: Beschäftigung und Produktion, 1998/99.....	71
Tabelle 23: Telekommunikationsinfrastruktur bei den EM-Finalspielen: Anforderungen aus dem Pflichtenheft.....	75
Tabelle 24: Kumulierte Wertschöpfung (2000 bis 2008):.....	80
Tabelle 25: Beschäftigungseffekte	80
Tabelle 26: Einnahmen aus Sportsponsoring und Werbung	81
Tabelle 27: Steueraufkommen im Jahre 2008.....	82

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Reiseverkehrsexporte und -importe, der Reiseverkehrssaldo sowie das Handelsbilanzdefizit, nominell, 1988-2005	28
Abbildung 2: ORF-Marktanteile in Mehrkanalhaushalten im Jahr 2000.....	52
Abbildung 3: Entwicklung der TV-Lizenzkosten für Österreich von 1988 - 2008:	57
Abbildung 4: Geldflüsse bei Wetten.....	65
Abbildung 5: Telefonanschlüsse (Main Telephone Lines) pro 100 Einwohner, 2000.	72
Abbildung 6: Investitionen des Telekommunikationssektors 1999 (Mio. US\$)	73
Abbildung 7: Entwicklung der Investitionen in Telekommunikation: Österreich, EU	73

Untersuchungsziel

Die Abhaltung der Fußball-Europameisterschaft 2008 in Österreich und in der Schweiz stellt einen großen Impuls für die Ökonomie der beiden Länder dar. Einen ersten, stark stilisierten, Überblick über die mannigfaltigen wirtschaftlichen Effekte soll Tabelle 1 geben.

Tabelle 1: Effekte einer Fußball-Europameisterschaft

Effekte	positiv	negativ
ökonomische Effekte der: Infrastruktur (2. Kapitel)	<ul style="list-style-type: none"> • Investitionsausgaben und eine damit verbundene Erhöhung der Beschäftigung • Neue, verbesserte Sportinfrastruktur • Verbesserung der Verkehrsinfrastruktur 	<ul style="list-style-type: none"> • Preissteigerungen • Überkapazitäten nach der Europameisterschaft • Umweltbelastungen
Tourismus (3. Kapitel)	<ul style="list-style-type: none"> • Steigende BesucherInnenzahlen während der Spiele • Erhöhung der Attraktivität der Region für TouristInnen • Steigender internationaler Bekanntheitsgrad 	<ul style="list-style-type: none"> • Überauslastung der touristischen Infrastruktur
Medien (4. Kapitel)	<ul style="list-style-type: none"> • Erhöhung der Reichweiten • Erhöhung der Einschaltquoten • Modernisierung und Innovation • Wettbewerbsintensivierung 	<ul style="list-style-type: none"> • Preissteigerungen der Werbepreise und Übertragungsrechte

Diese Gliederung liegt auch dem Aufbau der vorliegenden Arbeit zugrunde. Nach der Skizzierung der allgemeinen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Österreich, mit besonderem Stellenwert der Bauwirtschaft, wird im zweiten Kapitel auf die ökonomischen Effekte der mit der Vorbereitung der Spiele verbundenen Investitionen eingegangen. Weiters ist die Frage der direkten sowie indirekten Beschäftigungswirkungen der Infrastrukturinvestitionen behandelt. Die zusätzliche touristische Nachfrage, die mit der Abhaltung der Spiele verbunden ist, wird im dritten Teil analysiert. Der vierte und letzte Teil der Untersuchung fokussiert die Entwicklungen am Medien- und Werbemarkt, die durch die EM 2008 induziert werden können.

Vorbemerkungen

Österreich ist heute zu den wirtschaftlich wohlhabendsten Nationen der Welt zu zählen. Das Bruttoinlandsprodukt pro EinwohnerIn lag 1999 an fünfter Stelle innerhalb der Europäischen Union. Die Wirtschaftsstruktur Österreichs ist vergleichbar mit jener anderer entwickelter Industriestaaten. Im Jahre 2000 betrug der Anteil der Wertschöpfung des primären Sektors (Land- und Forstwirtschaft) 2 Prozent, des sekundären Sektors (Sachgüterproduktion, Energie und Bauwesen) knapp 32 Prozent; im tertiären Sektor (Dienstleistungssektor) wurden 66 Prozent der Wertschöpfung erwirtschaftet.

Insgesamt ist in den letzten Jahren eine deutliche Verlagerung der wirtschaftlichen Aktivitäten hin zum tertiären Sektor beobachtbar. Die zunehmende Bedeutung des Tertiärsektors geht einher mit einem wachsenden Stellenwert der Freizeit- bzw. Sportindustrie (vgl. Wagner 1990, 14ff.). In das steigende gesellschaftliche Interesse an Sport allgemein ist ein vermehrtes Interesse an Fußball eingebettet. Im Jahr 2001 waren beim Österreichischen Fußballbund 10.200 Fußballmannschaften und 275.000 SpielerInnen registriert. Rund 600.000 Personen sind österreichweit im Fußballsport involviert und rund eine Million ZuseherInnen verfolgen jährlich die Meisterschaftsspiele der Bundesliga. Die gemeinsame Bewerbung von Österreich und der Schweiz für die Fußball-Europameisterschaft 2008 ist ein Ausdruck der Bedeutsamkeit des Fußballsports für die österreichische Wirtschaft und Gesellschaft.

Die insgesamt 31 (bzw. 32) Spiele der 16 Nationalmannschaften finden sowohl in Österreich als auch in der Schweiz statt, wobei in Österreich das Finale ausgetragen werden soll. Die Austragung der Spiele erfordert eine Fußball-Infrastrukturausstattung gemäß den UEFA-Normen. Um die gesetzten Anforderungen zu erfüllen, ist ein hoher Investitionsbedarf in Österreich erforderlich.

Das Sportgroßereignis einer Europameisterschaft ist mit komplexen und recht unterschiedlichen sozio-ökonomischen Effekten verbunden. Eine Fülle von gesellschaftlichen Effekten lässt sich nur schwer in ökonomisch meßbaren Größen erfassen. So sind beispielsweise gesundheitliche, pädagogische sowie soziale Wirkungen¹ mit der Austragung der Spiele in Österreich verbunden.

Das internationale Ereignis einer Europameisterschaft stellt für die Gastnation eine unmittelbare und auch mittelbare Impulsgebung für mehrere Akteure (Wirtschaft, Fußballbund und Staat) dar. Im Bereich der Wirtschaft bedeuten die Investitionen in Stadienneubauten bzw. -adaptierungen sowie die Erweiterungsmaßnahmen im Bereich der Verkehrsinfrastruktur – beispielsweise zur besseren Verkehrsanbindung der Stadien – zunächst Aufträge für die Bauwirtschaft und für technische Ausrüstungsunternehmen. Durch die Verzahnung dieser Wirtschaftsabteilung mit zahlreichen Unternehmungen anderer

¹ Beispielsweise Anreiz zur aktiven Sportausübung, antipolarisierend wirkende Medien etc.

Wirtschaftsklassen gehen von den Infrastrukturinvestitionen multiplikative Anstoßwirkungen aus. Weitere Akteure der Wirtschaft, die an der EM partizipieren werden, sind im Bereich der Medien zu finden. Die Spiele stellen eine globale Werbeplattform dar: eine Erhöhung der Reichweite bzw. Auflagenzahlen. Verbesserte mediale Berichterstattung kann die Reputation Österreichs und österreichischer Medien erhöhen. Im Bereich der Tourismuswirtschaft werden durch die Europameisterschaft ebenfalls bedeutende Impulse zu erwarten sein. Insbesondere lässt die Konstruktion der nationenübergreifenden Austragungsorte der Spiele eine hohe Mobilität der SpielebesucherInnen erwarten. Der Österreichische Fußballbund (ÖFB) als Interessenverband des nationalen Fußballs tritt bei der Austragung der Spiele als weiterer Akteur in den Vordergrund. Die mit den Spielen verbundene öffentliche Aufmerksamkeit und der Ausbau der Infrastruktur verstärken die Popularität² des Fußballsports insbesondere während der Austragung der Spiele. Zuletzt ist noch der Staat als Akteur zu erwähnen. Die Infrastrukturinvestitionen im allgemeinen und die Verkehrsinfrastruktur im besonderen lassen nachhaltige Effekte in der Stadtentwicklung erwarten. Überdies stärkt die Austragung der Spiele das internationale Ansehen verschiedener Regionen. Aufgrund der vier verschiedenen Austragungsorte in Österreich kommt diesem Aspekt sicherlich ein zentraler Stellenwert zu.

EM-bedingte Nachfrageströme

Bei der Vorbereitung und Durchführung eines sportlichen Großereignisses — und die Fußball-Europameisterschaft stellt eine solches Großereignis dar — entstehen verschiedene Ausgabenströme für Güter und Dienstleistungen, die sich in öffentliche und private Ausgaben gruppieren lassen bzw. Ausgaben, die von öffentlichen oder privaten Institutionen getragen werden:

Öffentliche Ausgaben

- Planung und Organisation in der Vorbereitungsphase
- Bauinvestitionen, Infrastrukturinvestitionen
- Öffentliche Sicherheit,
- Reparatur und Instandhaltung, Reinigung etc.

Private Ausgaben

- Sponsorgelder, Lizenzen, Übertragungsrechte
- Spielbesuche (Eintrittsgelder und Konsumaufwendungen)
- Inanspruchnahme für touristische Dienstleistungen
- Kapazitätserweiterungen im Bereich Hotel und Gaststättenwesen
- Nachfrage sonstiger Güter und Dienstleistungen
- Durchführung der Spiele
- Marketing und Werbung

Ausgaben für die genannten Bereiche fallen zu unterschiedlichen Zeitpunkten an. Insbesondere ist eine zeitliche Diskrepanz zwischen öffentlichen Ausgaben und privaten

² Die Popularität wird sicherlich auch vom Erfolg der österreichischen Nationalmannschaft determiniert werden.

Ausgaben gegeben, da letztere hauptsächlich während der Austragung der Spiele getätigt werden.

Die gesamtwirtschaftlichen Impulse, die von einer zusätzlichen Nachfrage ausgehen werden, sind davon determiniert, inwieweit die Ausgaben durch Umschichtungen innerhalb, aber auch zwischen öffentlicher und privater Budgets finanziert werden. Erfolgt eine bloße Umschichtung innerhalb des öffentlichen Baubudgets, sind nur marginale expansive Wirkungen der Sportinfrastrukturinvestitionen gegeben. Bei einer Umstrukturierung von etwa Fahrzeuginvestitionen hin zu Hochbauinvestitionen sind expansive Effekte für die Gesamtwirtschaft gegeben, da Hochbauinvestitionen inlandswirksamer³ sind als Fahrzeuginvestitionen. Auch im Bereich der privaten Nachfrage hängen die Wertschöpfungseffekte davon ab, ob die privaten Ausgaben im Rahmen der EM zusätzliche Aufwendungen darstellen oder bloße Umschichtungen konstanter Budgets sind. Im zweiten Abschnitt der vorliegenden Arbeit werden die wirtschaftlichen Effekte der Infrastrukturinvestitionen behandelt. Es liegt die Annahme zugrunde, dass im Bereich der öffentlichen Investitionsaufwendungen keine Substitutionseffekte vorhanden sind und die Investitionen vollständig als zusätzliche Nachfrage wirksam werden. Auch im dritten Abschnitt besteht die Annahme, dass es keine Verdrängungseffekte der touristischen Nachfrage geben wird.

Die wirtschaftlichen Impulse, die von der Bewerbung Österreichs ausgehen können, sind zusammenfassend im folgenden Umfeld angesiedelt: Einerseits stellen die Infrastrukturausgaben einen positiven Anreiz für die Konjunktur der Bauwirtschaft dar. Andererseits bedeuten die zu erwartenden EM-BesucherInnen höhere Umsätze für die Tourismuswirtschaft. Durch die Bewerbung und Übertragung der Spiele sind Veränderungen in der Medien- und Werbelandschaft zu erwarten. Darüber hinaus resultieren die mannigfaltigen Wirtschaftsaktivitäten der Europameisterschaft in höheren Steuereinnahmen für den Staat.

³ Der Importanteil bei Fahrzeuginvestitionen ist höher als bei Hochbauinvestitionen; bei Hochbauinvestitionen werden mehr Vorleistungskomponenten des Inlands benötigt als bei Fahrzeuginvestitionen.

1. Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

1.1. Bestandsaufnahme der öffentlichen Infrastrukturinvestitionen

Der Begriff Infrastruktur kann sich sowohl auf materielle (Verkehrseinrichtungen, Versorgungsnetze, Transportsysteme etc.) als auch auf immaterielle (technischer und organisatorischer Wissensstand der Bevölkerung) Einrichtungen beziehen. In dieser Arbeit steht die materielle Infrastruktur im Mittelpunkt. Mit zunehmender internationaler Arbeitsteilung spielt die Infrastrukturausstattung eines Landes im Standortwettbewerb eine zentrale Rolle (vgl. Beirat 1994), so wie für den Wettbewerb unterschiedlicher Länder um die Fußball-Europameisterschaft die Sportinfrastruktur Österreichs ein elementares Kriterium ist.

Eine Verbesserung der Infrastrukturausstattung eines Landes kann durch öffentliche oder private Investitionen erreicht werden. Die Intention von Investitionstätigkeiten ist die Ertragserzielung in einer zukünftigen Periode. Während bei privaten Investitionen die monetäre Ertragserzielung im Mittelpunkt steht, fallen die Erträge bei öffentlichen Investitionen nicht unbedingt in monetärer Form an (beispielsweise im Bildungsbereich). Bei öffentlichen Infrastrukturausgaben handelt es sich einerseits um Aufwendungen für öffentliche Güter, andererseits stellen diese Ausgaben auch Investitionen im Sinne der genannten gegenwärtigen Aufwendungen für künftige Erträge dar. Öffentliche Infrastrukturinvestitionen schaffen einerseits "Produktionsvoraussetzungen" (also nicht-monetäre Erträge für Unternehmungen des privaten Bereichs), andererseits sind sie in Bereichen angesiedelt, deren Charakteristika so gestaltet sind, dass private Investitionen nicht vorgenommen werden.

Die wirtschaftliche Bedeutung zusätzlicher Investitionen im Bereich der Infrastruktureinrichtungen (Verkehr, Energie, Wasserbau, Anlagen für Kultur, Erholung, Sport) manifestiert sich zuerst in der Bauwirtschaft, in weiterer Folge in der Elektro- und Maschinenindustrie, Steine-, Glas- und Holzindustrie. Die Bauwirtschaft ist durch den Bedarf verschiedenartiger Vorleistungskomponenten mit anderen Wirtschaftsbereichen eng verflochten. Investitionen in Bauten und Infrastruktur bedeuten daher eine starke Inlandsnachfrage, diese Investitionen ziehen hohe Multiplikatoreffekte für Beschäftigung und Produktion nach sich (vgl. Czerny 1995). Die Konjunkturpolitik, aber auch die Wachstumspolitik beruht auf dieser Wechselwirkung: Investitionen werden als Instrument der Nachfragesteuerung eingesetzt. Umgekehrt allerdings bedeutet eine reduzierte Investitionstätigkeit auch eine Dämpfung der Inlandsnachfrage und der Beschäftigung.

Insgesamt ist der Anteil der öffentlichen Investitionen seit den 80er Jahren rückläufig. Er wuchs schwächer als das Bruttoinlandsprodukt. Dennoch weist Österreich im internationalen Vergleich mit rund 2 Prozent einen hohen Anteil an öffentlichen Investitionen am Bruttoinlandsprodukt auf. Das IHS prognostiziert für die realen Ausrüstungsinvestitionen im Jahr 2001 ein Wachstum von 3,2 Prozent und ein durchschnittliches Wachstum in den Jahren 2001 bis 2005 von 3,8 Prozent (vgl. IHS 2001b).

Die Struktur der öffentlichen Investitionen in Österreich ist determiniert durch Bauinvestitionen, Ausrüstungsinvestitionen⁴ nehmen einen geringeren Anteil ein. Generell ist festzuhalten, dass der konjunkturelle Effekt der Ausrüstungsinvestitionen hinter jenem der Bauinvestitionen liegt, da der Importanteil bei Ausrüstungsinvestitionen höher ist als bei Bauinvestitionen. Die Infrastrukturinvestitionen, die mit dem Neubau EM-tauglicher Fußballstadien verbunden sind, lassen daher hohe Beschäftigungs- und Einkommenseffekte erwarten, die in Abschnitt 2 quantifiziert werden.

Für die Quantifizierung von Infrastrukturinvestitionen im allgemeinen und für Sportinfrastrukturinvestitionen im besonderen muss ein Zusammenhang mit der intendierten öffentlichen Leistung hergestellt werden. Diese Leistungserstellung ist nicht ausschließlich mit einmaligen Investitionen sichergestellt. Vielmehr entstehen Folgeausgaben (Personalaufwand, Güter und Dienstleistungen), die zur Effizienzbeurteilung heranzuziehen sind. Die Folgekosten öffentlicher Infrastrukturinvestitionen sind in Österreich rund fünfmal so hoch wie das Investitionsvolumen (vgl. Lehner 1996). Für ein Großereignis wie eine Fußball-Europameisterschaft und die damit verbundene Aufstockung der Fußballinfrastrukturkapazitäten ist der Bereich der Folgekosten gesondert zu quantifizieren. Aber bereits in der laufenden Planungsphase ist ein Konzept für eine effiziente Nachnutzung wichtig, um damit die Folgekosten zu minimieren.

1.2. Theoretische Implikationen von Infrastrukturinvestitionen

Bevor die positiven Impulse der Stadien-Infrastrukturinvestitionen im Bereich der Einkommens- und Beschäftigungseffekte dargestellt werden, sei hier ein kurzer Überblick über die wirtschaftstheoretische Bedeutung bzw. Wirkungsweise von Infrastrukturinvestitionen gegeben.

Von Infrastrukturinvestitionen gehen positive direkte und indirekte Impulse einerseits auf die langfristige wirtschaftliche Produktivität und andererseits auf Output und Beschäftigung aus. Die Qualifizierung von öffentlichen Infrastrukturinvestitionen ist vom Zeithorizont der Betrachtung determiniert. Eine kurzfristige makroökonomische Betrachtung fokussiert Beschäftigungs- und Einkommenseffekte der Investitionen (vgl. Seitz 1994). Bei einer langfristigen Analyse treten Wachstums-, Struktur- und Wettbewerbsaspekte in den Vordergrund.

Klassische Theorie: Hier ist die Investitionsquote die zentrale wachstumsstrategische Größe: Wirtschaftswachstum wird durch die Kapitalakkumulation des Realkapitals induziert. Investitionen sind als Kapitalvermehrung definiert⁵. Das Sozialprodukt wächst in diesem Modell mit der realisierten Investitionsquote mal Kapitalproduktivität dieser Investition. Die Wachstumsrate verändert sich proportional zur Investitionsquote.

⁴ Zu Beginn der 80er Jahre waren rund 80 Prozent der öffentlichen Investitionen Bauinvestitionen; dieser Anteil reduzierte sich zu Beginn der 90er Jahre auf knapp 70 Prozent mit seither wieder leicht steigender Tendenz.

⁵ vgl. Harrod-Domar-Wachstumsleichung (Harrod 1939, Domar 1946).

Neue Wachstumstheorie: Nach diesem Ansatz bedingen Infrastrukturinvestitionen ein langfristig positives Produktivitätswachstum. Das neoklassische Postulat der abnehmenden Grenzerträge wird zugunsten des technischen Fortschritts und positiver Externalitäten der Kapitalakkumulation selbst aufgehoben (vgl. Barro/Sala-i-Martin 1995). Technischer Fortschritt garantiert langfristig eine positive Rentabilität der Investitionen und stellt damit einen permanenten Investitionsanreiz dar. Dem Staat kommt eine wichtige Funktion zu: Öffentliche Infrastrukturinvestitionen werden in der neuen Wachstumsliteratur als eine Möglichkeit betrachtet, die langfristige private Kapitalrentabilität und die Produktivitätsdynamik zu stimulieren. Es wird also von einer Komplementarität⁶ privater und staatlicher Infrastrukturinvestitionen ausgegangen: Die Ausdehnung von Infrastrukturinvestitionen resultiert – ceteris paribus – in einem wachsenden Grenzprodukt des privaten Kapitals. Wird der unternehmerische Output aufgrund des erweiterten Kapitalstocks erhöht, steigt gleichzeitig das Steueraufkommen des Staates⁷ und der Refinanzierungsrahmen für weitere staatliche Investitionsprojekte. Der Anstieg der Infrastrukturinvestitionsquote⁸ bis zum Optimum⁹ stellt die langfristige gesamtwirtschaftliche Produktivitätsdynamik sicher. Empirische Studien über die Entwicklung der Faktorproduktivität des privaten Sektors zeigten einen signifikanten positiven Effekt im Bereich des "Core"-Infrastrukturkapitals (Straßen, Flughäfen, Schienen, Strom- und Gasnetze) (vgl. Aschauer 1989). Weitere positive externe Effekte, die von öffentlichen Infrastrukturinvestitionen ausgehen, sind etwa technologische Externalitäten (beispielsweise Wissensakkumulation und Wissensdiffusion etc. man spricht hier von "Spillovers"). Direkte wirtschaftspolitische Maßnahmen sind aus der neueren Wachstumstheorie schwer ableitbar, da eine Klassifizierung der unterschiedlichen Spillovers empirisch nicht eindeutig ist.

1.2.1. Zur Theoretischen Einordnung von Sportinfrastrukturinvestitionen

Infrastrukturinvestitionen haben also vielfältige Rückwirkungen auf die Wirtschaft eines Landes: Zum einen erhöhen sie die Produktivitätsentwicklung, zum anderen spielen sie eine wesentliche Rolle im internationalen Wettbewerb der Wirtschaftsstandorte. Die vorhandenen empirischen Untersuchungen über die Wirkungen von Infrastrukturinvestitionen fokussieren hauptsächlich das bereits erwähnte Core-Infrastrukturkapital. Investitionen in die Sportinfrastruktur werden im Hinblick auf Produktivitätssteigerungen und Standortvorteile nicht explizit behandelt. Es kann davon ausgegangen werden, dass die Verbesserung der Sportinfrastruktur nur am Rande Auswirkungen auf die langfristige gesamtwirtschaftliche Faktorproduktivität hat (vgl. Zimmermann/Henke 1994). Investitionen in die Sport- bzw. Fußballinfrastruktur lassen sich nicht unter der langfristigen Perspektive der Wachstums-,

⁶ Staatliche Investitionen bedingen diesem Ansatz zufolge nicht einen Anstieg der Kapitalmarktzinsen wie im neoklassischen Wachstumsmodell, das von der "crowding-out" Hypothese ausgeht (Durch den Anstieg der Kapitalmarktzinsen werden die gesamtwirtschaftlich produktiveren privaten Investitionen verdrängt).

⁷ Es wird von der Refinanzierung staatlicher Infrastrukturinvestitionen via proportionaler Einkommenssteuer ausgegangen.

⁸ Als Anteil der öffentlichen Infrastrukturinvestitionen am gesamtwirtschaftlichen Output.

⁹ Das Optimum ist primär determiniert durch die Steuerbelastung. Steigt die Infrastrukturinvestitionsquote über dieses Optimum, treten "dynamische Ineffizienzen" auf.

Struktur- und Wettbewerbspolitik analysieren. Vielmehr kann die Adaptierung der Sportinfrastruktur als im öffentlichen Interesse liegend (öffentliche Güter) gesehen werden. Grundsätzlich unterscheiden sich öffentlichen Güter von privaten Gütern durch die Nicht-Ausschließbarkeit und Nicht-Rivalität im Konsum (vgl. Stiglitz 1988) und können positive externe Effekte bedingen. Die ersten beiden Charakteristika sind bei Fußballstadien nicht gegeben, da der Zutritt und die "Konsumtion" der Fußballspiele über Eintrittskarten geregelt sind. Allerdings sind positive externe Effekte einerseits durch vorzunehmende Investitionen zur Verbesserung der Sport- und Verkehrsinfrastruktur gegeben. Weiters kann die Präsenz des sportlichen Großereignisses ein Anreiz zur Erhöhung der individuellen Sportausübung — und damit zur Gesundheit und zum Wohlbefinden — sein. Darüber hinaus sind positive Effekte durch das internationale Interesse an den Europameisterschaftsspielen für die Österreichische Tourismuswirtschaft — sowohl kurz- als auch mittelfristig — gegeben.

1.3. Die Bauwirtschaft in Österreich

Das Hauptaugenmerk dieser Untersuchung liegt auf den wirtschaftlichen Impulsen, die durch die Adaptierung der österreichischen Fußballinfrastruktur – aufgrund des positiven Zusammenhangs zwischen Investitionen, Output und Beschäftigung – induziert werden. Die Investitionstätigkeit des Staates stellt daher auch ein Instrument zur Beeinflussung der beiden genannten Variablen dar. Die Bauwirtschaft nimmt in dieser Wechselwirkung einen wichtigen Bestandteil ein.

In Europa erlebte die Bauwirtschaft Ende der 80er Jahre einen Boom. Während der Rezession im Jahre 1993 erlitt die Baukonjunktur hohe Einbrüche. Gegenwärtig sind die Rahmenbedingungen für eine neuerliche Belebung der Bauwirtschaft günstig, da vor allem niedrige Zinsen die Investitionsentscheidungen positiv beeinflussen. Nach einer rückläufigen Entwicklung der Bauleistungen im Zeitraum 1993 – 1997 verzeichneten sie im Jahr 1998 mit 0,9 Prozent wieder ein positives Wachstum. Aufgrund der schwachen Baukonjunktur zwischen 1993 und 1996 startete zu Beginn des Jahres 1996 die österreichische Bundesregierung eine Infrastrukturoffensive (geplante Investitionen in der Höhe von 33 Milliarden Schilling). Die Investitionsimpulse blieben aber – einerseits aufgrund der langen Vorlaufzeiten von Infrastrukturinvestitionen, andererseits aufgrund der Sparmaßnahmen der öffentlichen Haushalte – hinter den Erwartungen zurück.

Tabelle 2: Entwicklung des Bruttoinlandsprodukts 1990-2000 nach Wirtschaftsklassen

in Mrd. ATS	Nominell					Real				
	1990	1995	2000	Jährliche Veränderung in %		1990	1995	2000	Jährliche Veränderung in %	
				1990-2000	1995-2000				1990-2000	1995-2000
Landwirtschaft	61,4	56,7	52,2	-1,6	-0,8	45,7	56,7	56,1	2,1	-0,1
Bergbau	10,4	8,1	9,9	-0,5	2,0	10,6	8,1	8,9	-1,7	0,9
Sachgütererzeugung	379,6	444,9	554,4	3,9	2,2	413,7	444,9	546,5	2,8	2,1
Energie u. Wasser	49,3	63,6	63,7	2,6	0,0	57,0	63,6	73,6	2,6	1,5
Bauwesen	118,8	175,9	222,0	6,5	2,4	140,4	175,9	194,8	3,3	1,0
Handel	240,4	287,2	342,6	3,6	1,8	265,7	287,2	335,2	2,4	1,6
Beherbergungs- u. Gaststätten	66,0	87,7	106,9	4,9	2,0	85,6	87,7	94,9	1,0	0,8
Verkehr u. Nachrichten	132,9	165,6	179,9	3,1	0,8	146,9	165,6	199,6	3,1	1,9
Kredit u. Versicherung	117,7	152,4	175,3	4,1	1,4	124,8	152,4	175,0	3,4	1,4
Realitäten	196,6	312,9	420,6	7,9	3,0	262,0	312,9	366,5	3,4	1,6
Öffentliche Verwaltung	109,8	150,9	171,5	4,6	1,3	132,8	150,9	160,9	1,9	0,6
Sonstige Dienstleistungen	243,3	343,0	360,6	4,0	0,5	317,1	343,0	329,8	0,4	-0,4
Wertschöpfung der Wirtschaftsbereiche	1726,2	2248,8	2659,8	4,4	1,7	2002,3	2248,8	2542,0	2,4	1,2
BIP zu Marktpreisen	1838,4	2370,7	2835,2	4,4	1,8	2142,0	2370,7	2688,6	2,3	1,3

Quelle: STATISTIK AUSTRIA, WIFO, IHS. ESVG 1995.

In der Wirtschaftsklasse Bauwesen (Tabelle 2) wurden 2000 7,2 Prozent (oder rund 195 Milliarden Schilling) des realen Bruttoinlandsprodukts erzeugt; im Jahre 1990 lag dieser Anteil bei 6,5 Prozent. Das reale Wachstum des BIP betrug zwischen 1990 und 2000 jährlich durchschnittlich 2,3 Prozent, jenes des Bauwesens hingegen 3,3 Prozent. Die Produktivität der Bauwirtschaft 2000, definiert als Bruttoproduktionswert (nominell) je Beschäftigten, lag mit 615.811 Schilling unter dem Niveau der gesamten österreichischen Wirtschaft.

Für die Zukunft (siehe auch Tabelle A 1, Tabelle A 2 im Anhang) sind seitens der öffentlichen Hand nur mehr leichte Wachstumsimpulse zu erwarten. In den neunziger Jahren wurde der Wohnungsneubau in Österreich massiv forciert. Nahm die Wohnbauproduktion in der ersten Hälfte der 90er Jahre noch jährlich um rund 8,5 Prozent zu, reduzierte sich dieses Wachstum in der zweiten Hälfte der 90er Jahre signifikant. Gleichzeitig blieben die Investitionen in Informations- und Kommunikationstechnologien und Innovationen zurück. Im Jahr 2000 verzeichneten die realen Bauinvestitionen ein Wachstum von 1,3 %, wobei der Wohnbau nur rund halb so stark wie der Nicht-Wohnbau wuchs. Für das Jahr 2001 sind die Aussichten wenig optimistisch, da die Wohnungsnachfrage weiter zurückgeht und die Restriktionen der öffentlichen Hand aufrecht bleiben. Das IHS rechnet insgesamt mit Wachstumsraten der realen Bauinvestitionen von 1 % im Jahr 2001 und 1 % im Jahr 2002. Die Investitionsquote stagniert bei einem Wert von unter 23,5 % (vgl. IHS, 2001a). Im Wohnungsneubau zeichnet sich eine Fortsetzung der rückläufigen Tendenz ab, die Zahl der Bewilligungen geht weiter zurück. Im Bereich der öffentlichen Bauinvestitionen wirkt der weiterhin gegebene Konsolidierungsdruck der öffentlichen Haushalte dämpfend. Schwache Impulse für die Baukonjunktur zeichnen sich eher

im Tiefbau als im Hochbau ab. Die in Summe schwache Baunachfrage wird Druck auf die Baupreise ausüben, sodass die Preisentwicklung im Bausektor in den nächsten Jahren verhaltener ausfallen wird als im Jahr 2000. Allerdings war im Baubereich im Jahr 2000 mit 2,9 % ein gemessen an der gesamten Wirtschaft (1,2 %) überdurchschnittliches Wachstum zu verzeichnen gewesen (vgl. IHS, 2001a).

1.4. Arbeitsmarkt Bauwirtschaft

Die Lage am österreichischen Arbeitsmarkt ist im europäischen Vergleich als günstig einzuschätzen. Die Zahl der Beschäftigten lag 1999 bei rund 3,909.000 (2,221.400 Männer und 1,687.700 Frauen). Die Erwerbsquote – also der Anteil der Erwerbspersonen an der gesamten Wohnbevölkerung – lag 1999 bei 48,3 Prozent (56,5 Prozent bei den Männern und 40,5 Prozent bei den Frauen). Von den unselbstständig Beschäftigten Männern und Frauen sind rund 8 Prozent im primären (Land- und Forstwirtschaft), 39 Prozent im sekundären (Verarbeitendes Gewerbe und Industrie, Energie- und Wasserversorgung und Bauwesen) und 62 Prozent im tertiären Sektor (Dienstleistungen) beschäftigt. Der Strukturwandel der österreichischen Wirtschaft bedeutet eine Reduktion der Arbeitsplätze im güterproduzierenden und güterverarbeitenden Bereich bei gleichzeitiger Ausweitung der Arbeitsplätze im Dienstleistungssektor.

Eine zentrale Bedeutung im Sekundärsektor nimmt die Branche "Bauwesen" ein. Insgesamt arbeiten hier 9 Prozent aller Beschäftigten¹⁰ Österreichs. Von den Beschäftigten sind zwei Drittel im Hochbau und ein Drittel im Tiefbau tätig.

Das Bauwesen sowie die Wirtschaftsklassen Landwirtschaft und Gaststättenwesen sind durch hohe saisonale Beschäftigungsfluktuationen gekennzeichnet. Dementsprechend hoch fällt in diesen Wirtschaftsklassen die saisonale Arbeitslosigkeit aus. Es besteht ein starker Zusammenhang zwischen dem Saisonmuster von Beschäftigung und Arbeitslosigkeit, wobei eine perfekte Korrelation nicht gegeben ist (vgl. Brandel et al. 1994). Insgesamt sind rund 17 Prozent der in Saisonbetrieben beschäftigten ArbeitnehmerInnen im Bauwesen und 35 Prozent im Gaststättenwesen beschäftigt. Untersuchungen (vgl. Brandel et. al. 1994) zeigen, dass die Saisonbetriebe kleiner sind als die Durchschnittsbetriebe in Österreich, weiters weisen sie mehr ArbeiterInnen und AusländerInnen sowie einen höheren Anteil an jüngeren Beschäftigten auf. Diese Beschäftigungsstruktur ist mit einer unterdurchschnittlichen Entlohnung verbunden. Das Medianeinkommen (brutto) im Bauwesen lag 1999 bei 23.115,-- Schilling (Männer) bzw. 13.707,-- Schilling (Frauen).

¹⁰ Definiert nach dem Labour-Force-Konzept: Personen, die einer bezahlten Beschäftigung nachgingen, unabhängig von der Anzahl der geleisteten Arbeitsstunden.

2. Wirtschaftliche Impulse des Stadienausbaus

2.1. Potentielle wirtschaftliche Effekte

Die Vorbereitung sowie Abhaltung einer Fußball-Europameisterschaft in Österreich bedeutet eine Vielzahl von wirtschaftlichen Maßnahmen. Die Effekte der induzierten wirtschaftlichen Impulse müssen in Einzelkomponenten zerlegt werden. Eine adäquate Fußballinfrastrukturausstattung stellt in erster Linie eine Ankurbelung der Bautätigkeit und — damit verbunden — der Beschäftigung im Bereich Hochbau dar. Einerseits generiert diese Beschäftigung zusätzliche Wertschöpfung, andererseits sind die geplanten Investitionen mit zusätzlicher Nachfrage verbunden. Diese volkswirtschaftlichen Effekte sind um die fiskalischen Effekte zu ergänzen: Eine zusätzliche Wertschöpfung bedeutet eine Erhöhung des Steueraufkommens sowie des Sozialversicherungsaufkommens (Steuern und Sozialversicherungsabgaben aus unselbstständiger Erwerbstätigkeit, Steuern aus unternehmerischer Tätigkeit) für den Staat. Darüber hinaus ist der erhöhten Arbeitskräftenachfrage eine Verminderung der Arbeitslosigkeit – und damit der staatlichen Aufwendungen – gegenüberzustellen.

Das zeitlich unterschiedliche Auftreten der Effekte führt zu einer weiteren Gliederung: Der geplante Stadienausbau und der damit verbundene Beschäftigungsimpuls führen zu einer Erhöhung des Einkommens aus unselbstständiger Erwerbstätigkeit und aus unternehmerischer Tätigkeit. Dieser Zuwachs an Einkommen bildet den Primäreffekt. Der Sekundäreffekt ergibt sich aus der Verwendung dieses Einkommens für die Nachfrage nach Gütern und Dienstleistungen. Eine Erhöhung des Konsums bewirkt zusätzliche Wertschöpfung sowie Beschäftigung in unterschiedlichen Wirtschaftszweigen.

Die wirtschaftlichen Impulse einer Fußball-Europameisterschaft – insbesondere die Investitionen in die österreichische Sportinfrastruktur – können schließlich als statische (die oben skizzierten Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte) und dynamische Effekte analysiert werden. Die Dynamik kann dahingehend gesehen werden, dass durch attraktivere Sportstadien die Sport- und Freizeitbranche über die Austragung der Europameisterschaftsspiele hinaus Veranstaltungen konzipiert, die zu einer Innovation in der Freizeitgestaltung beitragen.

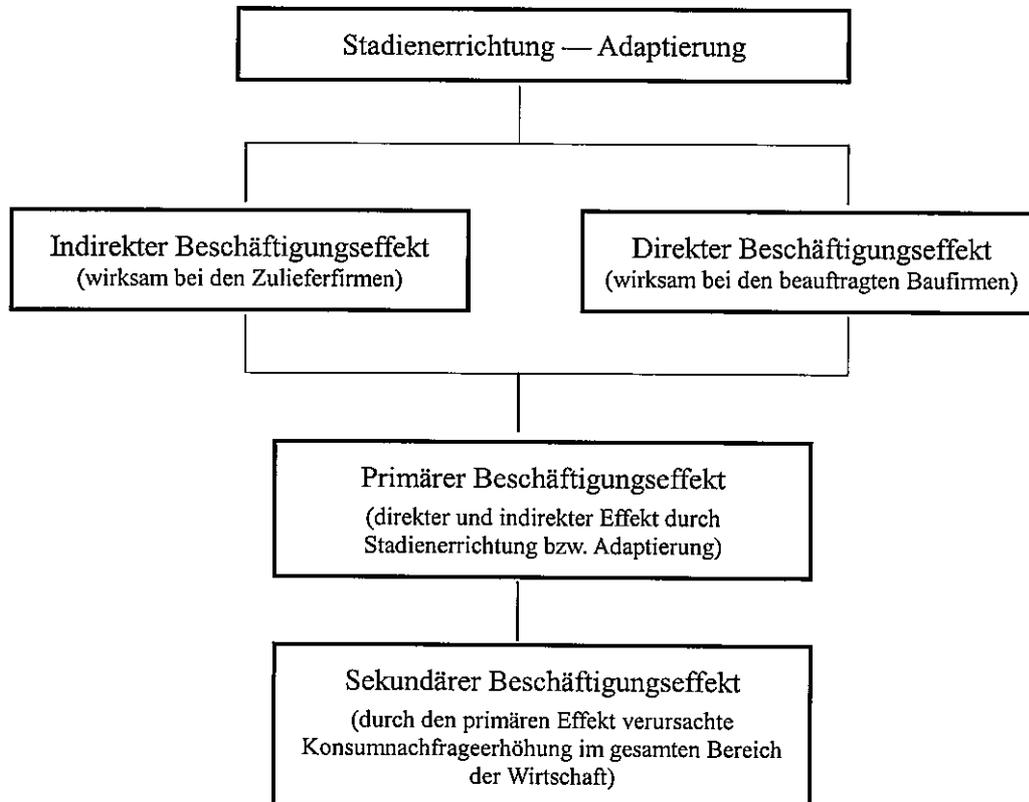
Effekte auf regionaler Ebene

Gegenwärtig plant der Österreichische Fußballbund, die Europameisterschaften an vier Spielorten auszutragen. Mit Ausnahme des Wiener Ernst-Happel-Stadions bedarf es einer Kapazitätserweiterung in den Austragungsorten Klagenfurt, Innsbruck und Salzburg. Damit ist zwischen ökonomischen Effekten, die regional wirksam sind, und gesamtösterreichischen Effekten zu unterscheiden. Die Primäreffekte auf regionaler Ebene sind in der Planungs- und Errichtungsphase davon determiniert, ob regionale, nationale oder internationale Unternehmungen den Zuschlag für den Stadienbau erhalten werden. Das Ausmaß der

regionalen Wirtschaftsbelebung hängt davon ab, ob Unternehmen aus der Region bei der Errichtung der Stadien direkt beschäftigt werden, ob Zulieferer aus der Region kommen und wie weit das zusätzliche Einkommen in der Region konsumiert bzw. investiert wird. Die Höhe des Primäreffekts auf regionaler Ebene ist weiters bedingt durch die vorhandenen Produktionskapazitäten. Sind die regionalen Produktionskapazitäten ausgelastet, bedingen die Stadienneubauten eine Aufstockung der Kapazitäten und damit einen höheren regionalen Effekt als bei einer gegenwärtigen Unterauslastung. Bei einer etwaigen Unterauslastung stellt die Errichtung eines Fußballstadions die Vollausslastung der Kapazitäten sicher. Die zusätzliche Nachfrage nach Arbeitskräften wird geringer ausfallen als die Nachfrage bei einer Vollausslastung.

Während der Austragung der Spiele wird aufgrund der zu erwartenden BesucherInnenströme die regionale Nachfrage belebt. Eine neue und zusätzliche Fußballinfrastruktur ist mit einer Neupositionierung der Austragungsregion im internationalen Fußballgeschehen verbunden. Die Präsenz der Medien vor und während der Spiele erhöht die Präsenz der Austragungsorte in der internationalen öffentlichen Meinung und schafft dadurch eine positive Voraussetzung für eine nachhaltige Nutzung des Bekanntheitsgrades sowie der zusätzlichen Infrastruktur nach den Spielen 2008. Die in der vorliegenden Arbeit untersuchten Beschäftigungseffekte lassen sich im Überblick folgendermaßen darstellen (vgl. Tabelle 3):

Tabelle 3: Gliederung der Beschäftigungswirkungen



2.2. Methodenauswahl

Zur Quantifizierung von Infrastrukturinvestitionen werden in der Literatur unterschiedliche Methoden verwendet. Zum einen findet die Simulationsmethode anhand ökonomischer Makromodelle¹¹ Anwendung. Grundlage eines Makromodells bildet die Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung¹². Um zu Aussagen über die wirtschaftliche Entwicklung zu gelangen, bedarf es der Zusammenfassung der wirtschaftlichen Aktivitäten. Mit der Aggregation geht aber Detailinformation verloren, und darin liegt auch der Nachteil eines Makromodells für die Quantifizierung der Investitionen in die österreichische Sportinfrastruktur. Die Höhe der jährlichen Investitionen für die Fußball-Europameisterschaft beträgt rund 750 Millionen Schilling; das entspricht knapp 0,2 Prozent der jährlichen Bauinvestitionen. Die gesamtwirtschaftlichen Effekte dieses Investitionsvolumens sind im IHS-Makromodell nicht signifikant und konnten daher nicht weiter verwendet werden.

Ein zweites Verfahren stellt die Kennziffernmethode zur Verfügung. Sie wird zur Ex-Post-Erfolgskontrolle von wirtschaftspolitischen Maßnahmen verwendet. Dabei wird die Entwicklung von ausgewählten Kennziffern (beispielsweise das Pro-Kopf-Einkommen) mit einem Referenzszenario verglichen. Die vorliegende Arbeit hat eine Ex-Ante-Quantifizierung der Investitionstätigkeit zum Ziel, die Kennziffernmethode ist folglich nicht geeignet.

Schließlich liefert die Input-Output-Analyse eine weitere Methode zur Evaluierung von Infrastrukturinvestitionen. Input-Output-Tabellen werden in Ergänzung zur Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (VGR) vom Österreichischen Statistischen Zentralamt erstellt. Diese Tabellen sollen die Verflechtung der einzelnen Produktionsbereiche in einer Volkswirtschaft sowie deren Beiträge zur Wertschöpfung sichtbar machen (vgl. STATISTIK AUSTRIA 1999). Während die VGR eine Darstellung nach institutionellen Gesichtspunkten (Unternehmen, private und öffentliche Haushalte), ist die Input-Output-Tabelle nach funktionellen Gesichtspunkten¹³ gegliedert. Die Input-Output-Analyse hat eine lange Tradition in der Quantifizierung von Infrastruktur- und Investitionsprojekten, sowohl international (vgl. Noll/Zimbalist 1997, Siegfried/Zimbalist 2000) als auch national (vgl. Frisch/Wörgötter 1982, Smeral 1989, Breuss/Neck/Schebeck 1993, Kratena 1995, Steiner/Thöni 1995, Althaler/Grozea-Helmenstein/Krylova 2000). Dieser methodische Ansatz wird auch der vorliegenden Untersuchung zugrunde gelegt, um die Frage zu beantworten, welche Beschäftigungswirkungen von der Fußball-Europameisterschaft ausgehen.

¹¹ In einem Makromodell (z. B. das IHS-Prognosemodell LIMA) werden die Zusammenhänge zwischen Güter-, Arbeits- und Geldmarkt, den Preisen, Löhnen und anderen Einkommen sowie dem Staatssektor abgebildet.

¹² Ziel der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (VGR) ist es, das Wirtschaftsgeschehen einer Volkswirtschaft für eine festgelegte Periode der Vergangenheit zahlenmäßig zu erfassen (vgl. Haslinger 1995). Die VGR hat also die Zusammenschau der vielfältigen wirtschaftsstatistischen Bereichsinformationen in einem System von untereinander zusammenhängenden Konten und Tabellen zum Gegenstand.

¹³ Mit der funktionellen Gliederung werden die Ströme einzelner Güter und Gütergruppen, von der Produktion bis hin zur Verwendung, deutlich gemacht. Insbesondere werden alle Vorleistungsströme ausgewiesen.

2.3. Datengrundlage

Die gegenwärtigen Vorbereitungsarbeiten für die Fußball-Europameisterschaft im Jahre 2008 sind im Bereich der Austragungsorte und Spielstätten weit gediehen. Da die tatsächliche Abhaltung der Spiele in Österreich und in der Schweiz von der Entscheidung der UEFA abhängt, liegen demgemäß noch keine Pläne für die mit den Spielen verbundenen Veranstaltungen (laufender Veranstaltungsaufwand etc.) vor. Die Finanzierungspläne für die vier Austragungsorte in Österreich sind in der Tabelle 4 dargestellt.

Tabelle 4: Investitionskosten der Stadienerrichtung bzw. -adaptierung

im Mio. ATS	Stadion	Grundstück	Infrastruktur	Gesamtkosten
Ernst Happel				75
Klagenfurt	500		160	660
Innsbruck Tivoli	400	170	120	690
Salzburg	500	100	200	800
Gesamtkosten	1,400	270	480	2,225

Quelle: ÖFB

Detailliertere Informationen bezüglich der Art der Aufwendungen waren nicht verfügbar. Auch Anfragen bei den zuständigen Stellen in den Bundesländern führten zu keiner weiteren Disaggregation der Investitionssummen. Für die Quantifizierung der Beschäftigungseffekte bleiben die Aufwendungen für den Grunderwerb ausgeblendet, da sie keine unmittelbar nachfragewirksamen Investitionen darstellen; es verbleibt somit ein Investitionsaufwand von 2,225 Millionen Schilling.

Grundlegende Annahmen

Zur Quantifizierung des Beschäftigungseffektes wird von folgenden Annahmen ausgegangen:

- Gemäß der Intention des Auftraggebers sind ausschließlich die ökonomischen Impulse der Fußball-Europameisterschaft 2008 für Österreich zu analysieren.
- Aus volkswirtschaftlicher Sicht erbringen nur zusätzliche Arbeitsplätze einen volkswirtschaftlichen Nutzen. Es wird daher angenommen, dass die Arbeitsplätze, sollte die Fußball-Europameisterschaft nicht in Österreich zur Austragung gelangen, nicht geschaffen würden¹⁴. Die alternative Verwendungsmöglichkeit der Investitionsmittel bei einer Nichtabhaltung der Spiele ist dabei ausgeblendet.

¹⁴ Dies trifft in Innsbruck nicht in dieser Form zu: Hier wurde das Stadion in Unabhängigkeit der EM 2008 gebaut. Durch die Abhaltung der EM in Österreich werden in den beiden Ländern die Stadien der UEFA-Norm entsprechend gebaut.

- Ein weiterer Aspekt, welcher die Ergebnisse beeinflusst, ist die Länge des Betrachtungshorizonts. In diesem Teil der Arbeit steht der Zeitraum der Vorbereitungsarbeiten im Mittelpunkt. Wie bereits im vorhergehenden Punkt erwähnt, ist der laufende Betriebsaufwand während der Spiele in der gegenwärtigen Bewerbungsphase noch nicht quantifiziert und daher – so wie die Post-Event-Phase – nicht berücksichtigt. Obgleich die hohen Investitionskosten auch hohe Folgekosten nach sich ziehen, hängen sie insgesamt von den Nachnutzungsplänen ab, die derzeit ebenfalls noch nicht konkretisiert sind. Der hier zugrunde gelegte Betrachtungszeitraum erstreckt sich zwischen den Jahren 2003 und 2008.
- Folgender Zeithorizont wurde gewählt: Es werden die kurzfristigen positiven Zusammenhänge zwischen den Fußballinfrastrukturinvestitionen, dem Output und der Beschäftigung analysiert.
- Die Stadien sind in den Jahren 2003 bis 2005 zu errichten, wobei die Zeitplanung der vier Austragungsstätten nicht parallel läuft. Die Investitionsimpulse der Meisterschaftsspiele sind den Jahren 2003, 2004 und 2005 zugerechnet. Auf diese drei Jahre wurde die Gesamtinvestitionssumme gleichverteilt, trotz der marginalen zeitlichen Unterschiede der vier Austragungsorte.
- Die Bauprojekte der Stadienerrichtung und -adaptierung werden dem "Bau Insgesamt" zugerechnet. Um die für die Modellrechnung notwendige Preisbasis 1990 zu erhalten, sind die Investitionskosten mit dem prognostizierten Preisindex der Bauinvestitionen deflationiert (vgl. Tabelle A 1 im Anhang).
- Die notwendigen Infrastrukturkosten tragen zum überwiegenden Teil die Gebietskörperschaften (Bund, Länder, Gemeinden), zu einem kleinen Teil sind private Investoren eingepplant. Grundsätzlich kann die materielle Infrastruktur von der öffentlichen Hand oder von privaten Unternehmen finanziert werden. Die Entscheidung zwischen öffentlichen und/oder privaten Investitionen hängt einerseits von der betriebswirtschaftlichen Effizienz, andererseits – wie bei der gegenständlichen Sportinfrastruktur – von der Erfüllung öffentlicher Interessen ab. Haushaltspolitische Faktoren der Gebietskörperschaften bzw. Finanzierungsmöglichkeiten sind nicht im Zentrum der vorliegenden Untersuchung, der Investitionsbedarf für die Europameisterschaft wird hier als ausschließlich öffentliche Investition behandelt.

2.4. Beschäftigungswirkungen der EM-Investitionen

Die notwendigen Investitionen bilden einen Impuls für Beschäftigung und Einkommen sowie die daraus resultierenden Multiplikatorprozesse. Insgesamt zählt die Bauwirtschaft zu den arbeitsintensiven Sektoren und ist auf Konjunkturschwankungen hoch reagibel. Ziel des vorliegenden Abschnitts ist die Quantifizierung der direkten und indirekten Beschäftigungseffekte, die bereits in Abschnitt 2.1 dargestellt wurden. Dazu wird in diesem

ersten Schritt die Arbeitsproduktivität herangezogen, in einem zweiten Schritt finden abgeleitete statische Beschäftigungsmultiplikatoren aus der Input-Output-Analyse¹⁵ 1990 Anwendung, um die Fragestellung einer Lösung zuzuführen.

2.4.1. Arbeitsproduktivität und Beschäftigungssteigerungen

Zur Abschätzung der ökonomischen Effekte der EM 2008 ist die Arbeitsproduktivität von zentraler Bedeutung. Die marginale Arbeitsproduktivität ist durch den Quotient der Änderung des Produktivitätsergebnisses und der Änderung der Arbeitsleistung (Beschäftigtenzahlen oder auch geleistete Arbeitsstunden) definiert.

Die marginale Arbeitsproduktivität gibt die Änderung des Produktivitätsergebnisses pro zusätzlich Beschäftigten an. Der inverse Quotient – also der Arbeitskoeffizient – ist ein Maß für die Anzahl der Beschäftigten, die pro Produktionsmenge im Herstellungsprozess eingesetzt werden.

Im Jahre 2000 waren im Bauwesen knapp 1.305 Personen pro Milliarde Schilling Bruttowertschöpfung (nominell) beschäftigt. Damit lag die Bauwirtschaft nach der Landwirtschaft, dem Handel, Tourismus und Verkehr und den sonstigen Dienstleistungen an vierter Stelle. Die Wechselwirkung von Produktionswert und Beschäftigtenzahl ist in den angeführten Sektoren besonders hoch. Wird in diesen Sektoren die Nachfrage erhöht, sind durch den gezeigten Zusammenhang große positive Arbeitsmarkteffekte generierbar (vgl. Munduch et al. 1982).

Die Arbeitsmarkteffekte des Bausektors können nach einzelnen Segmenten weiter disaggregiert werden. Der Bausektor setzt sich aus den Segmenten Vorbereitende Baustellenarbeiten, Hoch- und Tiefbau, Bauinstallationen sowie dem Ausbau- und Bauhilfsgewerbe zusammen¹⁶.

Die Anzahl der Beschäftigten pro Bruttoproduktionswert können an dieser Stelle noch nicht dahingehend interpretiert werden, dass eine Milliarde Schilling zusätzliches Auftragsvolumen auch zusätzlich die genannte Zahl an Beschäftigten generiert. Bei der Analyse der Arbeitsmarkteffekte von Bauinvestitionen sind weitere Faktoren heranzuziehen. Ein erster Faktor ist die Beschäftigungsstruktur (1999 waren 20,1 Prozent Angestellte und 79,9 Prozent ArbeiterInnen beschäftigt) im Bauwesen. Es kann angenommen werden, dass die Beschäftigungselastizität bei den Angestellten geringer ausfällt als bei den ArbeiterInnen und damit eine Ausweitung der Bauaktivitäten keinen signifikanten Zuwachs an beschäftigten Angestellten im Bausektor nach sich ziehen wird. Für die Quantifizierung der

¹⁵ Mit der Erstellung von Input-Output-Tabellen ist ein enormer zeitlicher Aufwand verbunden. Das hat zur Folge, dass die Statistik Austria einerseits nur in großen Abständen eine Input-Output-Tabelle erstellt, die andererseits bei Veröffentlichung bereits für länger zurückliegende Perioden errechnet wurde. Die letzte Input-Output-Tabelle wurde für das Jahr 1990 erstellt.

¹⁶ Statistik Austria Definition: Bauwesen nach dem EU-harmonisierten Konzept.

Beschäftigungseffekte wird im nächsten Abschnitt das Modell des Beschäftigungsmultiplikators herangezogen.

2.4.2. Beschäftigungsmultiplikatoren

Dem methodischen Ansatz zur Quantifizierung der primären EM-Beschäftigungseffekte werden die Input-Output-Analyse (1990) und die daraus abgeleiteten Beschäftigungsmultiplikatoren zugrunde gelegt¹⁷. Die zusätzlichen Staatsausgaben zur Realisierung europameisterschaftstauglicher Fußballstadien erhöht das Aktivitätsniveau der Wirtschaft und Beschäftigung. Für die Investitionssummen liefert die statische Multiplikatoranalyse Informationen über die kurzfristig davon ausgehenden Nachfragewirkungen. Der theoretische Ansatz der Multiplikatoren bildet die Beziehung zwischen Gesamtgüterproduktion und Endnachfrage ab. Er quantifiziert das Ausmaß an inländischer Güterproduktion, das durch die Endnachfrage und die dafür notwendige Produktion und Vorleistungen ausgelöst wird. Die Multiplikatoren kommen also durch Vorleistungsverflechtungen in einer Wirtschaft zustande und liegen üblicherweise zwischen 1 und 2 (vgl. Farny et al. 1988).

Die Gesamtproduktion des Bausektors setzt sich aus der Summe der benötigten Vorleistungen und der Wertschöpfungskomponente zusammen. Die Vorleistungen können dabei aus dem Inland und aus dem Ausland (Importe) bezogen werden. Die Importe ergeben sich aus der Summe der indirekt in die Produktion (Vorleistungen) eingesetzten und der direkt in die Endnachfrage eingehenden Importe. Primäre Beschäftigungswirkungen gehen folglich im Inland nur von dem Teil der Auftragssumme aus, der nicht durch Importe ins Ausland fließt. Auf der anderen Seite geben Importeffekte jenen Teil der Nachfrage wieder, der nicht inlandswirksam wird.

Tabelle 5: Importanteil bei Bauinvestitionen

Importanteil	Wohnbau	Straßenbau	Sonstiger Hoch- und Tiefbau	Ausrüstungen	Bau insgesamt	Privater Konsum
1990						
Direkt	7,03	3,7	3,32	48,79	4,83	14,68
Indirekt	14,86	15,4	14,15	9,02	15,15	10,55
Insgesamt	21,89	19,1	17,47	57,81	19,98	25,23
2000 zu Preisen 1990						
Insgesamt					26,20	30,73

Quelle: IHS

Der Importanteil der Bauinvestitionen gemäß Input-Output-Tabelle betrug 1990 insgesamt rund ein Fünftel der Investitionssumme und erhöhte sich bis zum Jahre 2000 auf knapp über 26 Prozent. Diesem sind in der Modellberechnung die Investitionen im Rahmen der Fußball-Europameisterschaft zugerechnet. Wobei der Importgehalt der Sparte Ausrüstungs-

¹⁷ Wie bereits mehrfach erläutert, erstellte das ÖSTAT die letzte Input-Output-Tabelle für das Jahr 1990.

investitionen¹⁸ mit rund 58 Prozent deutlich über den anderen Sparten liegt. In der Sparte "Sonstiger Hoch- und Tiefbau" liegt der Importanteil leicht unter dem Durchschnitt des Bausektors insgesamt. Vergleichsweise höher ist der Importanteil des privaten Konsums; dieser stieg von 1990 bis 2000 von 25,2 Prozent auf rund 31 Prozent.

Für die Berechnung der Beschäftigungswirkung müssen Korrekturen vorgenommen werden. Zum einen sind die Auftragssummen um den Importanteil zu bereinigen (siehe Tabelle 5); Zum anderen sind die Investitionsaufwendungen um die für die Zukunft prognostizierten Preissteigerungen zu berichtigen. Eine weitere Korrektur bezieht sich auf technologische Kennziffern. Durch den technischen Fortschritt einerseits und die Erhöhung der Kapitalintensität andererseits sind auch die durchschnittlichen Arbeitsproduktivitäten gestiegen. Steigender technischer Fortschritt und steigende Arbeitsproduktivität determinieren die Höhe der Beschäftigungseffekte. Eine Erhöhung der Produktion um die selbe (preisbereinigte) Einheit im Jahre 1990 gegenüber 2003 resultiert in eine geringere Beschäftigungswirkung für das Jahr 2003 als für 1990. Direkte Beschäftigungseffekte sind um einen geschätzten Produktivitätsanstieg im Bauwesen bereinigt worden.

2.4.2.1. Direkte und indirekte Beschäftigungseffekte

Die Berechnungen der direkten Beschäftigungseffekte aufgrund der Investitionen zeigen folgendes Bild (Tabelle 6). In jenem Zeitraum, der für die Errichtung und Adaptierung der Fußballstadien vorgesehen ist, wird die Beschäftigung im Bauwesen um insgesamt 1.167 Personen ausgeweitet.

Die zusätzliche Nachfrage der beauftragten Baufirmen bei den Zulieferfirmen löst auch dort einen Beschäftigungseffekt (indirekter Beschäftigungseffekt) aus. Dieser beträgt in den drei Baujahren für den realen Produktionswert insgesamt 552 Personen.

Tabelle 6: Investitionsinduzierte direkte Beschäftigungseffekte 2003-2005:

Zeitraum	direkter Beschäftigungseffekt	indirekter Beschäftigungseffekt
	real	real
2003	397	188
2004	388	184
2005	381	180
gesamt	1.167	552
direkt + indirekt		1.719

Quelle: IHS

Investitionen für die Adaptierung der Fußballstadien generieren eine reale direkte und indirekte Beschäftigungserhöhung im Untersuchungszeitraum von insgesamt 1.719 Arbeitsplätzen.

¹⁸ Ausrüstungsinvestitionen sind beispielsweise Maschinen, Betriebs- und Geschäftsausstattungen etc.

Gemäß den Annahmen entsteht die direkte zusätzliche Arbeitskräftenachfrage ausschließlich in der Sparte "Bau Insgesamt". Es ist bei der Interpretation allerdings zu berücksichtigen, dass Beschäftigungseffekte auch vom Produktionsniveau abhängen. Zusätzliche Nachfrage aufgrund der zusätzlichen Investitionen bei einer Situation der Unterbeschäftigung führt dazu, dass mehr Personen beschäftigt werden können als in einer Situation der Kapazitätsauslastung. Weiters besteht die Tendenz, dass eine nicht permanent anfallende Nachfrage eher durch Überstundenleistungen und Sonderschichten bedient wird als durch die Neueinstellung von Arbeitskräften (vgl. Farny/Kratena/Roßmann 1988).

2.4.2.2. Fiskalische Auswirkungen des direkten Beschäftigungseffekts

Die im vorigen Abschnitt dargestellten direkten Beschäftigungseffekte ziehen hohe fiskalische Effekte nach sich. Jeder geschaffene Arbeitsplatz bedeutet grundsätzlich in seinen fiskalischen Auswirkungen zum einen — soweit solche bezogen worden wären — eine Verringerung der Sozialtransfers (Arbeitslosengeld und Notstandshilfe), zum anderen eine Erhöhung des Aufkommens an Steuern und Sozialversicherungsabgaben.

Ein Blick auf das Jahr 2000 zeigt, dass von den gemeldeten Arbeitslosen knapp 12,3 Prozent (das waren 23.850 Personen) auf die Wirtschaftsklasse Bauwesen entfallen. Die Arbeitslosenquote der Wirtschaftsklasse Bauwesen lag 2000 bei 12,3 Prozent, die gesamtösterreichische Arbeitslosenquote bei 5,8 Prozent (vgl. AK 2001). Die Einsparungen an Arbeitslosengeld und Notstandshilfe bauen auf folgenden stilisierten Annahmen auf: Alle zusätzlich Beschäftigten sind ohne Stadienneubauten genau ein Jahr beschäftigungslos, sie beziehen sechs Monate Arbeitslosengeld und sechs Monate Notstandshilfe in der Höhe des Durchschnittswertes 1999 der 30-39jährigen (9.738 bzw. 7.224 Schilling pro Monat).

Die Ergebnisse lassen sich folgendermaßen zusammenfassen: Der Beschäftigungseffekt von 1.719 Personen resultiert im angenommenen Szenario in einer Verringerung der Sozialtransfers in der Höhe von 173,7 Millionen Schilling. Unter Herannahme der gesamten österreichischen Steuer- und Abgabenquote von 44,5 Prozent entsteht durch die zusätzliche Beschäftigung in den Jahren 2003 bis 2005 ein kumuliertes Abgabenaufkommen von 415 Millionen Schilling. Abgezinst auf den Gegenwartswert ergibt sich daraus ein Barwert von 359 Millionen Schilling zusätzlichen Steuereinnahmen.

2.4.2.3. Sekundärer Beschäftigungseffekt

Neben dem direkten Beschäftigungseffekt entsteht aufgrund der zusätzlichen Konsumnachfrage dieser zusätzlich Beschäftigten auch ein sekundärer Beschäftigungseffekt. Die mit den EM-Investitionen geschaffenen Einkommen erhöhen also in einer weiteren Runde den Konsum, und über den Konsummultiplikator wird zusätzliche Beschäftigung generiert.

Die Ergebnisse der Berechnungen sind überblicksartig in Tabelle 7 dargestellt. Der primäre Beschäftigungseffekt, multipliziert mit der prognostizierten durchschnittlichen

Bruttolohnsumme je aktiv Beschäftigten, stellt die EM-induzierte Einkommenserhöhung dar. Diese Einkommenszuwächse werden um die prognostizierte Sparquote sowie die Steuerleistung bereinigt und führen zu den nominellen Konsumausgaben, die mit dem Index der Bauinvestitionen deflationiert werden. Die realen Konsumausgaben führen mittels geschätztem Multiplikator (aus Konsumneigung und Wertschöpfungsmultiplikator) einerseits und aus der Input-Output-Tabelle 1990 entnommener Beschäftigungswirkung andererseits zum sekundären Beschäftigungseffekt.

Tabelle 7: Sekundärer Beschäftigungseffekt

	2003	2004	2005	Gesamt
primärer Beschäftigungseffekt	585	572	562	1719
Bruttolohnsumme/aktiv Beschäftigte	525,255	544,164	560,489	
EK-Zuwachs der Beschäftigten	307.249.034	311.457.924	314.820.081	
Deflator privater Konsum	129,66	131,60	133,32	
Konsumausgaben nominell	192.837.095	191.019.758	188.911.369	
Konsumausgaben real	148.725.745	145.146.919	141.702.718	
Konsumausgaben minus Importanteil	103.022.324	100.543.271	98.157.437	
Multiplikator	1.8	1.8	1.8	
Sekundärer Beschäftigungseffekt	185	181	177	543
Gesamteffekt	770	753	738	2.262

Quelle: IHS

Aus den Konsumausgaben der zusätzlichen Beschäftigten ergibt sich ein sekundärer Beschäftigungseffekt im Umfang von 543 Jahresbeschäftigungsarbeitsplätzen.

Insgesamt ergibt sich aus den Bauarbeiten zur Vorbereitung der Fußball-Europameisterschaft 2008 in Österreich eine Beschäftigungswirkung von 2.262 Jahresarbeitsplätzen, wovon 1.719 durch den primären Beschäftigungseffekt und 543 durch den sekundären Beschäftigungseffekt bestimmt sind. Für eine geplante Bauzeit von drei Jahren stellt das eine durchschnittliche jährliche Beschäftigung von 754 Personen dar.

2.4.3. Wertschöpfungseffekte der Infrastrukturinvestitionen

Nachdem im vorhergehenden Abschnitt die Beschäftigungsimpulse der Bauinvestitionen berechnet wurden, steht hier die investitionsinduzierte Wertschöpfung im Mittelpunkt der Analyse. Die Gesamtproduktion des Bausektors besteht aus allen an andere Sektoren gelieferten Gütern (Intermediärnachfrage) und der Endnachfrage. Die Korrektur der Gesamtproduktion um die Vorleistungen ergibt die Wertschöpfung eines Sektors. Aus volkswirtschaftlicher Sicht haben Investitionen den Effekt zusätzlicher Nachfrage. Diese erhöht als Primäreffekt über die Zulieferbeziehungen innerhalb der Wirtschaft die Wertschöpfung in den Zulieferbetrieben. Dieser Effekt ist der Input-Output-Multiplikatoreffekt.

Die Wertschöpfungseffekte der Infrastrukturinvestitionen hängen unter anderem stark davon ab, inwieweit die zusätzlichen Bauaktivitäten ausgelagert werden (Stichwort: "outsourcing"). Diese Wirkungen sind in den Berechnungen weitgehend umgangen worden, indem als Bezugspunkt die reale Wertschöpfung genommen wurde.

Aufbauend auf die Input-Output-Tabellen 1990 wurde für Bauinvestitionen ein Wertschöpfungskoeffizient von 1,16 berechnet. Bei der Anwendung der von Farny/Kratena/Roßmann (1998) vorgeschlagenen Methode zur Korrektur der Input-Output-Koeffizienten (Berücksichtigung der gestiegenen Importquote) ergibt sich eine Abweichung von rund 15 Prozent. Das führt zu einem aktuellen Koeffizienten von 1,36 – mit anderen Worten liegt die Wertschöpfung einer Investitionsmilliarde bei 733 Millionen Schilling (vgl. Kratena 1995).

Tabelle 8: Wertschöpfung der EM-Investitionen

ATS	nominell	real
2003	401.208.396	283.892.473
2004	401.208.396	277.781.284
2005	401.208.396	272.601.849
Gesamt	1.203.625.189	834.275.606

Quelle: IHS

Der geschätzte Input-Output-Effekt der realen Investitionen im Rahmen der Fußball-Europameisterschaftsvorbereitungen beträgt für den Beobachtungszeitraum rund 834 Millionen Schilling. Die mit diesen Investitionen geschaffenen Einkommen verursachen in einer weiteren Runde einen zusätzlichen Konsum, der bereits im Abschnitt über die sekundären Beschäftigungseffekte abgehandelt wurde.

2.4.4. Zusammenfassung

Der Bau der für die Fußball-Europameisterschaft notwendigen Fußballstadien bzw. deren Adaptierung wird über den Zeitraum 2003 bis 2005 insgesamt 2.262 Jahresarbeitsplätze schaffen. Für die geplante Bauzeit von drei Jahren werden durch die Bauinvestitionen durchschnittlich pro Jahr 754 Personen zusätzlich Beschäftigung finden. Von diesen gesamten zusätzlichen Arbeitsplätzen werden 1.719 als primärer Beschäftigungseffekt bei direkt beauftragten (1.167) und indirekt mit Zulieferungen befassten Firmen (552) anfallen. Aus dem Einkommen dieser zusätzlichen Beschäftigung ergibt sich über den Multiplikatorprozess ein sekundärer Beschäftigungseffekt von 543 Arbeitsplätzen für den gesamten Konsumgüterbereich der österreichischen Wirtschaft. Die investitionsinduzierte Wertschöpfung in den Jahren 2003 bis 2005 beträgt rund 834 Millionen Schilling.

Für die Bauinvestitionen in Österreich 2003 ist zwar ein reales Wachstum von 1,7 Prozent prognostiziert, das überwiegend vom Wohnungsbau getragen ist. Im Zeitraum 2003 bis 2005 ist jedoch mit einer moderaten Entwicklung der Bauinvestitionen zu rechnen. In dieser

Konjunktursituation stellen die zusätzlichen öffentlichen Investitionen für die Fußball-Europameisterschaft – insbesondere vor dem Hintergrund einer prognostizierten Arbeitslosenquote von 5,3 Prozent (nationale Definition) – einen wesentlichen Beitrag zur Stabilisierung der Beschäftigung im Bauwesen dar.

Weiters kann vermutet werden, dass internationale sportliche Erfolge zusehends von der ökonomischen Leistungsfähigkeit eines Landes bzw. seiner Bereitschaft abhängen, einen Teil seiner ökonomischen Leistungskraft auf den Fußballsport zu konzentrieren.

3. Wirtschaftsimpulse der touristischen Nachfrage

Sport nimmt in unserer Freizeitgestaltung eine immer bedeutendere Rolle ein. Dementsprechend hat sich die Sportbranche zu einer Wachstumsbranche entwickelt. Fußball ist in Österreich – 107 Jahre nach der Gründung des ersten Fußballclubs¹⁹ – wohl eine der beliebtesten Sportarten (vgl. Eisenberg 1997), die aktiv und passiv betrieben wird.

Die Bedeutung des Fußballsports für die Freizeit- und Reisegestaltung ist überraschenderweise in der ökonomischen Literatur bisher nur am Rande behandelt worden (für Deutschland vgl. Weber et al. 1995). Es liegen zwar zahlreiche Erhebungen über BesucherInnen ausgewählter Fußballspiele und deren Konsumverhalten vor, die Einbettung des "Fußballfreizeitverhaltens" in die Gesamtwirtschaft zur Quantifizierung der davon ausgehenden wirtschaftlichen Impulse ist für Österreich noch nicht durchgeführt worden.

Das sportliche Großereignis einer Fußball-Europameisterschaft bietet nun die Möglichkeit, einerseits ökonomische Effekte der Infrastrukturinvestitionen zu schätzen (siehe Kapitel 2), andererseits Nachfrageimpulse während der Austragung der Spiele zu errechnen. Letzteres ist das Ziel des vorliegenden dritten Kapitels. Im Mittelpunkt stehen zwei Fragenkomplexe: Wieviele inländische und ausländische BesucherInnen werden die Meisterschaftsspiele besuchen? und Welche Impulse erwachsen daraus kurz-, aber auch mittelfristig für die österreichische Tourismuswirtschaft?

Die durch die EM 2008 kurz- und mittelfristig zu erwartenden BesucherInnenströme werden im vorliegenden Kapitel gesondert erfasst. Die Tourismusindustrie stellt für Österreich einen bedeutenden Wirtschaftssektor dar. Nach der Darstellung der österreichischen Tourismuswirtschaft erfolgt eine Analyse der touristischen Aktivitäten, die mit der Durchführung der Fußball-Europameisterschaft 2008 verbunden sind. Zur Quantifizierung dieser Aktivitäten werden unterschiedliche Szenarien entwickelt, in denen unterschiedliche Auslastungsgrade der Spiele sowie Ausgabenverhalten der BesucherInnen simuliert werden. Darauf aufbauend wird die zusätzliche touristische Wertschöpfung geschätzt, die mit der Abhaltung der Spiele verbunden sein wird.

3.1 Impulse für den österreichischen Tourismus

Mit der Durchführung von Sportgroßveranstaltungen sind zahlreiche Effekte verbunden. Dazu zählt die Erhöhung des Erlebnis- und Freizeitwerts aufgrund der Nachnutzung der Sportanlagen durch die Bevölkerung. Die internationale Aufmerksamkeit einer Sportveranstaltung schafft ein positives Image, das in wachsenden Touristenströmen, einer Stärkung der Attraktivität der Industrieansiedlungen etc. wirksam wird.

¹⁹ Am 22.8.1894 wurde im Gasthaus "Zur schönen Aussicht" der "First Vienna Football Club" gegründet.

Österreich kann bislang nur auf wenige international angesehene Sportgroßereignisse zurückblicken. Zu nennen sind zweimal Olympische Spiele (1964 und 1976), Skiweltmeisterschaften 1982, 1990 und 2001, weiters Formel-1 Rennen und Eishockeyweltmeisterschaften 1967, 1977, 1996 und 1998. Im Bereich des Fußballsports wurden Europacup-Finals in Wien (1964, 1970, 1987, 1990, 1994 und 1995) ausgetragen. Der gegenwärtige Fußballboom und die weltweite mediale Präsenz großer Fußballereignisse lassen auf große positive Effekte für die Gastnationen der Fußball-Europameisterschaft 2008 schließen. Große Chancen sind damit vor allem für die Tourismusindustrie verbunden, die vor allem in vier Bereichen angesiedelt sind:

Ausbau von Infrastruktur: Mit der Abhaltung der Europameisterschaft 2008 sind weitreichende Sport- und Freizeitinfrastrukturinvestitionen verbunden. Neben den ökonomischen Effekten (vgl. Kap. 2) wird die Nachnutzung zu einem neuen Standbein für die Region. Beispielsweise stellt das Nachnutzungskonzept in Salzburg (vgl. Hypo 1998) einerseits eine Möglichkeit zur Abhaltung von neuen kulturellen Veranstaltungen dar, andererseits wird der Freizeitwert für die Region durch die Schaffung einer öffentlich zugänglichen, nutzbaren Infrastruktur für Freizeit, Sport und Erholung insgesamt erhöht²⁰.

Struktureffekte: Für die Abhaltung der EM 2008 erfolgt eine Verbesserung der Sportinfrastruktur. Aber auch in anderen Bereichen, insbesondere im Hotel- und Gastgewerbebereich sowie im Verkehrsbereich erfolgen Kapazitätsausweitungen und vor allem Qualitätsverbesserungen. Neben der touristischen Basisinfrastruktur kann auch die Sportinfrastruktur zu einer Attraktivitätserhöhung der Region führen²¹.

Nachfragepotential: Die Werbewirksamkeit von Fußballgroßereignissen ist unumstritten. Wie sich das dadurch angesprochene Marktpotenzial mittel- und langfristig in größerer Tourismuskapazität niederschlägt, war bei den vergangenen Sportgroßereignissen unterschiedlich ausgeprägt. Bislang profitierten vor allem jene Regionen, die zum Zeitpunkt des Sportereignisses kaum Tourismus zu verzeichnen hatten. Durch eine Großveranstaltung wird der internationale Bekanntheitsgrad bei gleichzeitiger Verbesserung der touristischen Infrastruktur im Zuge der Spiele erhöht.

Imageeffekte: Sportgroßveranstaltungen sind von einer starken Medienpräsenz bereits vor, aber hauptsächlich während der Spiele begleitet. Darin liegt eine Chance, den Austragungsort der Spiele bzw. die Gastnation zu präsentieren. Österreich kann sich im Zuge der EM 2008 neu positionieren, um seine Marktanteile im internationalen Tourismus zu vergrößern²² bzw. die Tourismusattraktivität vor allem für junge sport- und erlebnissuchende

²⁰ Manifestierung der Freizeitnutzung durch eine Konzentration möglichst vieler Erholungs-, Freizeit- und Sportangebote an einem Ort.

²¹ Die Sprungchance in Innsbruck ist zu einem Bestandteil der Stadt geworden, der Olympia-Park in München ist ebenfalls in die Stadtbesichtigungsprogramme integriert worden (vgl. Krajasits 1995).

²² Die olympischen Winterspiele in Innsbruck 1964 und 1976 trugen wesentlich zur Imageverbesserung von Tirol bei (vgl. Kirchner 1980).

TouristInnen zu erhöhen²³. Die Berichterstattung trägt einerseits zur Erhöhung des Bekanntheitsgrades bei, andererseits werden bestimmte Bilder von der Austragungsregion nachhaltig geprägt, die ihrerseits mittelfristig neue BesucherInnensegmente anziehen können.

3.2 Bestandsaufnahme des Tourismus in Österreich

Österreich hat sich zu einem tourismusintensiven Land entwickelt. Aufgrund eines sich ändernden Freizeitverhaltens sowie durch den Wandel der internationalen Wettbewerbsbedingungen sind die gegebenen Strukturen der österreichischen Tourismuswirtschaft neu zu überdenken, um den Marktanteil²⁴ im internationalen Reiseverkehr halten bzw. ausbauen zu können und der geänderten Tourismusnachfrage zu entsprechen. Ein Blick auf die reale Bruttowertschöpfung verdeutlicht einerseits den zentralen Stellenwert des Tourismus für Österreich, andererseits die gegenwärtigen Strukturschwächen: Nach einer rückläufigen Entwicklung des Anteils des Hotel- und Gastgewerbes an der Bruttowertschöpfung Österreichs in der ersten Hälfte der 90-er Jahre — mit einem Zwischenhoch 1992 — wuchs er am Ende des Jahrzehnts wieder und betrug 1999 und 2000 4 Prozent.

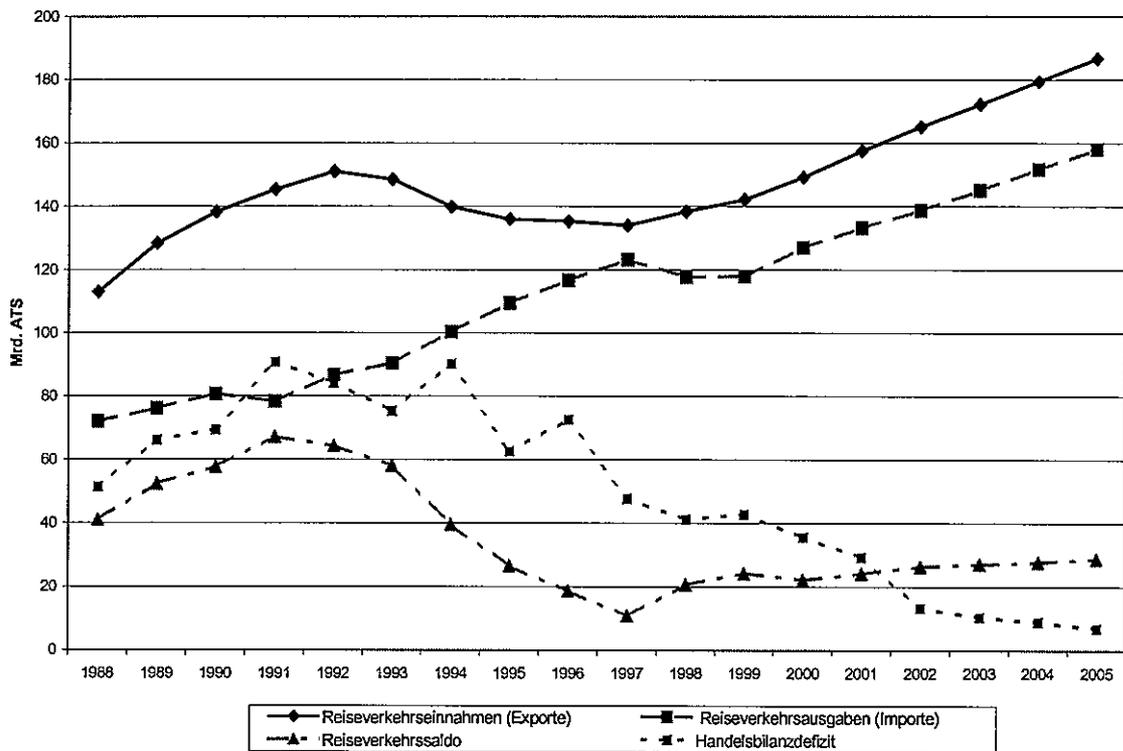
Die Tourismuswirtschaft stellt einen bedeutenden Beitrag zur Arbeitsplatzschaffung dar²⁵ und kann auch als Instrument der Regionalentwicklung eingesetzt werden. Darüber hinaus sichern die Reiseverkehrseinnahmen ausländische Zahlungsmittel, die wiederum für den Import ausländischer Waren und Dienstleistungen zur Verfügung stehen. Die Einnahmen aus dem Reiseverkehr betragen 2000 rund 149,3 Milliarden Schilling. Die Reiseverkehrsausgaben der InländerInnen im Ausland lagen mit 127,1 Milliarden Schilling deutlich darunter, damit verbleibt ein positiver Reiseverkehrssaldo von 22,2 Milliarden Schilling, wenngleich das Wachstum der nominellen Reiseverkehrsexporte der letzten 10 Jahre mit durchschnittlich 1,6 Prozent jährlich deutlich geringer war als das Wachstum der Reiseverkehrsimporte von jährlich durchschnittlich 5,4 Prozent. Die österreichische Fremdenverkehrswirtschaft erfüllt aufgrund des positiven Reiseverkehrssaldos (dieser ist bereits seit den 50er Jahren eindeutig positiv) weiterhin die Funktion des Ausgleichs vorhandener Handelsbilanzdefizite (vgl. Abbildung 1), obwohl der Reiseverkehrssaldo (2000 in der Höhe von 22,2 Milliarden Schilling) nicht ausreicht, das Minus der Handelsbilanz auszugleichen.

²³ Vgl. Abschnitt: Merkmale der Gäste in Österreich

²⁴ Der Marktanteil am internationalen Tourismus lag Mitte der 70er Jahre bei 12 Prozent, er sank auf 8,8 Prozent Mitte der 80er Jahre und liegt derzeit bei rund 8 Prozent.

²⁵ Stichwort: Ausweitung der Dienstleistungsgesellschaft

Abbildung 1: Reiseverkehrsexporte und -importe, der Reiseverkehrssaldo sowie das Handelsbilanzdefizit, nominell, 1988-2005



Quelle: OeNB, IHS, *2001-2005 IHS-Prognosewerte

Der österreichische Tourismus ist durch ein hohes Maß an Saisonalität gekennzeichnet (vgl. Pichelmann et al. 1994, Riese et al. 1989). Eine getrennte Betrachtung der Nächtigungszahlen der Sommer- und Wintersaison demonstriert die unterschiedlichen Entwicklungstendenzen. Wurde im Wintertourismus in Gesamtösterreich ein Nächtigungshöhepunkt erreicht — mit seither leicht sinkender Tendenz — ist im Sommertourismus Anfang der 80er und 90er Jahre ein Maximum erreicht worden. Der Einbruch in den Nächtigungsziffern in der ersten Hälfte der 90er Jahre ist beträchtlich. Obwohl sich der österreichische Tourismus seit 1997 erholt hat, entwickelten sich die internationalen Tourismus- und Freizeitmärkte dynamischer als die Nachfrage nach Österreich-Aufenthalten. So wuchsen seit 1997 die internationalen Tourismismärkte in Europa zu konstanten Preisen und Wechselkursen mit einer jährlichen Rate von rund 4 %, während die internationale Nachfrage nach Österreich-Aufenthalten um nur 2 % pro Jahr zunahm (Smeral, 2001). Das Jahr 2000 zeigt eine Zunahme der Nächtigungsziffern um 0,7 % gegenüber dem Vorjahresniveau, die zum Großteil auf einer verstärkten inländischen Nachfrage beruht. Die Umsätze dagegen entwickelten sich mit einer Wachstumsrate von 5,7 % deutlich dynamischer. Diese unterschiedliche Entwicklung ist auf die sinkende Tendenz der Aufenthaltsdauer bzw. den Trend zum Kurzurlaub zurückzuführen.

Mehr als die Hälfte der touristischen Nachfrage findet innerhalb von fünf Monaten statt. Den Engpässen während der wenigen Hochsaisonmonate stehen Überkapazitäten während des

restlichen Jahres gegenüber, die Auslastung der bestehenden Kapazitäten ist im Jahresdurchschnitt zu schwach. Eine prinzipielle Besonderheit des Dienstleistungsgewerbes besteht in der mangelnden Lagerfähigkeit der "Produkte". Die Leistungen können nur zu dem Zeitpunkt der Nachfrage erbracht werden, sodass hohe Auslastungsschwankungen durch "Lagerhaltung" nicht ausgeglichen werden können. Das touristische Angebot bedeutet also ein Angebot von Kapazitäten, die erbrachten Dienstleistungen sind von der Nachfrage determiniert.

Der Rückgang der **Nächtigungszahlen** in der ersten Hälfte der 90er Jahre ist im Zusammenhang mit der internationalen Rezession zu sehen: Abwertungen in wichtigen Konkurrenzländern führten zu einer relativen Verteuerung der österreichischen Tourismusleistungen, die deutsche Wiedervereinigung führte zu einer Reduktion der Realeinkommen in Westdeutschland und in Folge zu einem Wegbrechen des deutschen Marktsegments. Von diesen Entwicklungen sind seit Beginn der 90er Jahre vor allem die "Tourismusintensivregionen" West- und Südösterreichs betroffen. Die gegenwärtige Zunahme der Nächtigungsziffern sind einerseits auf die verbesserten makroökonomischen Rahmenbedingungen (Erholung der Wirtschaftskonjunktur und die damit verbundene Erhöhung der verfügbaren Einkommen) und andererseits auf die Strukturmaßnahmen im Tourismus (Qualitätssteigerungen, verstärkte Marketingstrategien etc.) rückführbar.

Die **Übernachtungen** der InländerInnen nahmen zwischen 1975 und 2000 von 25,5 auf 31,1 Millionen Übernachtungen zu. Die Übernachtungen der InländerInnen betragen im Beobachtungszeitraum rund ein Viertel der Gesamtübernachtungen. Die Nchtigungen der ausländischen Gäste erhöhten sich von rund 80 Millionen (1975) auf 82,5 Millionen, mit zwei Maxima in den Jahren 1981 (92,5 Millionen) und 1992 (99,8 Millionen). Dieser Höhepunkt resultiert aus einer Kombination unterschiedlicher Faktoren: Ostöffnung, relative Verbilligung des Angebots, Algenplage in der oberen Adria etc. Nach einem Tiefpunkt im Jahr 1997 mit 80,6 Millionen erreichte die Übernachtungszahl der AusländerInnen in den folgenden Jahren leicht wachsende Werte. Die Rückläufe der Nächtigungsziffern sind in den Bundesländern recht unterschiedlich ausgeprägt. Das Bundesland Wien hatte in den 90er Jahren die geringsten Rückläufe bei den ausländischen Gästen (-0,4 Prozent) zu verzeichnen (vgl. Tabelle A 9 und Tabelle A 8), konnte bei den Inlandsnchtigungen sogar markant (+5,1 Prozent) dazugewinnen.

3.2.1 Tourismus in den Bundesländern der EM-Austragung

Der **Beitrag** des Hotel-, Gast- und Schankgewerbes zum **Bruttoinlandsprodukt** auf Bundesländerebene²⁶ zeigt den deutlichen Unterschied in der Bedeutung dieses Wirtschaftsbereichs auf regionaler Ebene. Im Bundesländervergleich lag 1997²⁷ der Beitrag des Tiroler Beherbergungs- und Gaststättenwesens zum regionalen Wertschöpfung mit 11,6 Prozent

²⁶ Die Erfassung des Tourismus der einzelnen Bundesländern nach dem TEA-Konzept liegt noch nicht vor, es wird daher das Hotel- und Gaststättenwesen herangezogen.

²⁷ Die letzten BIP-Daten auf Bundesländerebene sind aus dem Jahr 1997.

signifikant über dem Anteil der restlichen Bundesländer. In Salzburg (7,4 Prozent), Kärnten (6,3 Prozent) und Vorarlberg (5,9 Prozent) war die Wertschöpfung ebenfalls höher als von Gesamtösterreich. Unterdurchschnittlich waren die Anteile in der Steiermark (3,6 %), in Niederösterreich (2,7 Prozent) und in Oberösterreich (2,3 Prozent). Das Wiener Hotel-, Gast- und Schankgewerbe leistete mit 2,3 Prozent den geringsten Beitrag zur regionalen Wertschöpfung.

Aufgrund des unterschiedlichen touristischen Angebotes variiert sowohl die Gästestruktur innerhalb der einzelnen Bundesländer als auch die Ausprägung der saisonalen Schwankungen. Ausgehend von den gesamten Nächtigungsziffern ist in Tirol der Anteil mit 34,8 Prozent am höchsten, gefolgt von Salzburg (18,7 Prozent), Kärnten (11,6 Prozent) und der Steiermark (8,3 Prozent) (vgl. Tabelle 9). Niederösterreich konnte 1999 nur 5,0 Prozent aller Nächtigungen verzeichnen.

Tabelle 9: Anteile der Bundesländer an den Gesamtnächtigungen (1992, 1999)

	Bgl.	Ktn.	N.Ö.	O.Ö.	Sbg.	Stmk.	Tirol	Vbg.	Wien
alle Gäste									
1992	1,73	13,46	4,86	6,27	19,12	7,32	35,23	6,74	5,28
1999	2,08	11,59	5,02	6,01	18,69	8,32	34,77	6,82	6,70
inl. Gäste									
1992	4,61	17,14	13,09	13,11	17,79	18,94	9,86	2,78	2,69
1999	5,64	15,52	12,36	12,68	17,04	20,10	9,89	2,70	4,08
ausl. Gäste									
1992	0,85	12,32	2,33	4,17	19,53	3,74	43,02	7,96	6,07
1999	0,77	10,15	2,32	3,56	19,29	3,98	43,92	8,34	7,66

Quelle: Statistik Austria, IHS

Tirol: Der Anteil der inländischen Übernachtungen in Tirol liegt mit 7,6 Prozent (1999) signifikant unter dem österreichischen Durchschnitt (vgl. Tabelle A 8). Der hohe Anteil an ausländischen Gästen²⁸ in Tirol (92,4 Prozent) resultiert in einer starken Abhängigkeit von internationalen Rahmenbedingungen. Saisonspitzen sind jeweils die Monate Februar und Jänner (vgl. Tabelle A 11).

Im Bundesland **Salzburg** erfolgen 18,7 % aller Nächtigungen. Die Gästestruktur im Bundesland entspricht dem österreichischen Durchschnitt²⁹. 24,5 Prozent der Nächtigungen werden von InländerInnen getätigt, die restlichen 75,5 Prozent entfallen auf ausländische Gäste. So wie in Tirol sind auch in Salzburg die Monate Februar und Jänner die Saisonspitzen (vgl. Tabelle A 11).

Kärnten kann rund 12 Prozent der österreichischen Gesamtnächtigungen für sich verbuchen. Rund 10 Prozent der ausländischen Nächtigungen entfallen auf das Bundesland Kärnten. Über 60 Prozent der Nächtigungen entfallen auf die Monate Juni, Juli und August, während in der Wintersaison nur rund 16 % aller Nächtigungen getätigt werden (vgl. Tabelle A 11).

²⁸ Insbesondere Gäste aus Deutschland.

²⁹ Österreich gesamt: Inländische Gäste 26,9 Prozent, ausländische Gäste 73,1 Prozent.

Wien liegt mit seinem Anteil an ausländischen Gästen von 83,6 Prozent hinter Tirol an zweiter Stelle. Die monatlichen Nächtigungsziffern schwanken in der Bundeshauptstadt weniger stark als in den anderen Bundesländern. Eine leichte Saisonspitze liegt auch hier im August und im September (vgl. Tabelle A 11), lediglich die Monate Jänner und Februar können als Zwischensaison bezeichnet werden.

Die ungleiche saisonale Nachfragestruktur ist ein zentrales Problem des österreichischen Tourismus. In Westösterreich (Vorarlberg, Tirol, Salzburg) dominiert der Wintertourismus, die Sommer-Einsaisonalität ist vor allem in Kärnten, Niederösterreich und im Burgenland gegeben. Generell sind die Tagesausgaben im Wintertourismus höher als im Sommertourismus, weiters unterscheiden sich die Einnahmen der Zwei- gegenüber den Einsaisonregionen.

3.3 Die Österreich-TouristInnen

Über ein Viertel aller Gäste waren 2000 ÖsterreicherInnen. Im internationalen Vergleich ist Österreich stark von der ausländischen Nachfrage abhängig. Knapp 91 Prozent des AusländerInnen Nächtigungsvolumens stammen aus EU Ländern. Mit rund 46 Prozent stellt Deutschland den größten Herkunftsmarkt für Österreich, allerdings mit sinkender Tendenz, dar (vgl. Tabelle 10). Besonders ausgeprägt ist die Auslandsabhängigkeit in Westösterreich, in Ostösterreich nimmt die Inlandsnachfrage einen höheren Stellenwert ein.

Die Gästenächtigungen aus den Niederlanden sind im Zeitraum 1970 bis 1993 stark angewachsen, seither sinkt aber das Nächtigungsvolumen. Leichte Zuwächse wurden aber wieder in den Jahren 1999 und 2000 registriert. Die Nachfrage aus Italien zeigt weiterhin steigende Tendenz, ebenso wie die Schweizer Nächtigungszahlen. Eine starke Zunahme des Gästenächtigungsaufkommens liegt bei Gästen aus den USA, Japan sowie den osteuropäischen Ländern vor.

Tabelle 10: Nächtigungen nach der Herkunft der Gäste in Österreich (in 1000)

	1995	1997	1998	1999	2000	Aufenthaltsd auer i. T.
Inländer insgesamt	30123	28504	29278	30301	31147	
Ausländer insges.	86991	80562	81853	82396	82499	
1. Deutschland	58430	52820	52780	53070	52300	5,24
2. Niederlande	7520	6730	6790	7010	7370	6,22
3. Großbritannien	2720	2450	2670	2780	3070	4,60
4. Schweiz	2900	2780	2800	2780	2890	3,92
5. Italien	2210	2380	2610	2680	2530	2,78
6. Belgien	2620	2430	2250	2270	2220	5,82
7. USA	1330	1410	1600	1570	1880	2,40
8. Frankreich	2130	1860	1890	1720	1460	3,78
9. Dänemark	803	781	822	872	879	
10. Tschechien	488	649	779	830	836	
11. Polen	391	587	697	795	755	
12. Japan	498	558	563	575	584	1,99
13. Ungarn	623	600	648	692	729	3,39
14. Schweden	710	613	625	636	678	
Übriges Ausland	3618	3914	4329	4116	4318	
insgesamt	117115	109066	111131	112698	113646	

Quelle: Statistik Austria, IHS

Mit einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer³⁰ am Urlaubsort von 5,2 Tagen liegt Deutschland knapp hinter den Niederlanden und Belgien. Die Gäste aus Großbritannien bleiben durchschnittlich 4,6 Tage, Gäste aus Übersee (Japan und USA) verbringen rund zwei Tage in Österreich. Die ausländischen Gäste verbringen 4,7 Tagen in Österreich. Insgesamt (vgl. Tabelle A 13) war die Aufenthaltsdauer 2000 mit 5,69 Tage in Kärnten und mit 5,09 Tagen in Tirol am höchsten im Vergleich mit den anderen Bundesländern. In Wien war die Aufenthaltsdauer mit 2,36 Tage am kürzesten. Seit 1988 ist die durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Österreich kontinuierlich von 5,15 Tagen auf 4,31 Tage gesunken.

Die inländische Nachfrage kann – insbesondere durch die steigende Anzahl der Auslandsurlaube – nur bedingt die Schwankungen der Auslandsnachfrage kompensieren. Die Zahl der Inlandsnächtigungen nahm von 1970 bis 2000 von 23,7 auf 31,1 Millionen zu. Die insgesamt positive Entwicklung wird ausschließlich von den Nicht-WienerInnen getragen.

3.3.1 Unterkunft

In den letzten Jahren ist eine Verschiebung der Nachfrage nach Unterkunftsarten beobachtbar. Die Gesamtnächtigungen wurden im Jahre 1999 zu 62 Prozent in Hotels und ähnlichen Betrieben, zu 10 Prozent in Privatunterkünften, zu 11 Prozent in Ferienwohnungen und 4 Prozent auf Campingplätzen getätigt. Bei den gewerblichen Beherbergungsbetrieben

³⁰ Diese Aufenthaltsdauer gibt den Jahresdurchschnitt wieder, die Aufenthaltsdauer während der Sommersaison liegt bei allen Gästen über der Aufenthaltsdauer in der Wintersaison.

steigt die Nachfrage nach den höheren Qualitätskategorien. Gewerbliche Ferienwohnungen sind derzeit die relativ wachstumsstärkste Beherbergungsform, während die Nachfrage nach Privatquartieren eine rückläufige Tendenz zeigt. Im Campingtourismus waren bis zum Beginn der 80er Jahre Zuwächse vorhanden — mit seither stagnierender Tendenz.

Insgesamt standen im Jahr 2000 in der Wintersaison 1,050 Millionen Betten und in der Sommersaison 1,162 Millionen Betten zur Verfügung. In Tirol, Salzburg und Kärnten wurden insgesamt 66 % der Bettenkapazität Österreichs erfasst, wovon 32 Prozent Tirol zuzuordnen sind. Im Vergleich zum Vorjahr ging die Anzahl der Betten um 1 Prozent zurück.

3.3.2 Merkmale der Gäste in Österreich

Der Tourismusmarkt kann einerseits entlang sozioökonomischer Merkmale (Alter, Einkommen, Beruf etc.), andererseits durch Lebensstile segmentiert werden. Neben den Merkmalen Alter, Einkommen etc. gewinnen Reisemotive, Aktivitäten und Interessen in Zusammenhang mit der touristischen Nachfrage immer mehr an Bedeutung. Diese Lifestyle-Kriterien werden seit 1991 in der "Gästebefragung Österreich" (GBÖ) erhoben. Ein großer Unterschied liegt zwischen Sommer- und Wintergästen vor: Während die Wintergäste einen aktiven Erlebnisurlaub erwarten, bevorzugen Sommergäste Erholungs-, Wander- und Badeurlaub. Lediglich bei rund 14 Prozent der Sommergäste dominieren Sport und Radreise als Reisemotive ("junge GenussurlauberInnen")³¹. Das Einkommen dieser UrlauberInnen liegt im Mittelbereich, die Aufenthaltsdauer bleibt gegenüber den ErholungsurlauberInnen deutlich zurück, es besteht keine Wiederbesuchsabsicht. Für die "GenussurlauberInnen" hat die vorhandene Sportinfrastruktur eine zentrale Bedeutung.

Die Tagesausgaben (inländische und ausländische Gäste) betragen im Jahr 2000 pro Kopf 1.093,- Schilling. Von den durchschnittlichen Tagesausgaben der UrlauberInnen entfallen mehr als die Hälfte (53 Prozent) auf das Unterkunftsarrangement, weitere 27 Prozent auf Verpflegung, 20 Prozent auf Nebenausgaben³².

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass das Gästeprofil der ÖsterreichurlauberInnen (Sommersaison) vom klassischen Kultur- und Traditionsurlaub dominiert wird. Knapp 80 Prozent der Tagesausgaben decken die Aufwendungen für Unterkunft und Verpflegung. Bei den Nebenausgaben wird nur ein sehr geringer Teil (rund 11 Prozent aller Nebenausgaben) für Sport und Unterhaltung aufgewendet. Insgesamt ist der Anteil der Tagesausgaben für Sport und Unterhaltung mit 2,3 Prozent marginal. Weiters ist der Sporturlaub nur für rund 14 Prozent der Österreich-Gäste, der Besuch eines Events für 3 %, von Bedeutung. Das Aktivitätsangebot in Österreich ist einerseits umfangreich und vielfältig,

³¹ Gemäß den Lifestyle Kriterien werden die UrlauberInnen in fünf Typen eingeteilt: (1) der vorsichtige Erholungsurlauber, (2) der klassische Kultur- und Traditionsurlauber, (3) die junge Familie, (4) der anspruchsvolle Erlebnisurlauber und (5) der junge Genussurlauber.

³² Als Nebenausgaben gelten Ausgaben für Größere Anschaffungen, Theater, Museen, Konzert, Sport, Bildung und Unterhaltung, Transport, Kleinkäufe, Dienstleistungen und Sonstiges.

andererseits fehlt es an international herausragenden Sport- und Freizeiteinrichtungen, die neue Gäste anziehen würden. Am expandierenden Markt der Sport-, Unterhaltungs- und Erlebnis(kurz)urlaube kann Österreich daher bislang nur marginal partizipieren.

3.3.3 Anreiseverkehrsmittel der Österreichgäste

Zur Quantifizierung der Tourismusedienstleistungen im Zuge der EM 2008 ist das gewählte Verkehrsmittel von zentraler Bedeutung. Gemäß der "Gästebefragung Österreich" (Sommer 2000) war der private PKW das dominante Anreiseverkehrsmittel in/nach Österreich. Vor allem bei den österreichischen Gästen liegt der Anteil der PKW-Reisenden mit 77 % deutlich über dem Durchschnitt der Gäste aus dem Ausland von 67 % und über dem Österreichdurchschnitt von 70 Prozent. Mit der Bahn reisten 10 Prozent der Gäste: 11 Prozent der Inländer und 9 % der Ausländer an. Weitere 7 Prozent der Besucher wählen als Anreiseverkehrsmittel den Bus: 4 % der Inländer und 9 % der Ausländer. Nur 3 Prozent der Touristen (5 % der Gäste aus dem Ausland und 0 % der Gäste aus dem Inland) wählen einen Linienflug zur Anreise. Insgesamt 1 Prozent der Gäste (2 % der ausländischen Gäste und 0 % der inländischen Gäste) wählten Charterflüge zur Anreise. 4 Prozent der Besucher reisen mit dem Wohnwagen bzw. Wohnmobil an: 5 Prozent der ausländischen und 3 Prozent der inländischen Gäste. Anreiseverkehrsmittel wie Mietauto, Fahrrad, Motorrad werden von einem Prozent der Gäste zur Anreise verwendet.

3.4 Die touristische Nachfrage durch die EM 2008

Gemäß den Bewerbungsunterlagen werden in Österreich 16 und in der Schweiz 15 Spiele stattfinden. Den 16 Spielen in Österreich steht eine Nettokapazität von insgesamt 615.894 Plätzen in den Stadien gegenüber. Der Schätzung der zusätzlichen Tourismusaufgaben im Rahmen der EM 2008 wird einerseits die erwartete Zahl der SpielbesucherInnen zugrunde gelegt, andererseits die Nächtigungszahlen der "offiziellen Gäste" (Sportler, Funktionäre, etc.) Die Attraktivität der Spiele für BesucherInnen ist sicherlich davon abhängig, welche Länder sich für die Endrunde der Fußball-Europameisterschaft 2008 qualifizieren werden, was zum gegenwärtigen Zeitpunkt noch nicht absehbar ist. Insbesondere wird der Anteil der ausländischen BesucherInnen durch die teilnehmenden Nationen determiniert. Zur Quantifizierung der BesucherInnenströme werden daher zwei Szenarien entwickelt, um die zusätzlichen Tourismusaufgaben der EM 2008 annähernd bestimmen zu können (vgl. Tabelle 11).

Gemäß den Preiskategorien der Bewerbungsunterlagen liegen die Einnahmen aus den Eintrittsgeldern bei 720 Millionen Schilling, wenn eine Vollausslastung der Stadien erreicht wird. Bei einer Auslastung von 96 Prozent (bzw. 70 Prozent) belaufen sich die Eintrittsgelder auf 691,2 (bzw. 504) Millionen Schilling In den beiden Szenarien bleiben die Aufwendungen für die Eintrittskarten unberücksichtigt, da das Hauptaugenmerk auf der EM-induzierten zusätzlichen touristischen Nachfrage liegt.

Maximalvariante: Die Erfahrungen anderer Europameisterschaften³³ der letzten Jahre zeigten einen Auslastungsgrad von 96 Prozent. Im Maximalszenario wird daher mit der hohen Auslastung von 96 Prozent gerechnet. Gemäß der geplanten Allokation der Eintrittskarten zwischen den Gastnationen (vgl. Bid Documentation), den teilnehmenden Ländern und der UEFA verbleiben zwischen 30 und 40 Prozent der Sitzplatzkapazitäten in Österreich, die restlichen 60-70 Prozent der Karten werden im Ausland verkauft, und diesem Anteil entspricht die Zahl der erwarteten ausländischen TouristInnen während der Spiele. Bei einer Auslastung von 96 Prozent wird berechnet, dass rund 177.380 ZuseherInnen (30 Prozent) aus Österreich, die restlichen 413.900 ausländische BesucherInnen sein werden. Auf Grundlage der GBÖ Daten³⁴ und anderer vergleichbarer Studien³⁵ wurde die Aufenthaltsdauer geschätzt, diese beträgt drei Tage und zwei Nächte pro Gast.

Minimalvariante: In diesem Szenario wird von einem Auslastungsgrad von 70 Prozent (vgl. Bid Documentation für die Europameisterschaft 2004 und UEFA Pflichtenheft) und einem Anteil ausländischer Gäste von 60 Prozent ausgegangen, das bedeutet 172.450 inländische und 258.680 ausländische SpielbesucherInnen. Auch in dieser Variante beträgt die Aufenthaltsdauer der ausländischen Gäste drei Tage und zwei Nächte.

Tabelle 11: Auslastung und Besuchszahlen der EM 2008

	Wien	Salzburg	Innsbruck	Klagenfurt	gesamt
Kapazität	48.630	31.828	30.000	30.000	140.458
Spiele	7	3	3	3	16
Auslastung 100%	340.410	95.484	90.000	90.000	615.894
Auslastung 96%	326.794	91.664	86.400	86.400	591.258
Inl. Gäste 30%	98.038	27.499	25.920	25.920	177.377
Ausl. Gäste 70%	228.756	64.165	60.480	60.480	413.881
Auslastung 70%	238.287	66.839	63.000	63.000	431.126
Inl. Gäste 40%	95.315	26.736	25.200	25.200	172.450
Ausl. Gäste 60%	142.972	40.103	37.800	37.800	258.676

Quelle: ÖFB, IHS

3.4.1. Die Maximalvariante

Im Gegensatz zur durchschnittlichen Aufenthaltsdauer — diese liegt bei 4,31 Tagen — wird für die EM-Gäste eine kürzere Aufenthaltsdauer angenommen, da dies auch bei vergleichbaren Veranstaltungen beobachtet wurde (vgl. Walckiers 1994, Rahmann et al. 1997). Im vorliegenden Szenario ergeben sich also 827.662 zusätzliche Nächtigungen. Der Durchschnitt der Tagesausgaben der Gäste in Österreich betrug in der Sommersaison 2000 rund 1.090 Schilling, die Tagesausgaben der einheimischen Gäste bei rund 650 Schilling (vgl. Tabelle A14). Zu diesen Tagesausgaben sind noch "fußballspezifische Ausgaben"

³³ München 1988, Schweden 1992, für die EM 2000 in Belgien/Holland wird ebenfalls mit einer Auslastung von 96 Prozent gerechnet (vgl. Walckiers 1994).

³⁴ GBÖ: Gästebefragung Österreich, durchgeführt im Sommer 2000.

³⁵ EM München 1988, EM Schweden 1992, EM 2000 Belgien/Holland

hinzurechnen, da die Ausgabenerhebung im Sommer 2000 eine Durchschnittsbetrachtung war, sportspezifische Ausgaben daher unterrepräsentiert sind. Wie die Fußball-Europameisterschaft 1996 in Großbritannien, die Weltmeisterschaft 1998 in Frankreich und die Fußball-Europameisterschaft 2000 in Belgien/Holland zeigten, verwenden die TouristInnen einen erheblichen Teil ihres Reisebudgets zum Kauf von Artikeln, die in einem direkten Zusammenhang mit der besuchten Großveranstaltung stehen (Stichwort: "Fanartikel"). Eine zweite Abänderung der Tagesausgaben rührt aus dem Ausgabenverhalten bei Kurzurlaube. Die Höhe der Tagesausgaben korreliert negativ mit der Dauer des Aufenthalts. Die verkürzte Aufenthaltsdauer von drei Tagen bewirkt somit höhere Tagesausgaben der (EM-)TouristInnen. Bei Berücksichtigung beider Faktoren (fußballspezifische Ausgaben und erhöhte Tagesausgaben) erhöhen sich die Tagesausgaben der ausländischen Gäste auf 1.800 Schilling, jene der inländischen auf 900 Schilling.

Den errechneten Durchschnittsausgaben der ausländischen Gäste in Österreich liegt die Verteilung der Gäste nach Herkunftsländern zugrunde. Dabei ist allerdings zu beachten, dass im Falle der Qualifizierung von Mannschaften aus zentral- und osteuropäischen Ländern die Gäste aus diesen Ländern in beiden Varianten unterrepräsentiert sind. Im vorliegenden Maximalszenario bleibt dies unberücksichtigt, da hier die größtmögliche BesucherInnenanzahl und die damit verbundene Tourismusnachfrage geschätzt wird.

Die Art der Anreiseverkehrsmittel wird von der GBÖ übernommen und mit den Erfahrungswerten von Fußballgroßveranstaltungen verknüpft. Es ist zu vermuten, dass im Rahmen der EM 2008 verstärkt auf öffentliche Verkehrsmittel und private Busse zurückgegriffen wird, um die Verbindung der beiden Austragungsnationen zu garantieren.

Offizielle Gäste: Die an der Endrunde in Österreich teilnehmenden Mannschaften, ihre Begleitpersonen, die UEFA, das lokale Organisationskomitee, Schiedsrichter etc. stellen die offiziellen Gäste dar. Das erste Gruppenspiel in Österreich soll Mitte Juni 2008 stattfinden, das Finale wird Anfang Juli sein. Mit Berücksichtigung der Dauer der bereits stattgefundenen Europameisterschaften beträgt die Aufenthaltsdauer der offiziellen Gäste 29 Tage, wobei die Mannschaften einen teilweise kürzeren Aufenthalt haben. Die Ausgaben der offiziellen Gäste setzen sich aus den Kosten für Nächtigung³⁶ und Verpflegung sowie sonstigen Ausgaben zusammen, die in Österreich nachfragewirksam werden.

Neben den offiziellen Gästen, den Mannschaften und deren Begleitpersonen ist die (touristische) Nachfrage der Medienvertreter zu berücksichtigen. Durch die Austragung der Spiele in Österreich und in der Schweiz wird die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Mediengäste geringer geschätzt als jene der offiziellen Gäste, die Tagesausgaben werden ihnen aber gleichgesetzt. Das steigende Medieninteresse an Fußballgroßveranstaltungen der letzten Jahre wird den Berechnungen zugrundegelegt, insgesamt werden 6.000 Mediengäste in Österreich die Spiele verfolgen.

³⁶ Voranschläge der relevanten Hotels laut Bewerbungsunterlagen.

Tabelle 12: Maximalvariante. Nächtigungen und Tourismusanfrage in Schilling

	Nächtigungen	Tagesausgaben in ATS	Ausgaben gesamt
Offizielle Gäste	4.350	5.000	21.750.000
8 Mannschaften + Begleitung	7.200	4.000	28.800.000
MedienvertreterInnen	90.000	5.000	450.000.000
Ausländische Gäste	827.660	1.800	2.234.957.400
Inländische Gäste		900	159.639.300
Summe	929.210		2.895.146.700

Quelle: IHS

Die zusätzlichen Nächtigungen durch die EM-Gäste betragen 929.210. Insgesamt lösen in der Maximalvariante die EM-BesucherInnen gemeinsam mit allen in den Spielen direkt involvierten Personen im Jahre 2008 eine touristische Nachfrage von rund 2,895 Milliarden Schilling aus (ohne Ausgaben für Tickets).

3.4.2 Die Minimalvariante

Die Untergrenze der Stadienzauslastung wird in dieser Variante bei 70 Prozent angenommen. Eine geringere Auslastung bedeutet vor allem einen geringeren Zustrom von ausländischen Gästen und somit eine geringere Nachfrage nach Unterkünften. Die offiziellen Nächtigungen sind identisch mit jenen in der Maximalvariante, ebenso wie die Tagesausgaben aller Gäste.

Tabelle 13: Minimalvariante zusätzliche Nächtigungen und Tourismusanfrage in Schilling

	Nächtigungen	Tagesausgaben	Ausgaben gesamt
Offizielle Nächtigungen	4.350	5.000	21.750.000
8 Mannschaften + Begleitung	7.200	4.000	28.800.000
MedienvertreterInnen	90.000	5.000	450.000.000
Ausl. Gäste	517.350	1.800	1.396.850.400
Inl. Gäste		900	155.205.000
Summe	618.900		2.052.605.400

Quelle: IHS

Bei einer Stadienzauslastung von 70 Prozent und den damit verbundenen geringeren ausländischen BesucherInnenzahlen³⁷, beträgt die zusätzliche EM-induzierte touristische Nachfrage 2,05 Milliarden Schilling und liegt somit um 842,5 Millionen Schilling unter der Maximalvariante. In der Minimalvariante sind 517.350 zusätzliche Nächtigungen zu verzeichnen.

³⁷ Auch dem Minimalzenario liegt die gleiche BesucherInnenstruktur wie dem Maximalszenario zugrunde. Damit ist die Vergleichbarkeit gegeben.

3.4.3 Weitere Österreichgäste

Der Zustrom von ausländischen TouristInnen hängt einerseits von den Nationen ab, die sich für die Meisterschaft qualifizieren werden, andererseits von der Tatsache der gemeinsamen Bewerbung von Österreich und der Schweiz. Durch die geographische Nähe der schweizerischen und österreichischen Austragungsorte werden SpielbesucherInnen die touristischen Attraktivitäten beider Länder wahrnehmen und die Spielbesuche in einem Land mit einem Aufenthalt im anderen Austragungsland verbinden. Neben den ausländischen Gästen, die zu den Spielen nach Österreich reisen, sind auch Gäste zu erwarten, die ihre Schweizreise mit einem Österreichbesuch verbinden werden³⁸. Diese zusätzlichen TouristInnen während der Spiele im Juni bzw. Juli 2008 werden gegenwärtig auf 100.000 geschätzt. Auch sie weisen eine Aufenthaltsdauer von durchschnittlich drei Tagen und Tagesausgaben von rund 1.000 Schilling auf. In den Ausgaben dieser Touristengruppe sind die fußballspezifischen Ausgaben nicht enthalten, da annahmemäßig diese Käufe in der Schweiz vorgenommen werden. Das Reisemotiv dieser TouristInnen besteht primär in der Besichtigung von Österreich.

Tabelle 14: Ausgaben sonstiger TouristInnen

	Anzahl	Tagesausgaben	gesamt
TouristInnen	100.000	1.000	300.000.000

Quelle: IHS

3.4.4 Die EM-induzierten touristischen Verlagerungseffekte

Durch die Gestaltung des EM-Spielplanes gibt es in den ersten beiden Wochen der Meisterschaft keine Notwendigkeit für die Mannschaften, zwischen Schweiz und Österreich hin und her zu pendeln, da alle Gruppenspiele der Gruppen A und B in der Schweiz, der Gruppen C und D in Österreich abgehalten werden. Die Europameisterschaft 2008 wird dennoch zwischen 260.000 und 410.000 BesucherInnen (ohne offizielle Gäste) nach Österreich bringen. Der Großteil davon kommt nach Wien (55 Prozent), weitere 15 Prozent nach Salzburg und jeweils rund 15 Prozent in die anderen Austragungsorte.

In den Austragungs Bundesländern liegt die Nächtigungsspitze der Sommersaison jeweils im August. Das Bundesland Wien verzeichnete im Juni gegenüber August 1998 eine um 16 Prozent geringere Nächtigungsziffer, ebenso die anderen Bundesländer, wo diese Differenzen noch ausgeprägter (über 50 % Unterschied zwischen den Nächtigungsziffern der Monate August und Juni) sind. Wird der Monat August als Obergrenze für die Nächtigungskapazitäten gesehen, erreichen die EM-induzierten Nächtigungsziffern neben den "gewöhnlichen" durchschnittlichen Nächtigungsziffern im Juni in drei Austragungsorten

³⁸ Umgekehrt werden auch die Österreich-Gäste einen Schweizaufenthalt haben, dieser Schweizaufenthalt verursacht aber in Österreich keine zusätzliche touristische Nachfrage und wird in der vorliegenden Arbeit nicht weiter behandelt.

(Salzburg, Kärnten und Tirol) die Kapazitätsobergrenze des Augusts nicht. In den genannten Austragungsorten findet also keine Verdrängung der SommertouristInnen durch die EM TouristInnen statt, da die Beherbergungskapazitäten über der zusätzlichen Nachfrage liegen. Die allgemeinen Tourismus-, Kultur- und Freizeitangebote der Austragungsorte werden mit keinen Verdrängungseffekten, sondern gegenteilig mit zusätzlicher Nachfrage (beispielsweise die Salzburger Festspiele, Styriarte etc.) verbunden sein.

Etwas anders stellt sich die Situation in Wien dar. Nicht alle SporttouristInnen im Juni 2008 können vom Wiener Beherbergungswesen aufgenommen³⁹ werden. Ein Ausweg bestünde darin, dass die fehlenden Kapazitäten von Beherbergungsbetrieben außerhalb des Bundeslandes Wien ausgeglichen werden. Die räumliche Nähe und die gute verkehrstechnische Erreichbarkeit anderer Orte (in Niederösterreich und im Burgenland) garantieren die optimale Unterbringung aller TouristInnen. Die Ausweitung vorhandener Kapazitäten erscheint dann sinnvoll, wenn auch Engpässe unter normalen Bedingungen auftreten bzw. dann, wenn damit neue Impulse gesetzt werden können. Zusätzliche Kapazitäten können nach Ausschöpfung der vorhandenen Ressourcen auch durch temporäre Einrichtungen – sowohl im Beherbergungs- als auch im Verpflegungsbereich – geschaffen werden.

Ausgehend vom Qualitätsstandard der Unterkünfte im Sommer 2000 in gewerblichen Beherbergungsbetrieben ist die Unterbringung der Mannschaften und deren Begleiter sowie der offiziellen Gäste gemäß dem UEFA-Pflichtenheft garantiert (vgl. Tabelle A 15). Darüber hinaus stellt die EM 2008 auch einen Anreiz zur allgemeinen Qualitätssteigerung im Tourismus dar. Eine Qualitätssteigerung kann sich einerseits auf den Ausstattungsstandard, andererseits auf die Qualifikation der Arbeitskräfte beziehen.

Aufgrund der vorhandenen Beherbergungskapazitäten sind keine touristischen Verdrängungseffekte zu erwarten. Allerdings bedarf es einer intensiven Tourismuswerbung, besonders in den Herkunftsländern der Österreicher. Sie hat darauf hinzuweisen, dass im Hinblick auf die Großveranstaltung zum einen keine traditionellen Gäste abgewiesen werden müssen und zum anderen die traditionellen Urlaubsgäste keine Beeinträchtigung ihrer Urlaubsqualität durch die EM befürchten müssen. Gelingt diese Vermittlung, dann findet 2008 keine Verdrängung unter den TouristInnen, sondern eine zeitliche Ausdehnung der Sommerhochsaison von Juni bis August statt.

3.5 Die touristische Wertschöpfung der EM 2008

Zur Qualifizierung der zusätzlichen Wertschöpfung durch die Fußball-Europameisterschaft 2008 erfolgt eine kurze Darstellung der touristischen Wertschöpfung in Österreich insgesamt.

³⁹ Im Vergleich zu den Kapazitäten im Sommer 2000.

3.5.1 Erfassung der touristischen Wertschöpfung

Leistungen der Tourismuswirtschaft bestehen aus einer Vielzahl unterschiedlicher Komponenten. Die quantitative Erfassung der gesamtwirtschaftlichen Bedeutung der Freizeit- und Tourismuswirtschaft bedarf einer Definition, da die Leistungen dieses Wirtschaftsbereiches in unterschiedlichen Wirtschaftsabteilungen angeboten werden (Gewerbe, Handel, Verkehr, Beherbergungs- und Gaststättenwesen, persönliche Dienste). Die Stellung der Tourismuswirtschaft in der Gesamtwirtschaft wird am besten von der Verwendungsseite des Bruttoinlandsproduktes (BIP) dargestellt⁴⁰, da ein angebotsorientierter Ansatz auf die Tourismusbranche im engeren Sinn (Hotel- und Gaststättenwesen, Transportsektor sowie die Erholungs- und Kultureinrichtungen) bezogen ist (vgl. ÖSTAT, 1987). Die Verflechtung der unterschiedlichen Wirtschaftsbereiche hat Auswirkungen auf die Möglichkeit der vollständigen Dokumentation des Tourismus. Zur Vermittlung der Struktur und Entwicklungsdynamik des Tourismus sowie des touristischen Arbeitsmarktes in Österreich kann die Wirtschaftsabteilung "Beherbergungs- und Gaststättenwesen"⁴¹ herangezogen werden. Vergangene Einbrüche, aber auch Aufschwünge der touristischen Nachfrage schlagen sich besonders auf den Bereich des Beherbergungs- und Gaststättenwesens sofort nieder. Die Analyse der Wirtschaftsabteilung Beherbergungs- und Gaststättenwesen ist hier der wichtigste Teilaspekt.

Ausgehend vom "System of National Accounts"⁴² (SNA) – also der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung – wurde gemeinsam mit der OECD ein Modell ("Tourism Economic Accounts" TEA) zur umfassenden ökonomischen Erfassung des Tourismus entwickelt (OECD 1991). Gemäß diesem Konzept erfolgt eine getrennte Erfassung der charakteristischen und nichtcharakteristischen touristischen Transaktionen sowie Industrien. Für die Berechnung der touristischen Wertschöpfung aus touristischer Verwendung wird gemäß TEA-Konzept auf die Produktionsseite im charakteristischen Tourismussegment zurückgegriffen und so eine charakteristische Tourismusquote am Bruttoinlandsprodukt (BIP) abgeleitet. Die ersten Berechnungen auf Grundlage dieses Konzeptes liegen für das Jahr 1993 vor (Franz/Laimer 1998): Der Anteil der tourismuscharakteristische Industrien am BIP beträgt 5,4 Prozent. Diesem Anteil liegt eine Wertschöpfung von rund 103,7 Milliarden Schilling zu Grunde. Durch die Einbeziehung der nicht tourismuscharakteristischen Komponenten erhöht sich der Wertschöpfungsanteil der Tourismusindustrie auf 7 Prozent des BIP.

Demgegenüber steht die "traditionelle" Erfassung des Tourismus (vgl. Böhm 1995), sie beruht – wie bereits erwähnt – ausschließlich auf den Entwicklungen im Hotel-, Gast- und

⁴⁰ Aus dieser Perspektive setzen sich die touristischen Ausgaben zusammen aus: Teile des privaten Konsums, Teile des öffentlichen Konsums, Teile der Exporte und Importe (Einnahmen von AusländerInnen im internationalen Reiseverkehr, Ausgaben von InländerInnen im internationalen Reiseverkehr für Privat-, Dienst- und Geschäftsreisen) (vgl. Böhm 1995).

⁴¹ Damit werden folgende Betriebe erfasst: Hotels, Gasthöfe und Pensionen, Schutzhütten und Herbergen, Campingplätze, Speisewirtschaften, Kaffeehäuser, Espressos und Eissalons, Schankwirtschaften.

⁴² Das "System of National Account" stellt eine Revision der österreichischen Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung mit dem Ziel der besseren internationalen Vergleichbarkeit dar.

Schankgewerbe. Der Beitrag des Wirtschaftsbereichs Hotel-, Gast- und Schankgewerbe zum Bruttoinlandsprodukt (BIP) betrug im Jahr 1993 86,2 Milliarden Schilling, das entspricht einem Anteil am BIP von 4,1 Prozent (vgl. Tabelle A 7 im Anhang). Bei einer Fokussierung dieses einzigen Wirtschaftsbereiches kommt es gegenüber dem TEA-Konzept zur Unterschätzung der touristischen Wertschöpfung um rund 1,3 Prozentpunkte.

3.5.2 Wertschöpfung aufgrund der Tourismusnachfrage

Um ein möglichst vollständiges Bild der EM-induzierten touristischen Wertschöpfung zu bekommen, ist den Berechnungen eine Input-Output-Tabelle zugrunde gelegt⁴³. Dieses Konzept spiegelt die Verflechtungen der gesamtwirtschaftlichen Produktion wider. Die zusätzliche touristische Nachfrage durch die EM 2008 bewirkt auch in vorgelagerten Wirtschaftsbereichen zusätzliche Produktion, durch die Kreislaufprozesse ausgelöst werden. Eine Nachfragerhöhung löst einen (Multiplikator-)Prozess aus, der direkt wie auch indirekt zusätzliche Produktion und daher zusätzliches Einkommen wie auch zusätzliche Beschäftigung schafft.

Ausgangsbasis der Analyse bilden die berechneten Konsumausgaben der inländischen und ausländischen TouristInnen in den beiden Varianten (Minimal- und Maximalvariante). Die Input-Output-Analyse differenziert zwischen touristischer Nachfrage der inländischen und ausländischen Gäste. Der Unterschied liegt hauptsächlich in der Nachfrage nach Beherbergung, Nahrungs- und Genussmittel sowie Eisenbahn und Seilbahnverkehr. In die Kategorie "ausländische Gäste" sind in den Berechnungen auch die Mannschaften und ihre Begleitung sowie alle offiziellen Gäste subsumiert.

Die berechneten touristischen Ausgaben fließen einerseits der Produktion im Inland, andererseits via Direktimporte dem Ausland zu. Auch die für die Produktion verwendeten Vorleistungen werden einerseits von inländischen, andererseits von ausländischen Produzenten (indirekte Importe) bezogen werden. Der Importanteil (direkt und indirekt) für die Produktion zur Bedienung der touristischen Nachfrage liegt unter dem Importanteil des privaten Konsums, da die Tourismuswirtschaft hauptsächlich dem Dienstleistungssektor zuzurechnen ist und Importe hier nur bis zu einem bestimmten Grad möglich sind. Unter Berücksichtigung des Importanteils ergibt sich folgende Wertschöpfung:

⁴³ Diese Methode fand auch im Abschnitt 2 (Wirtschaftliche Impulse des Stadienausbaus) Anwendung.

Tabelle 15: Touristische Wertschöpfung der EM 2008

Varianten	Ausgaben	Wertschöpfung
Maximalvariante (real)		
Ausländische Gäste ¹⁾	2.735.507.400	1.975.036.343
Inländische Gäste	159.639.300	117.175.246
Gesamt (maximal)	2.895.146.700	2.092.211.589
Minimalvariante (real)		
Ausländische Gäste ¹⁾	1,897,400,400	1,369,923,089
Inländische Gäste	155,205,000	113,920,470
Gesamt (minimal)	2,052,605,400	1,483,843,559

Quelle: IHS ¹⁾ inkl. offizielle Gäste, Mannschaften, Medienvertreter, sonstige Gäste

Die Abhaltung der Fußball-Europameisterschaft 2008 verursacht insgesamt eine zusätzliche gesamtösterreichische Wertschöpfung von 1,48 bis 2,1 Milliarden Schilling.

Unter Berücksichtigung des Importanteils lösen die Ausgaben der touristischen **Auslandsnachfrage** in Österreich in der Maximalvariante eine Wertschöpfung von rund 2 Milliarden Schilling aus. Die Minimalvariante führt zu einer geringeren Wertschöpfung in der Höhe von rund 1,5 Milliarden Schilling (vgl. Tabelle 15).

Bei der touristischen **Inlandsnachfrage** in Österreich liegt die induzierte Wertschöpfung aufgrund der geringeren BesucherInnenzahlen unter jener, die die ausländischen Gäste bewirken. In der Maximalvariante ergibt sich hier eine Wertschöpfung in der Höhe von 117,2 Millionen Schilling, in der Minimalvariante von 114 Millionen Schilling.

3.6 Tourismusnachfrage und Steueraufkommen

Die berechneten touristischen Zusatzausgaben durch die EM betragen in der Maximalvariante knapp 2,9 Milliarden Schilling und in der Minimalvariante 2,1 Milliarden Schilling.

Tabelle 16: Mehrwertsteueraufkommen der zusätzlichen touristischen Nachfrage

	Ausländische Gäste	Inländische Gäste	Gesamt
Maximalvariante	355.613.275	19.150.684	374.763.958
Minimalvariante	246.660.188	18.616.558	265.276.746

Quelle: IHS

Daraus entstehen aufgrund der Auslandsnachfrage für den Staat aus der Mehrwertsteuer Einnahmen in der Höhe von 247 Millionen bis maximal 356 Millionen Schilling. Die zusätzlichen Mehrwertsteuereinnahmen bewegen sich bei der touristischen Inlandsnachfrage in Österreich in einer Höhe von 18,6 bis 19,2 Millionen Schilling.

3.7 Beschäftigungseffekte der Tourismusnachfrage

Das Gästeaufkommen während der EM 2008 erfordert Anpassungen im Bereich der Arbeitskräfte. In der Vorbereitungs- und Durchführungsphase werden zusätzliche Arbeitskräfte im Tourismusbereich notwendig sein. Dieser zusätzliche Arbeitskräftebedarf ist von den Organisationsstrukturen im Beherbergungs-, aber auch im Verpflegungsbereich abhängig (Stichwort: Selbstbedienung versus Qualitätsservice). Durch die zeitliche Konzentration des Gästeaufkommens auf die Monate Juni und Juli 2008 werden hauptsächlich kurzfristige Beschäftigungseffekte im Tourismusbereich stattfinden.

Mit Hilfe der Beschäftigungsmultiplikatoren lässt sich die Anzahl der zusätzlichen Arbeitsplätze im Tourismus schätzen. Die Beschäftigungsmultiplikatoren der touristischen Nachfrage übersteigen einerseits jene des privaten Konsums, andererseits liegen sie auch deutlich höher als bei der gesamtwirtschaftlichen Endnachfrage. Der hohe Beschäftigungsmultiplikator im Tourismus resultiert aus der geringen Importquote sowie der geringen Arbeitsproduktivität im Beherbergungs- und Gaststättenwesen (vgl. Mayrhuber et al. 1997), da im Dienstleistungsbereich eine technische Rationalisierung nur bis zu einem bestimmten Ausmaß möglich ist. Eine strukturelle Unterauslastung in Folge der hohen (saisonalen) Nachfrageschwankungen resultiert ebenfalls in einer geringen Arbeitsproduktivität.

Tabelle 17: EM-induzierte Beschäftigungseffekte der touristischen Nachfrage

	Unselbstständige	Selbstständige	gesamt
Maximalvariante	3.558	781	4.339
Minimalvariante	2.499	549	3.048

Quelle: IHS

Bei konstantem Importanteil und konstanter Arbeitsproduktivität verursachen die Ausgaben der inländischen und ausländischen EuropameisterschaftsbesucherInnen durch den Beschäftigungsmultiplikator einen Effekt von bis zu 4.339 zusätzlichen Jahresarbeitsplätzen in der Maximalvariante bzw. rund 3.048 in der Minimalvariante.

Im Jahresdurchschnitt 1999 lag die Zahl der unselbstständig Beschäftigten im Wirtschaftssektor Beherbergungs- und Gaststättenwesen bei knapp 147.000, der Bestand an gemeldeten Arbeitslosen bei 20.980. Unter der Annahme, dass die zusätzliche touristische Nachfrage ausschließlich durch zusätzliche Arbeitskräfte und nicht beispielsweise durch Überstunden oder geringfügige Beschäftigung bedient wird, erhöht sich die Beschäftigung im Tourismus um rund 3 (maximal) bzw. 2 (minimal) Prozent, die Arbeitslosigkeit würde durch die Austragung der EM 2008 um knapp 20 (maximal) bzw. 15 Prozent sinken.

3.8 Zusammenfassung

Für das Tourismusland Österreich stellt die Fußball-Europameisterschaft einen neuen Impuls dar. Es besteht die Möglichkeit, das sportliche Großereignis zur Gewinnung neuer

Gästetypen einzusetzen. Österreich als Kultur- und Erholungsland kann mit der EM auch seine Attraktivität als Eventdestination in den Vordergrund rücken.

Ziel der EM sind Imagegewinne und die damit verbundene Ausweitung der Märkte. Die gemeinschaftliche Austragung der Spiele durch Österreich und die Schweiz ist ein Weg zur Neupositionierung des Tourismuslandes Österreich im internationalen Wettbewerb.

Die Bewerbung der Fußball-Europameisterschaft bedeutet gleichzeitig eine Bewerbung der Austragungsorte. Dies garantiert die Erhöhung des Bekanntheitsgrades der vier österreichischen Spielstädte. Wien, Salzburg, Klagenfurt und Innsbruck gelten zwar weithin als "Kultur- und Kongressstädte", jedoch können sie mit den Meisterschaftsspielen einen zusätzlichen Aspekt gewinnen. Wenn von den vier Städten also eine Imageerweiterung oder aber auch eine klarere Positionierung angestrebt wird, stellt die EM 2008 eine einmalige Gelegenheit dafür dar.

Auf der Grundlage der Stadienkapazitäten und der Anzahl der Spiele, die in Österreich ausgetragen werden, sind zwischen 430.000 und 615.000 SpielbesucherInnen zu erwarten. Diese SpielbesucherInnen verursachen gemeinsam mit den Fußballmannschaften, deren Begleitpersonen sowie den offiziellen Gästen und den MedienvertreterInnen zwischen 619.000 bis 929.000 zusätzliche Nächtigungen in den Austragungsmonaten Juni und Juli 2008, dies induziert eine zusätzliche touristischen Nachfrage von 2,1 bis 2,9 Milliarden Schilling. Zur Bedienung dieser zusätzlichen touristischen Nachfrage bedarf es einer Erhöhung der Arbeitskräfte im Beherbergungs- und Gaststättenwesen, die touristische Nachfrage stellt 3.048 bis 4.339 zusätzliche Arbeitsplätze sicher.

Die zusätzlichen Nächtigungsziffern im Juni 2008 resultieren gemeinsam mit den Ausgaben der Tagesgäste in einer Nachfrageerhöhung von 2,4 bis 3,2 Milliarden Schilling. Diese touristische Nachfrage bedeutet eine Wertschöpfung für die österreichische Wirtschaft in der Höhe von 1,5 bis zu 2,1 Milliarden Schilling.

Bezogen auf das Jahr 2000 bedeutet die berechnete zusätzliche touristische Auslandsnachfrage eine Erhöhung der Reiseverkehrseinnahmen von 2,1 Prozent in der Maximalvariante bzw. 1,5 Prozent in der Minimalvariante. Werden die prognostizierten Reiseverkehrseinnahmen — also die Ausgaben der ausländischen Gäste in Österreich — des Jahres 2005 herangezogen⁴⁴, erhöht die EM-induzierte touristische Auslandsnachfrage die Reiseverkehrseinnahmen um 1,8 bzw. 1,3 Prozent.

⁴⁴ Bis zum Jahr 2005 sind die Reiseverkehrseinnahmen und -ausgaben vom IHS prognostiziert.

4. Wirtschaftliche Impulse für Medien- und Werbemarkt

Ein weiterer Schwerpunkt dieser Studie ist der wirtschaftlichen Bedeutung einer medialen Vermarktung des Großereignisses "Fußball-Europameisterschaft 2008" gewidmet. In diesem Abschnitt werden vor allem der österreichische Medien- und der Werbemarkt in bezug auf das Sportereignis untersucht. Diese beiden Märkte sind naturgemäß stark miteinander verbunden, da Werbung vom verbreitenden Medium abhängt und Medienunternehmen sich zu einem großen Teil bzw. zur Gänze aus Werbeeinnahmen finanzieren. Allgemein unterscheidet man Medien nach der Art und Weise ihrer Verbreitung in Printmedien und elektronische Medien und nach ihrer medialen Reichweite in regionale, nationale oder internationale Medien. Für die Werbebranche sind die verschiedenen Geschwindigkeiten der jeweiligen Medien bei der Auswahl für ihre Kampagnen ein wesentliches Entscheidungskriterium. In dieser Studie liegt der Schwerpunkt wegen ihrer Bedeutung für die Vermarktung einer Fußball-Europameisterschaft bei den nationalen elektronischen Massenmedien (Fernsehen und Radio) und den wichtigsten nationalen Printmedien (Tageszeitungen und Fachzeitschriften).

Die Abhaltung einer derart großen Sportveranstaltung in Österreich ist zweifellos eine attraktive und besonders wirksame Möglichkeit für das Gastgeberland, sich im In- und Ausland zu präsentieren. Österreich bekommt die Gelegenheit, sich als Veranstalter von Großereignissen zu profilieren, bestehende oder neu geschaffene Infrastrukturen optimal zu nutzen, Innovationstätigkeiten anzuregen und diese auf internationaler Ebene zu zeigen oder einfach über die landschaftlichen Reize des Landes oder die neuen Veranstaltungsorte zu berichten. Aufgrund der Bedeutung der Sportart Fußball ist die Fußball-Europameisterschaft weltweit die drittgrößte Sportveranstaltung nach den Olympischen Spielen und der Fußball-Weltmeisterschaft. Sie besitzt einen hohen Imagewert und erreicht weltweit ein Milliardenpublikum.

Generell sind Großveranstaltungen zeitlich begrenzte, kulturelle, sportliche oder politische Ereignisse, die sich mit ihrem jeweiligen Inhalt an eine bestimmte Zielgruppe richten. Mit Großveranstaltungen sind immer Massenbewegungen verbunden und bei einem Event mit internationaler Dimension wie der Fußball-Europameisterschaft sind ökonomische Folgewirkungen zu erwarten. Diese Folgewirkungen sind allerdings nicht immer direkt in Geld meßbar, sondern können auch indirekte Wirkung erzielen (z. B. Imagepolitik des Gastgeberlandes). Zudem gibt es gewisse Unsicherheitsfaktoren, die mit der Organisation, dem Erfolg der eigenen Nationalmannschaft im Turnier und anderen Begleiterscheinungen zusammenhängen. Dies ist besonders für die Medien und die Werbebranche von Bedeutung, denn es gibt einen evidenten Zusammenhang zwischen dem Erfolg der Organisation der EM an sich und dem wirtschaftlichen Erfolg dieser Großveranstaltung. Dieser Zusammenhang schlägt sich in der multiplikativen Wirkung der Berichterstattung und der Werbung nieder — ist die EM ein organisatorischer Erfolg, dann verstärken Berichterstattung und Werbung diesen Eindruck; ist sie ein Misserfolg, wird auch dieser Eindruck im In- und Ausland verbreitet.

In diesem Teil wurden die Umwegrentabilität auf andere Teile der österreichischen Wirtschaft, die zusätzliche Finanzierung der elektronischen Massenmedien durch Kooperationen, Patronanzen etc. sowie intangible Nutzen nicht berücksichtigt.

4.1 Unsicherheitsfaktoren für die Bewertung

Im Rahmen der Fußball-Europameisterschaft werden 31 Spiele zu einem Turnier zusammengefasst, das im Juni und Juli 2008 in Österreich und in der Schweiz ausgetragen wird. Es gibt gegenwärtig über die Aufteilung der Effekte oder wechselseitigen Belegungen und Folgewirkungen einer Großveranstaltung über Landesgrenzen hinweg noch keine Erfahrungswerte. Insbesondere wird der Bereich der Medien und der Werbung in anderen Studien⁴⁵ mangels Datenmaterial nicht explizit behandelt, sondern findet nur Erwähnung im Zusammenhang mit der Bedeutung und Wichtigkeit dieses Wirtschaftssektors. Auch in Österreich werden relevante Daten über die Auswirkungen einer Fußball-Europameisterschaft oder -weltmeisterschaft nicht explizit erhoben. Die vorliegende Studie kann sich demnach in bezug auf die Medien- und Werbebranche auf keine vergleichbaren Studien beziehen und betritt mit dem Anspruch einer Quantifizierung unberührten Boden.

Der österreichische Mediensektor selbst unterliegt gewissen Unsicherheiten, weil in den nächsten Jahren bedeutende Veränderungen erwartet werden. Diese Veränderungen betreffen vor allem das Segment terrestrisches Fernsehen, wo in der Folge sich wandelnder Wettbewerbsbedingungen — als Resultat des in Kraft tretenden des neuen Privat TV-Gesetzes und des Fernseh-Exklusivrechtegesetzes (FERG) — sich auch Effekte auf die Werbetarife und die Tarifstruktur im TV ergeben können.

Ein weiterer Unsicherheitsfaktor liegt in den Spielen selbst, denn auch die Attraktivität der Europameisterschaftsspiele für das fußballbegeisterte Publikum beeinflusst den wirtschaftlichen Erfolg der übertragenden Medien, die ihre Kosten für den Erwerb der TV-Rechte über Werbeeinnahmen finanzieren. Hier sind im wesentlichen zwei Einflussfaktoren zu nennen, die wirtschaftliche Auswirkungen auf den Medienmarkt und in der Folge auch auf den Werbemarkt haben können. Zum einen hängt das Interesse der KonsumentInnen von der Anzahl der Großveranstaltungen im Jahr ab. Sind derer zu viele, sinkt das Interesse und damit die Einschaltzahlen, was sich negativ auf die Werbeeinnahmen der Medien auswirken kann (siehe Moorhouse, H.F, 1998). Die zweite Überlegung hängt direkt mit der Attraktivität des Turniers zusammen. Je größer die Wahrscheinlichkeit, dass ein bestimmtes Team die Meisterschaft gewinnen wird, desto geringer ist das ZuschauerInneninteresse und desto geringer sind wiederum die Einschaltzahlen und damit auch die Werbeeinnahmen der Medienunternehmen (siehe Lehmann, E.; Weigand, J., 1998). Die Attraktivität der einzelnen Spiele kann auch in Abhängigkeit mit dem Imagewert der einzelnen Nationalmannschaften gesehen werden. Die attraktivsten Spiele sind immer jene, an denen die eigene Nationalmannschaft teilnimmt. Scheidet die eigene Nationalmannschaft aus dem Turnier

⁴⁵ Beispielsweise: Smeral 1989, Walckiers 1994, Steiner/Thöni 1995, Rahmann et al. 1997.

aus, sinken in der Regel die Einschaltzahlen und damit die Einnahmen der übertragenden Medien.

Die Organisation des Turniers selbst spielt eine Rolle, wenn es darum geht, den wirtschaftlichen Erfolg für das Gastgeberland sicherzustellen. Funktioniert der Ablauf des Turniers und alle damit in Verbindung stehenden unterstützenden Aktivitäten wie z. B. Unterbringung und Transport der Berichterstatter, technische Ausstattung der internationalen Presse oder Sicherheitskonzepte etc., dann wird auch das Gastgeberland im Glanz der Spiele stehen und mit ihm eine Reihe anderer österreichischer Wirtschaftszweige, nicht zuletzt Medien und Werbesektor.

Für diese Studie sei angenommen, dass das Vertrauen in die neue Währung (EURO) und die weitere Entwicklung der Inflation so stabil ist, dass mit keinen Veränderungen am Geldmarkt und im Konsumverhalten gerechnet werden und eine Schätzung auf Basis heutiger Preise vorgenommen werden kann.

Darüber hinaus ist die Bewertung intangibler Nutzen nicht möglich, d. s. jene Nutzen, die zwar wohlfahrtssteigernd wirken können, sich aber nicht in Geldwerten messen lassen, gerade wenn es um die Schätzung der Wirkung von Werbemaßnahmen geht. Deshalb wird diese Form von positiven Effekten in der vorliegenden Studie zwar diskutiert, fließt aber nicht direkt in die Bewertung ein.

Unsicherheit besteht auch hinsichtlich der Kosten für die Übertragungsrechte der Spiele, weil die rechteinhabende UEFA die TV-Rechte für 2008 noch nicht vergeben hat. In dieser Studie behelfen wir uns mit einer Schätzung aus Vergangenheitsdaten.

4.2 Klassische Werbung

Der hohe Kommunikationswert des Events ist die Grundlage für Werbeeinnahmen der Medienunternehmen. Diese Einnahmen werden durch Formen der klassischen Werbung erzielt, wie z. B. Werbespots in TV und Radio, Werbeanzeigen in Zeitungen oder Plakatwerbung. Das größte Interesse des Publikums liegt wegen der Übertragung der Turnierspiele beim Medium Fernsehen. Radio und Printmedien spielen hier eine ergänzende Rolle. Deshalb erwarten wir beim terrestrisch sendenden nationalen TV-Sender die stärksten Umsatzzuwächse im Zusammenhang mit der Übertragung der Europameisterschaftsspiele. Der Preis für Werbespots rund um die Übertragung der Fußball-Europameisterschaft orientiert sich hierbei an verschiedenen Kriterien, die kurz umrissen werden sollen. Die marginale Zahlungsbereitschaft für Werbezeit hängt grundsätzlich von drei Faktoren ab, auf die im folgenden eingegangen wird:

- Angebot an Werbezeit
- Anzahl der erreichten ZuseherInnen
- deren Kaufkraft

In einem Stufenplan wurde die **Werbezeit** bis 1.01.2001 auf 42 Minuten pro Tag und pro Kanal ausgeweitet. Laut dem neuen ORF-Gesetz (verabschiedet vom Nationalrat Anfang Juli 2001) sollen künftig die Ansagen von Sponsoren in die Werbezeit von täglich 42 Minuten pro Programm einzurechnen sein. Was den ORF rund hundert Millionen Schilling an Werbeeinnahmen kosten könnte. Zur Zeit setzt der ORF mit Werbung über fünf Milliarden Schilling um, die Einnahmen insgesamt liegen bei elf Milliarden.

Gleichzeitig wurde auch das so genannte Fernseh-Exklusivrechtgesetz (FERG) verabschiedet. Dieses legt fest, dass Ereignisse von herausragender Bedeutung nicht ausschließlich im Pay-TV und für eine überwiegende Mehrheit der österreichischen Zuseher empfangbar sein müssen. Die betreffenden Events werden per Verordnung - der so genannten "Schutzliste" - bestimmt (Die Presse 05.07.2001).

Mit einer einzigen Werbeeinschaltung im ORF in der Prime Time können durchschnittlich 19 % aller ÖsterreicherInnen, oder anders ausgedrückt 1,3 Millionen Personen über 12 Jahre erreicht werden.

Eine "Alternative" zu Einschaltungen im ORF bieten auch Schaltungen in den Werbefenstern von deutschen Sendern. Das erste österreichische Werbefenster hat RTL am 1.4.1996 "geöffnet", es folgte SAT.1 am 24.7.1996, PRO7 am 15.3.1998, Kabel 1 am 1.1.1999 und dann RTL2 am 3.5.1999. Ab 2001 wurden auch auf SuperRTL und bei VIVA Österreich-Werbefenster eingerichtet.

Die Funktionsweise dieser Werbefenster basiert auf dem Austausch österreichischer Werbeblöcke gegen deutsche Werbeblöcke. Eines haben alle Fenster gemeinsam: Sie sind ausschließlich in Haushalten mit Kabelanschluss empfangbar – auch das allerdings nicht flächendeckend in ganz Österreich. Als Resultat bringen die Werbefenster als Alleinmedium auch nach sehr vielen Einschaltungen kaum mehr als 30 % kumulierte Reichweite. Der Gesamtumsatz der kommerziellen Werbefenster in Österreich hat sich zwischen 1999 und 2000 nahezu verdoppelt und auf nunmehr rund eine Milliarde Schilling erhöht. Die gesetzliche „Bewirtschaftung“ der ORF-Werbezeit hat hier zur Folge, dass Werbekunden des ORF mangels verfügbarer Fernsehsendezeiten zur deutschen kommerziellen Konkurrenz ausweichen und somit rund eine Milliarde Schilling ins Ausland fließt, die eigentlich der österreichischen Programmproduktion zugute kommen könnte (ORF, 2001).

Trotz des Wettbewerbs bleibt der ORF das liebste Programm der Österreicher. Deutsche Werbespots treffen üblicherweise nicht den österreichischen Geschmack und nur wirklich starke Kampagnen können durch Overflow in Österreich einen merkbaren Werbedruck entwickeln.

Die **Anzahl der erreichten ZuseherInnen** wird in den sogenannten Reichweiten⁴⁶ der einzelnen Sendungen gemessen und variiert selbst bei Fußball-Europameisterschaften erheblich, z. B. bei der letzten EM 2000: die Reichweite schwankte je nach Attraktivität der Teams und der erreichten Qualifizierung im Verlauf der EM (siehe 4.3.1 Fernsehen) und erreichte den höchsten Wert von 24,1 Prozent bei dem Spiel Frankreich-Italien. Die Fußball-Europameisterschaft spricht eine für die Werbewirtschaft begehrte Zielgruppe an, nämlich die Gruppe junger und kaufkräftiger, vorwiegend männlicher Zuseher. Erfahrungsgemäß werden die Werbeblöcke bei Fußball-Europameisterschaften nicht nur in Sonderblöcken gestaffelt, sondern auch die Preisgestaltung für Werbespots wird an den Event angepasst, wengleich der Preisgestaltung des ORF von der Werbewirtschaft gewisse Grenzen gesetzt zu werden scheinen.

Ein bestimmter Anteil an Fernsehwerbung, die in Blöcken vor, zwischen oder nach Fußball-Übertragungen ausgestrahlt wird, wird von großen internationalen Konzernen gebucht, der andere Teil von heimischen Unternehmen mit Bezug zum Sportereignis. Der Mix aus internationalen und nationalen Werbespots ist grundsätzlich unabhängig davon, wo die EM stattfindet. Eine Austragung der Europameisterschaft in Österreich hätte aber den Vorteil, dass die Reichweiten bei der Übertragung aufgrund der Tatsache, dass das österreichische Nationalteam mitspielen wird, und wegen der verstärkt im Land präsenten medialen Vermarktungsbemühungen höher sein. Dazu kommt, dass jene Unternehmen, die an der Veranstaltung bzw. an der Vermarktung des Events im Land teilhaben, verstärkt in klassische Werbung investieren werden (siehe 4.5 Sportsponsoring).

Anhaltspunkte für eine mögliche Reichweitensteigerung lassen sich anhand von Daten der Weltmeisterschaft 1998 in Frankreich ableiten. An diesen Spielen nahm die österreichische Nationalmannschaft teil und absolvierte drei Vorrundenspiele. Die gemessenen Reichweiten und Marktanteilswerte⁴⁷ bei diesen Spielen erreichten durchwegs Spitzenwerte von 25,1 Prozent (zweite Spielhälfte Österreich — Camerun) bis 11,7 Prozent (Nachspielzeit Österreich – Italien, wo Österreich aus dem Cup ausschied). Der Spitzenwert von 25,1 Prozent konnte nur im Finale mit 28,1 Prozent Reichweite (zweite Spielhälfte: Brasilien - Frankreich) übertroffen werden. Der höchste Marktanteilswert wurde ebenfalls bei einem Spiel mit der heimischen Nationalmannschaft gemessen: 80 Prozent Marktanteil in der ersten Spielzeit: Österreich — Italien. Diese Werte zeigen das Potenzial einer großen Fußballveranstaltung mit Österreich-Beteiligung.

⁴⁶ Für die Berechnung der Reichweite (oder Seherbeteiligung) wird berücksichtigt, wie viele Personen in einer ausgewählten Gruppe (repräsentativ für die Grundgesamtheit) ein Programm innerhalb eines bestimmten Zeitraumes wie lange genutzt haben. Es wird die konkrete Sehdauer innerhalb eines bestimmten Zeitraumes gemessen.

⁴⁷ Der Marktanteil eines Senders bezieht sich immer auf die gesamte Zeit, welche die NutzerInnen für alle empfangbaren Sender aufgewendet haben. Er gibt jenen prozentuellen Anteil an, der auf einen bestimmten Sender im Vergleich zu allen anderen Sendern entfällt. Der Marktanteil kann für jeden beliebigen Zeitintervall (Sendung, Tag, Monat etc.) berechnet werden.

In dieser Studie gehen wir von der Annahme aus, dass im Jahr 2008 die relative **Kaufkraft** der Österreicher im Vergleich zu 2000 unverändert gleich bleibt. Von dieser Annahme ausgehend werden die Effekte der Fußball-Europameisterschaft auf die Werbebranche in Österreich unabhängig zu einer Änderung der Kaufkraft angesehen.

4.3 Marktanteil klassischer Medien an den Werbeaufwendungen

Der österreichische Medienmarkt ist zwar eng, aber im Vergleich zu der Situation vor 1995 in zunehmendem Maße umkämpft. Speziell auf dem Radiomarkt hat sich die Konkurrenzsituation mit dem Beitritt Österreichs zur Europäischen Union drastisch verändert. Bei genauerer Betrachtung lässt sich allerdings feststellen, dass es eine starke Beteiligungsverflechtung von Printmedien und Radiobetreibern gibt. Auch in Hinblick auf die Konkurrenzbeziehung der privaten Radiostationen zum öffentlich-rechtlichen Radiobetreiber ORF gibt es auf dem Gebiet der Werbezeitvermarktung eine Allianz. In bezug auf die Preisgestaltung für Werbeeinschaltungen hatte diese Tatsache eine stabilisierende Wirkung auf niedrigerem Niveau.

Die gesamten Werbeaufwendungen im Jahr 2000 betragen in Österreich 27,82 Milliarden Schilling und erreichten damit einen historischen Höchstwert. Die Wachstumsrate von 8,7 Prozent der Werbeausgaben in Österreich zeigt weiterhin kontinuierliches Wachstum. Die Werbeaufwendungen betragen im Zeitraum Jänner-Mai 2001 12,0 Milliarden Schilling und verteilen sich wie folgt auf die klassischen Medien (siehe **Tabelle 18**).

Tabelle 18: Marktanteil klassischer Medien in Österreich Jänner – Mai 2001

Tageszeitungen	28,3%
Fernsehen	23,7%
Illustrierte/ Magazine	16,4%
Radio	8,1%
Reg. Wochenzeitungen	6,9%
Außenwerbung	6,3%
Klassische Prospekte	6,0%
Fachzeitschriften	3,7%
Kino	0,5%

Quelle: Focus Media Research

Von der Werbeindustrie werden bei Fußball-Europameisterschaften alle Medien genutzt. Differenzierungen nach Art und Umfang gibt es hinsichtlich der Informationsgeschwindigkeit des jeweiligen Mediums und der damit verbundenen Werbetarife. Den höchsten Stellenwert hat hier sicherlich das Fernsehen, weil es Spiele überträgt und — gemeinsam mit dem Radio — die Information am schnellsten transportieren kann. Den Printmedien und den Plakaten kommt hier unterstützende Bedeutung bei der Vermarktung des Events zu.

4.3.1 Fernsehen

Das am 5. Juli beschlossene und im August 2001 im Kraft tretende Privat-TV-Gesetz ermöglicht ein bundesweites privates Fernsehprogramm auf der letzten noch zur Verfügung stehenden Frequenzkette. Zudem soll es regionale Fernsehprogramme geben können, und das auf bisherigen ORF-Frequenzen, die in Wien, Linz und Salzburg bisher nur für eine halbe Stunde "Bundesland heute" benötigt wurden. Diese Regionalsendungen bleiben zwar auf denselben Frequenzen – aber als Fensterprogramme in sonst von Privaten betriebenen Kanälen. Die Medienbehörde KommAustria wird die Lizenzen vergeben. Bisher hat nur der Sender "True Image Vision" (TIV) eine Bewerbung um die Wiener Fernseh-Lizenz angekündigt. Im Kabel, der mangels Gesetz bisher einzig möglichen Sendeform (die Satellitenausstrahlung kommt heimischen Anbietern zu teuer), wurden bisher nicht die besten Erfahrungen gemacht. Der Sender "tele vision drei" etwa, eine Fusion aus OÖ Vision und TV3, ging im Frühjahr 1999 an den Start und wurde bereits im darauf folgenden Herbst eingestellt. Einer der Gründe: Die Resonanz der Werbewirtschaft war eher bescheiden.

Die Bedeutung dieser Entwicklung für die Werbetarife kann wie folgt eingeschätzt werden: Wird eine regionale TV-Lizenz vergeben, dann der Marktführer ORF keine Konkurrenz beim Erwerb und bei der Vermarktung der TV-Übertragungsrechte fürchten, weil der national übertragende Sender für die KonsumentInnen und die Werbebranche immer attraktiver ist. Wenn es eine nationale Lizenz für einen privaten Fernsehanbieter gibt, dann man grundsätzlich drei Szenarien unterscheiden: (1) der ORF erhält die Übertragungsrechte und nicht der private Konkurrent; (2) der private Konkurrent erhält die Rechte und der ORF geht leer aus (sehr unwahrscheinlich); oder (3) beide erhalten die TV-Rechte.

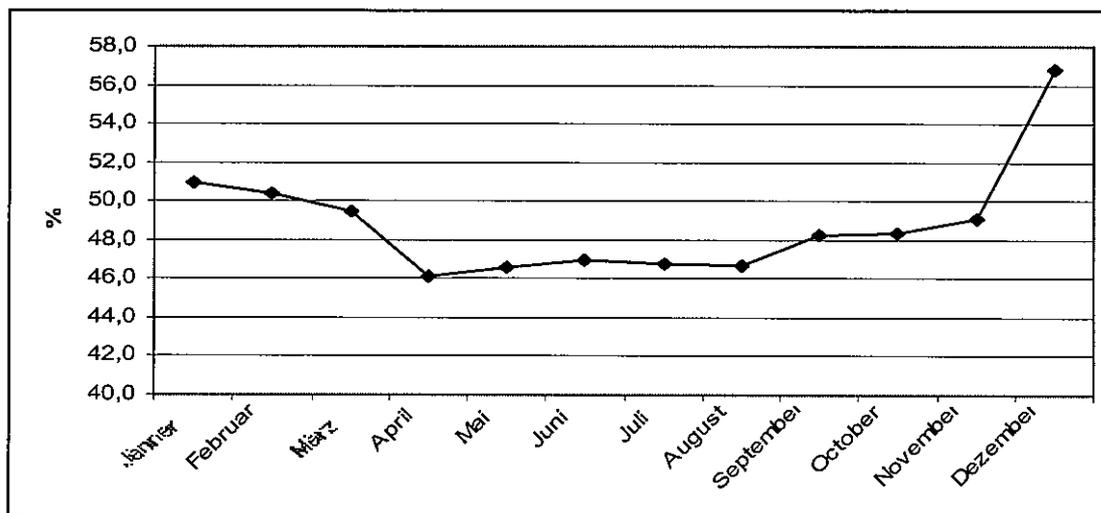
Wir gehen davon aus, dass der ORF, wie in der Vergangenheit, die TV-Rechte erwerben wird, zumal nach den vorherrschenden Usancen bei Europameisterschaften immer die nationale Fernsehanstalt die technische Übertragung der Spiele im eigenen Land übernommen hat und auch über die Übertragungsrechte verfügt. Die zu erwartende Auswirkung einer Konkurrenzsituation auf die TV-Werbetarife wird, ähnlich wie beim Radio 1998, zu erheblichen Preissenkungen führen, was nur durch eine drastische Reform der Tarifstruktur wettgemacht werden kann.

Die Wettbewerbssituation am österreichischen TV-Markt lässt sich am besten im Vergleich terrestrischer TV-Empfang zu Kabel- und/oder Satellitenempfang darstellen. Die Haushalte mit Kabelanschluss und/oder Satellitenschüssel können durchschnittlich aus dem Programmangebot von 35 Kanälen wählen. Dennoch bleibt der ORF das beliebteste Programm Österreichs mit 56,4 % Marktanteil (Juni 2001). Immerhin entfällt nahezu die Hälfte der täglichen Fernsehzeit in den österreichischen Haushalten mit Kabel- und/oder Satellitenantennen auf den ORF, auf die stärksten Mitbewerber gemeinsam hingegen nur etwa ein Drittel.

Im terrestrisch verbreiteten ORF stehen zwei national empfangbare Fernsehkanäle zur Verfügung, die vom ORF für die Ausstrahlung eigener Programme genutzt werden. Hier hat

sich das Konkurrenzumfeld für den nationalen öffentlich-rechtlichen Fernsehsender in den vergangenen 14 Jahren stark verändert.

Abbildung 2: ORF-Marktanteile in Mehrkanalhaushalten im Jahr 2000



Quelle: ORF,IHS

So besaßen im Jahr 1986 94 Prozent der österreichischen Haushalte ein TV-Gerät und nur 13 Prozent Kabel- und/oder Satellitenanschluss, während im Jahr 2000 97,1 Prozent (oder 3,136 Millionen Haushalte) ein TV-Gerät und 77,9 Prozent (oder 2,477 Millionen Haushalte) einen Kabel- und/oder Satellitenanschluss hatten (vgl. Tabelle A 16).

Der aufgrund der technologischen Entwicklungen bei der Fernsehübertragung angefachte Wettbewerb um Marktanteile im TV lässt das strategische Potenzial einer Europameisterschafts-Übertragung deutlich werden (vgl. Abbildung 2). Der ORF erreichte im Juni 2000 (EM 2000) in den Kabel-/Satelliten-Haushalten einen Marktanteil von 47 Prozent. Das ist ein Anstieg von 0,9 Prozent gegenüber gemittelten 46,6 Prozent vor und nach der EM 2000 und 0,6 Prozentpunkten gegenüber dem Juni 1999. Der nationale Marktanteil erreichte im Juni 55,5 Prozent. Das bedeutet, dass etwas mehr als die Hälfte aller im Juni in Österreich gesehene Programme solche des ORF sind. Die sechs Hauptkonkurrenten des ORF (RTL, Sat.1, Pro7, ARD und ZDF) erreichten im Juni einen KaSat-Anteil von 31,5 Prozent und hatten somit Einbußen von 0,9 Prozent zu verbuchen.

Mediensoziologisch interessant: Erstmals haben auch die Frauen die Fußballspiele mit Interesse verfolgt: 42 Prozent hat der Damenanteil bei der Verlängerung des Finales betragen, und 1.615.000 Menschen haben die Spiele angesehen. An der Spitze der Juni-Spiele lag dabei das entscheidende Elfmeterschießen zwischen Italien und den Niederlanden am 29. Juni mit 1,369 Millionen Zusehern, eine Reichweite von 20,4 % und ein Marktanteil von 55 %, gefolgt von der Verlängerung des Spiels Italien-Niederlande mit 1.288 Millionen Zuschauer, eine Reichweite von 19,2 % und ein Marktanteil von 54 %. Hohe Marktanteile und Reichweiten zeigten sich bei jenen Spielen mit attraktiven Nationalteams (z. B. Frankreich –

Portugal, Spanien – Frankreich, England – Deutschland). Das Finale Frankreich gegen Italien, das am 2. Juli ausgetragen wurde, hatte 1,615 Mio. Zuseher, eine Reichweite von 24,1, einen Marktanteil von 65 % und der Treueindex⁴⁸ lag bei 84.

4.3.2 Radio

Auf dem Radiomarkt hat sich in Österreich seit 1995, dem Beitritt Österreichs zur Europäischen Union, die Konkurrenzsituation stark verändert. Vor 1995 besaß nur der ORF Lizenzen für vier national empfangbare Radiostationen. Mit dem Start der Kommerzradios am 1. April 1998 hat sich die Konkurrenzsituation auf dem Radio-Sektor deutlich verschärft. Zurzeit sind in Österreich 55 Kommerzradios on air. Jedoch sind diese Lizenzen nur regional oder lokal begrenzt empfangbar, während der ORF drei national empfangbare Radiostationen und neun regionale Radiosender (die zur Steigerung der Reichweiten für Werbeblöcke zu einem Ring zusammengeschlossen werden) betreibt. Aus diesem Umstand ergeben sich folgende Marktanteilswerte im zweiten Halbjahr 2000 für die ORF-Radioprogramme, die eine deutliche Dominanz der ORF-Radiostationen zeigen:

Tabelle 19: Aufteilung der Marktanteile des österreichischen Radiomarktes

ORF-Radiostation	Marktanteil (in Prozent)
Ö 1	4%
Ö 2 (Regionalprogramme)	38%
Ö 3	36%
Blue Danube Radio/FM4	2%
ORF Radio gesamt	80%
Kommerzradios Inland gesamt	17%

Quelle: Radiotest

Für die Übertragung der Fußball-Europameisterschaftsspiele kommt dem Radio im Vergleich nur mehr eine nachrangige Bedeutung zu. Radioübertragungen wurden von TV-Übertragungen abgelöst. Im Radio werden hauptsächlich Live-Einstiege bei interessanten Spielverläufen sowie Hintergrundinformation über Spieler, Mannschaften, organisierendes Land etc. angeboten.

4.3.3 Printmedien

Dieser Zweig des Medienmarktes errang 2000 insgesamt rund 56 Prozent der gesamten Werbeaufwendungen. Der Stellenwert dieser Medien liegt aufgrund der Informationsgeschwindigkeit in der nachgelagerten Berichterstattung und der Hintergrundinformation. In diesem Sinne beschränken sich Printmedien darauf, Sonderjournale herauszugeben, unabhängig davon, ob sie täglich, wöchentlich oder monatlich erscheinen.

⁴⁸ Der Treueindex zwischen 0 und 100 gibt an, wie viel von einer Sendung genutzt wurde. D.h., je höher der Treueindex, umso länger ist die durchschnittliche Verweildauer der Seher bei einer Sendung. Bei "Treueindex = 100" haben alle Seher einer Sendung die gesamte Sendung mitverfolgt.

Für beide Medien, Radio und Printmedien, lässt sich resümieren, dass die Auswirkungen einer in Österreich stattfindenden Fußball-Europameisterschaft — unmittelbar und mittelbar — gegeben sind. Allerdings werden in beiden Fällen keine eventbezogenen Daten erhoben, sondern lediglich langfristige Trends beobachtet. Nach Aussagen von Vertretern von Radiobetreibern und Printmedien gibt es bei Fußball-Großveranstaltungen in beiden Bereichen Auswirkungen, eine Quantifizierung ist jedoch mangels Daten derzeit nicht möglich.

4.4 Entwicklungen im Bereich der Medien bis 2008

Die klassische Werbung stellt eine Finanzierungsquelle für Medien dar. Im Bereich des Fernsehens können aufgrund der großen Popularität von Europameisterschaften ganz allgemein Reichweitensteigerungen erwartet werden. Darüber hinaus wird ein zusätzlicher Impuls von einer in Österreich organisierten Fußball-Europameisterschaft erwartet, zumal die österreichische Nationalmannschaft mit Sicherheit an den Spielen teilnehmen wird und die Vermarktungsbemühungen im Inland verstärkt betrieben werden. Wir erwarten ein Reichweitensteigerungspotenzial in der Größenordnung der WM 1998, bei der Österreich an den Vorrundenspielen teilnahm. Bei dieser Europameisterschaft wurden durch Sonderwerbeblöcke und eine neue Werbetarifstruktur zusätzliche Einnahmen in der Höhe von 35 Millionen Schilling erzielt. Im Vergleich zu den Werbetarifen der EM 1996, bei der rund 17 Millionen Schilling zusätzlich aus Werbeeinnahmen lukriert wurden, ist festzuhalten, dass der "Tausend-Kontakt-Preis" (TKP)⁴⁹ nahezu unverändert blieb und die Einnahmensteigerung im großen und ganzen auf die gestiegenen Reichweiten und die neue Tarifstruktur zurückzuführen war. Angewendet auf die Schätzungen für die Europameisterschaft 2008 gehen wir von den Reichweitzahlen der WM 1998 und der Tarifstruktur der EM 2000 aus (das heißt keine Konkurrenzsituation auf dem terrestrischen TV-Markt) und rechnen mit einem jährlichen Zuwachs der Werbeeinnahmen im TV von durchschnittlich 4,9 Prozent.

Für diese Studie wurden die Annahmen getroffen, dass

- die Organisation der Europameisterschaft optimal verläuft,
- die österreichische Nationalmannschaft gut spielt,
- der ORF die TV-Rechte erwirbt,
- die Kosten für die Übertragungsrechte im Rahmen unserer Schätzung liegen,
- bis 2008 keine nationale terrestrisch empfangbare TV-Station in Österreich in Betrieb genommen wird,
- sich die Werbetarifstruktur des ORF nicht verändert und die Werbezeitbeschränkung 42 Minuten beträgt,

⁴⁹ Der TKP zeigt an, wieviel der Kontakt einer Werbebotschaft mit 1.000 Personen kostet. Dabei ist es egal, ob es sich um eine oder mehrere Schaltungen handelt.

- die durchschnittliche Steigerung der Werbeausgaben in Österreich 4,9 Prozent beträgt,
- die Umstellung von Schilling auf EURO und die Inflation die Preise und das Konsumverhalten nicht verändern,
- die prozentuelle Aufteilung der Marktanteile klassischer Medien auf die Einnahmen aus klassischer Werbung unverändert bleibt und
- die Höhe der Steuerabgaben sich nicht verändert.

Für die EM 2008 erwarten wir demnach Einnahmen im Bereich der klassischen Werbung über das Medium Fernsehen allein von 60 Millionen bis 70 Millionen Schilling. Prozentuell auf die anderen Medien aufgeteilt (vgl. Tabelle 18), ergeben sich nach unserer Schätzung Einnahmen im Bereich der Printmedien von 140 Millionen bis 160 Millionen Schilling, im gesamten Bereich der elektronischen Massenmedien zusätzliche Einnahmen von 80 Millionen bis 95 Millionen Schilling und bei Plakatwerbung 15 Millionen bis 17 Millionen Schilling. In Summe könnte mit Einnahmen aus klassischer Werbung im gesamten Bereich der Medien in Höhe von 235 Millionen bis 272 Millionen Schilling gerechnet werden.

Neben dem Einkommen über klassische Werbung steht den elektronischen Massenmedien noch eine zweite Finanzierungsquelle zur Verfügung. Hier seien Kooperationen, Patronanzen etc. genannt, die allerdings wegen der eventbezogenen Berechnung nicht für das Ereignis der EM 2008 errechnet werden können. Das Einnahmenvolumen soll aber jenes aus der klassischen Werbung übersteigen.

4.5 Sportsponsoring

Große Erwartungen setzen naturgemäß Sportsponsoring-Agenturen in die Austragung der Fußball-Europameisterschaft in Österreich. Hier sieht man neben den großen offiziellen UEFA-Sponsoren, die international vermarktet werden, noch reichlich Platz für österreichische Sponsoren. Im Zusammenhang mit der EM sind jene Sponsoren zu nennen, die in den Bereichen Versorgung, Ausrüstung, Hotel, Transport, Telekommunikation und Finanzierung zum Zug kommen werden. Hier wird ein Sponsoringvolumen in der Höhe von 250 Millionen bis 500 Millionen Schilling erwartet. Dazu könnten noch Sachwerte in der Höhe von rund 125 Millionen bis 250 Millionen Schilling kommen. Diese Sachwerte werden in der Regel mit dem Recht abgegolten, sich z. B. "offizieller Ausstatter der EM 2008" nennen zu dürfen, was wiederum über die klassische Werbung vermarktet werden und nochmals 125 Millionen bis 250 Millionen Schilling bringen kann. In Summe ergibt das eine Bewegung von 500 Millionen bis einer Milliarde Schilling.

Tabelle 20: Durch EM 2008 induzierte geschätzte Einnahmen

in Millionen ATS	Einnahmen im Einzelbereich	Einnahmen im Gesamtbereich
Werbung:		
TV, klassische Werbung	60 - 70	
elektronische Massenmedien		80 - 95
Printmedien, gesamt		140 - 160
Plakat	15 - 17	15 - 17
zusätzliche Werbung*)		125 - 250
Summe		360 - 522
Sportsponsoring (inkl. Sachwerte)		375 - 750
Summe: Werbung + Sportsponsoring		735 - 1,272

*) zusätzliche Werbung durch "offizielle Ausstatter der EM" in allen Medien

Quelle: IHS

4.6 TV-Rechte für die Europameisterschaftsspiele 2008

Die TV-Übertragungsrechte stehen bei großen Sportereignissen im Mittelpunkt des Interesses. Sie sind die Grundlage der Finanzierungssystematik, von dem jeder Teil der Sportwelt profitiert — die Spieler und ihre AgentInnen, die Veranstaltungen und ihre VeranstalterInnen, die Fernsehstationen und ihre ZuseherInnen, die SponsorInnen und die Werbewirtschaft. Die UEFA ist exklusive Inhaberin aller kommerziellen sowie Fernseh- und Rundfunkrechte für die 31 Endspiele der Fußball-Europameisterschaft 2008, sie entscheidet alleine über die Vermarktung der TV-Rechte. Für die EM 2008 wurden diese Rechte noch nicht vergeben. Der organisierende Verband erhält derzeit 10 Prozent von den Gesamteinnahmen aus der Verwertung kommerzieller Rechte, welche von der UEFA eingenommen werden. Darüber hinaus darf der organisierende Verband zusätzliche Einnahmen aus Verträgen mit lokalen SponsorInnen einnehmen.

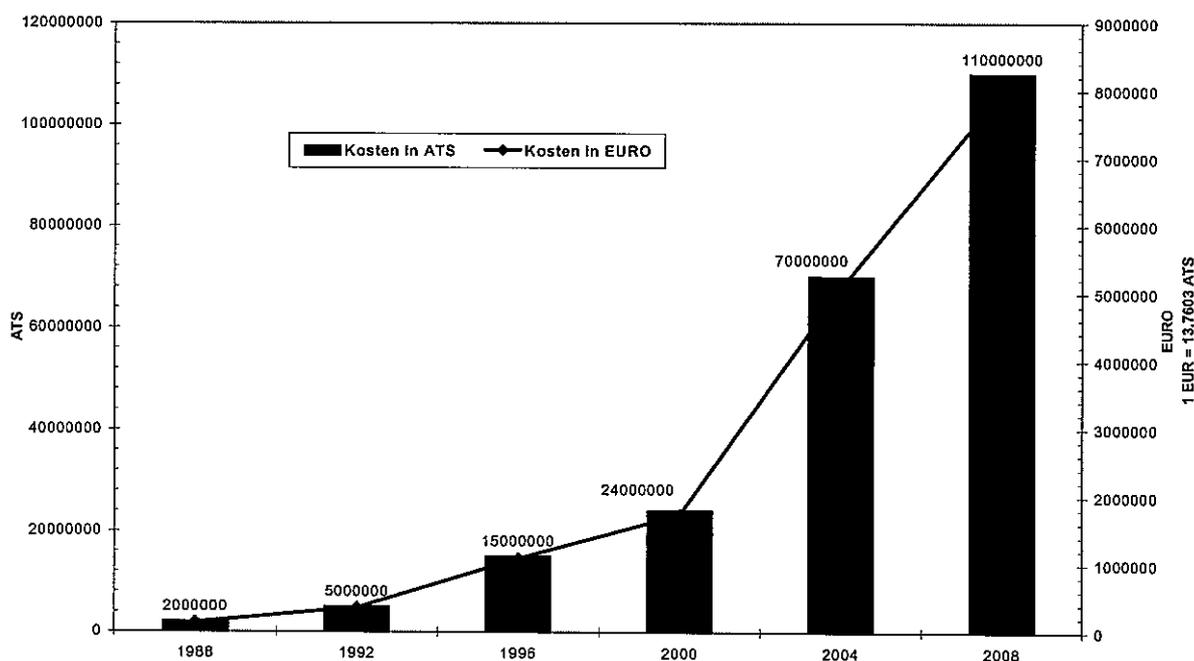
Grundsätzlich werden die von den großen Fußballverbänden FIFA und UEFA exklusiv vergebenen Übertragungsrechte für Weltmeisterschafts- bzw. Europameisterschaftsspiele an ein Bieterkonsortium vergeben, welches seinerseits die Kosten für den Erwerb der Rechte durch Weitergabe an Dritte verkauft bzw. durch erhöhte Werbetarife wieder hereinzuspielen versucht. Die KonsumentInnen bezahlen für die TV-Rechte meist indirekt und auf verschiedene (auch nicht in Geld bewertbare) Arten: Sie bezahlen Steuern, die dem öffentlich-rechtlichen Fernsehen zufließen; sie verbringen Zeit vor dem Fernseher, in der sie zusätzliche, vor und zwischen den Spielen ausgestrahlte Werbung bei privaten Sendern ansehen; sie zahlen zusätzliche Gebühren für den Empfang von Kabel- und Satellitenkanälen; oder sie zahlen direkt für "Pay-per-view"- oder "Pay-TV"-Kanäle.

Bei der Erfüllung seines Programmauftrags war der ORF in den vergangenen Jahren zudem mit "explodierenden" Lizenzkosten konfrontiert. Speziell die Lizenzkosten für TV-Rechte werden auf allen Gebieten immer teurer, vom Kultur- über den Film- bis hin zum Sportsektor.

So hat sich etwa der Preis für die ORF-TV-Rechte für die Übertragung der Olympischen Winterspiele in Salt Lake City im Jahr 2002 im Vergleich zu jenem in Calgary im Jahr 1988 um das Vierundzwanzigfache erhöht. Bei der Fußball-Europameisterschaft ist es in den vergangenen zwölf Jahren für den ORF sogar zu einer Verfünfunddreißigfachung der Preise für die Lizenzrechte gekommen (ORF, 2001).

Laut ORF wurden für die TV-Übertragungsrechte der Fußball-Europameisterschaft 2004 70 Millionen Schilling bezahlt, ein Anstieg von 200 Prozent (nominal) in bezug auf den Kaufpreis der Rechte von 2000. Für die TV-Übertragungsrechte der bevorstehenden Olympischen Winterspiele 2002 wurden 101 Millionen Schilling bezahlt. Im Vergleich dazu: Die weltweiten Fernsehübertragungsrechte (mit Ausnahme der Vereinigten Staaten) für die bevorstehenden Weltmeisterschaftsspiele 2002 und 2006 wurden von der Sporis/Kirch-Gruppe um rund 23,8 Milliarden Schilling (siehe Hafner, M.; Neunzig, A.R. (1998 S. 20)) ersteigert. Im Fall der Fußball-Weltmeisterschaft dürfen öffentliche Rundfunkunternehmen, die dem internationalen Konsortium EBU angehören, mit dem die FIFA zusammenarbeitet, die Rechte für die WM 2002 und 2006 erwerben; Pay-per-view-TV-Stationen sind ausgenommen.

Abbildung 3: Entwicklung der TV-Lizenzkosten für Österreich von 1988 - 2008:



Quelle: ORF, IHS

Wir gehen davon aus, dass Österreich als Mitglied der EBU Lizenznehmer für die Übertragungsrechte der Europameisterschaft 2008 sein wird. Die aus der Vergangenheit vorhandenen Daten über die Lizenzkosten für die Übertragung der Europameisterschaften 1988, 1992, 1996, 2000 und 2004 wurden für das Jahr 2008 mittels einer Polynomfunktion geschätzt (vgl. Abbildung 3).

In dieser Graphik zeigen wir einen Anstieg der Lizenzkosten um rund 5500 Prozent in der Zeit von 1988 bis 2008 und errechnen Kosten in der Höhe von rund 110 Millionen Schilling im Jahr 2008. Diese Kosten sollten über klassische Werbung und verschiedene Formen von Sponsoring wieder hereingespielt werden.

4.7 Beschäftigungseffekte im Medien- und Werbebereich

Ein Großereignis wie die Europameisterschaft führt grundsätzlich zu Beschäftigungseffekten. Jedoch aufgrund der zeitlich begrenzten Mehrbelastung der Medien- und Werbebranche wird sich der Beschäftigungseffekt eher marginal ausnehmen. Im Medienbereich können sich die Impulse für die Beschäftigungswirkungen aus der gestiegenen Zahl der erforderlichen MedienvertreterInnen vor Ort ableiten, aus der Mehrbelastung die sich aus der technischen Übertragung der Spiele oder sie können sich aus der gestiegenen Nachfrage nach Werbeeinschaltungen ergeben. Allerdings wurde bei Umfragen in den Branchen kein Anhaltspunkt dafür gefunden, dass eine eventuelle Personalaufstockung über die 30 Tage der EM hinaus andauern könnte.

4.8 Steuerlicher Aspekt

Im Zusammenhang mit den Einkünften aus klassischer Werbung kann angenommen werden, dass zusätzliche Steuereinnahmen durch die sogenannte "Ankündigungsabgabe" in der Höhe von 10 Prozent und die Mehrwertsteuer von 20 Prozent anfallen. Bei einem durch die EM verursachten zusätzlichen Einnahmenvolumen von 360 Millionen bis 520 Millionen Schilling aus klassischer Werbung ergibt sich eine Summe von 36 Millionen bis 52 Millionen Schilling aus der Position "Ankündigungsabgabe".

Die Mehrwertsteuer, berechnet für die zusätzlichen Einnahmen aus klassischer Werbung und Sportsponsoring zusammen in der Höhe von 735 Millionen bis 1.270 Millionen Schilling, ergibt Steuereinnahmen von 147 Millionen bis 254 Millionen Schilling. Ankündigungsabgabe und Mehrwertsteuer gemeinsam ergeben ein zusätzliches Steuervolumen von 183 Millionen bis 306 Millionen Schilling für den österreichischen Staatshaushalt. Nicht bewertet werden konnten Einnahmen aus alternativen Einnahmequellen wie Patronanzen und Sponsoring der elektronischen Medien.

4.7 Zusammenfassung

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die Fußball-Europameisterschaft ein mit großer nationaler und internationaler Aufmerksamkeit verbundenes Großereignis ist, welches über einen Zeitraum von rund 30 Tagen signifikante ökonomische Effekte auslösen kann. Der Imagewert und die hohe Qualität der professionellen Vermarktung einer EM lassen positive Auswirkungen auf die Gesellschaft und die Wirtschaft im allgemeinen und Medien und Werbeindustrie im besonderen erwarten. Die Bedeutung der Werbung für Medien und Fußball (und vice versa) liegt in der Imagegestaltung des Sports einerseits und in der

Vermarktung der prestigeträchtigen Turniere andererseits. Hier liegt eine starke Interessenverflechtung zugrunde, die sowohl für den Sport als auch für Medien und Werbung in der Regel sehr lukrativ ist. Die Vermarktung der Fußball-Europameisterschaft erfolgt durch die sogenannte klassische Werbung in elektronischen und Printmedien, auf Plakaten und als Bandenwerbung. Herausragende Bedeutung kommt natürlich dem Fernsehen als übertragendem Medium zu, aber auch in den anderen Bereichen wird über Umwege ein Zuwachs an Werbetätigkeiten erwartet.

Die Impulse, die aus der Veranstaltung der Europameisterschaft in Österreich auf den Medienmarkt zu erwarten sind, ergeben sich aus der Tatsache, dass das Interesse des Publikums im Land durch zwei Umstände angeregt wird. Zum einen nimmt die österreichische Nationalmannschaft an den Spielen teil, und zum anderen wird durch die verstärkten Vermarktungsbemühungen der österreichischen Wirtschaft ein zusätzliches Potenzial erschlossen, das unter anderen Umständen nicht erreichbar wäre. Diese Tatsache wirkt sich auf die Auftragslage der Werbewirtschaft aus, weil jene heimischen Unternehmen, die an der Organisation der Fußball-Europameisterschaft teilhaben, ihre Werbekampagnen verstärken oder eigens wegen des Großereignisses in Auftrag geben werden. Es wird auch erwartet, dass große international tätige Unternehmen sich an dem Ereignis mit einer auf die EM ausgerichteten Kampagne beteiligen, allerdings werden diese Kampagnen in der Regel in den Ländern der Sitze der Konzernzentralen in Auftrag gegeben und kommen nicht der heimischen Werbeindustrie, sondern dem verbreitenden Medium zugute.

Die zusätzlichen Werbeeinnahmen des Mediums Fernsehen wurden *ceteris paribus* auf 60 Millionen bis 70 Millionen Schilling geschätzt. Der gesamte Bereich der Print- und elektronischen Medien kann mit zusätzlichen Einnahmen in der Höhe von 220 Millionen bis 255 Millionen Schilling rechnen, und durch Sportsponsoring können nochmals Einnahmen in der Höhe von 375 bis 750 Millionen Schilling erzielt werden. Das Steuereinkommen aus Werbung und Sportsponsoring, berechnet auf dieser Grundlage, beläuft sich auf eine Höhe von 183 Millionen bis 306 Millionen Schilling.

Es kann festgestellt werden, dass ein Sportereignis vom Rang einer Fußball-Europameisterschaft sich grundsätzlich positiv auf den Mediensektor auswirkt. Der national sendende Österreichische Rundfunk konnte sich gegenüber ausländischer privater (über Kabel und/oder Satelliten verbreiteter) Konkurrenz gut behaupten. Dies dürfte auf die hohe Qualität, ein für SeherInnen erträgliches Maß an Werbeblöcken sowie auf den Patriotismus und die Kundentreue der österreichischen FernsehuseherInnen zurückzuführen sein. Eine im ORF übertragene, im Inland organisierte Europameisterschaft löst mit Sicherheit einen beträchtlichen Anstieg der Reichweiten aus, was in der Folge die Bindung zwischen ORF und FernsehuseherInnen und zwischen ORF und WerbekundInnen verstärken wird. Damit kann sich der ORF kurz- und mittelfristig gegenüber privater Konkurrenz zu Kabel- und/oder Satelliten-Haushalten behaupten und wird sich auch in bezug auf eine mögliche nationale Konkurrenzsituation bei der terrestrischen TV-Übertragung durchsetzen.

Unter den Bedingungen, dass der ORF als nationale Fernsehanstalt des Gastgeberlandes sowohl die technische Übertragung der Turnierspiele — zumindest in Österreich — durchführen wird und auch die Übertragungsrechte für Österreich - als Mitglied der "European Broadcasting Union" — erhält, ist es sehr wahrscheinlich, dass der ORF die Kosten für den Erwerb der TV-Rechte durch die Einnahmen aus Werbung, Kooperationen, Gewinnspielen und anderen Formen alternativer Finanzierungsquellen zumindest decken können wird.

5. Auswirkungen der EM 2008 auf den Markt für Sportwetten

Ein nicht unwesentlicher Geschäftszweig, der mit dem Fußball eng verbunden ist, sind Sportwetten. Sportwetten können in Österreich zum einen in der Form des Fußballtotos und der Torwette und zum anderen als Einzel- oder Akkumulativwette bei Buchmachern abgegeben werden. Während das Fußballtoto auf eine mehr als 50-jährige Tradition aber konstant fallende Umsätze verweist, ist der Markt für Buchmacherwetten in den letzten Jahren erheblich gewachsen. Dieses Marktwachstum der letzten Jahre ist auf die steigende Zahl der Wettbüros und auf die Wettumsätze im Internet zurückzuführen. Wenn auch der Wettgegenstand von Buchmacherwetten und Toto/Torwette gleich ist, bestehen für unsere Fragestellung nicht unwesentliche Unterschiede zwischen beiden Spieltypen. Beim Toto gilt es, die groben⁵⁰ Spielausgänge einer Kombination von 12 vorbestimmten Fußballspielen richtig vorherzusagen. Bei der Torwette gilt es, die genauen Resultate von vier ebenfalls vorbestimmten Fußballspielen vorherzusagen. Bei Buchmacherwetten hingegen hat der Wettende die Freiheit, unter einer großen Anzahl von Spielen aus den verschiedensten Ligen jene Wetten zu wählen, die ihm am günstigsten erscheinen. So kann sowohl auf einzelne Spielausgänge gewettet werden als auch auf eine große Zahl von Kombinationen von Spielen oder auf Ereignisse wie Zwischenstände zur Halbzeit oder den Meister der Saison. Buchmacherwetten und Toto/Torwette unterscheiden sich auch wesentlich in der Art der Gewinnermittlung. Während der Gewinn einer Buchmacherwette durch die Quote bereits bei Abschluss der Wette fix definiert ist, ist die Auszahlung eines Totogewinns von der Zahl der Mitspieler und deren Tippverhalten abhängig (Totalisatorprinzip). Aufgrund dieser unterschiedlichen Designs kann man davon ausgehen, dass die Nachfrage nach beiden Wetttypen unterschiedlich auf die Abhaltung einer Fußballgroßveranstaltung reagiert.

5.1. Der Markt für Toto und Torwette

2000 wurden in insgesamt 52 Toto Runden und 44 Extra Toto Runden 263 Mio. ATS umgesetzt. In ebenso vielen Torwette Runden wurden ca. 21 Mio. ATS umgesetzt. 1995 betrugen die gesamten Toto Umsätze noch 476 Mio. ATS, die Umsätze der Torwette 36 Mio. ATS.

5.2. Der Buchmacherwettmarkt

Buchmacherwetten unterliegen im Gegensatz zum Toto nicht dem Glücksspielmonopol. Die Ausübung des Buchmachergewerbes erfordert nur eine Konzession des jeweiligen Bundeslandes, die in unbeschränkter Zahl vergeben werden können. Es gibt daher eine große Anzahl von Buchmachern in Österreich. Der Österreichische Buchmacherverband zählt ca. 30 Mitglieder, die auch Fußballwetten anbieten. Seit 24. August ist zusätzlich ein neues Wettprodukt, Tipp3, auf dem Markt. Tipp3 unterscheidet sich von anderen Fußballwetten einerseits dadurch, dass der Vertrieb über Trafiken und nicht in Wettcafes erfolgt. Andererseits ist das Wettangebot auf die groben Spielausgänge beschränkt.

⁵⁰ Grob bedeutet, dass nur 1, 2, x und nicht die Torzahl zu prognostizieren ist.

Mit der steigenden Beliebtheit des Internet haben sich auch zahlreiche neue Anbieter, die ihre Wetten ausschließlich über das Internet anbieten, in Österreich etabliert. Eigene Recherchen ergaben 18 österreichische⁵¹ Internet Anbieter, wovon drei ausschließlich im Internet tätig waren. Daneben gibt es eine große Anzahl (ca. 350) ausländischer Anbieter im Internet, bei denen natürlich auch ÖsterreicherInnen wetten können. Viele der österreichischen Internet-Anbieter erzielen wesentliche Teile ihres Umsatzes mit Wettkunden aus dem Ausland. Das Ausmaß der Außenhandelsverflechtung bei Wetten ist jedoch ebenso wenig bekannt wie das Vorzeichen des Saldos zwischen Wettexporten und -importen. Den Auskünften der österreichischen Internet-Wettanbieter zufolge können die Wettexporte durchaus relevante Größenordnungen annehmen (unseren Schätzungen zufolge ATS 800 Mio. - 1 Mrd.), während diese für die "brick-and-mortar"⁵² Wettbüros irrelevant sind. Die hohen Wettexporte liegen vorwiegend darin begründet, dass in vielen Staaten das Wettgeschäft verboten oder streng reglementiert ist. Obwohl es keine Zahlen darüber gibt, gehen wir davon aus, dass Österreicher in nur geringem Ausmaß im Ausland wetten, da die Quoten ausländischer Anbieter im Durchschnitt nicht besser sind als die der österreichischen Anbieter. Das Wetten im Ausland ist aber in den meisten Fällen mit höheren Transaktionskosten und größerer Unsicherheit verbunden als im Inland.

Für unsere Berechnungen ist aber nur der österreichische Markt im Sinne der KonsumentInnenseite relevant. D.h., dass nur Wetten von ÖsterreicherInnen und SchweizerInnen zum österreichischen Markt zählen, da nur deren Wettkonsum von einer EM in Österreich/Schweiz beeinflusst werden kann. Wir gehen von der Annahme aus, dass es für einen deutschen Wettkunden egal ist, ob die EM 2008 in Österreich/Schweiz oder sonstwo stattfindet.

Bei der Betrachtung des österreichischen Fußball-Wettmarktes ist daher zwischen dem Internet-Wettmarkt und dem traditionellen Wettmarkt zu unterscheiden. Im Internet-Wettmarkt ist weiters der Außenhandel zu berücksichtigen, also die Wettexporte sind abzuziehen und die Wettimporte wären zu addieren. Bei den Wettimporten gehen wir davon aus, dass sie vernachlässigbar klein sind. Der Gesamtumsatz im Markt für Buchmacher-Fußballwetten betrug im Jahr 2000 ca. ATS 2,4 Mrd. Davon entfielen ca. ATS 200-300 Mio. auf den Internet-Wettmarkt und ca. 2,2 Mrd. auf Wettbüros. Im konventionellen Wettgeschäft ist Admiral mit einem Marktanteil von 35 % Marktführer, während im Internet „Interwetten“ und „BetandWin“ Marktführer sind (laut eigenen Angaben der Unternehmen).

Der Wettmarkt ist ein expandierender Markt. Für die Jahre 2001 und 2002 wird von einem Wachstum des österreichischen Wettmarktes um 15-20 % ausgegangen. Dies wird vor allem durch die größere Versorgungsdichte, die durch neue Wettbüros und durch die Möglichkeit, Tipp3 in jeder Lottoannahmestelle zu spielen, erreicht wird, bewirkt. Außerdem wird davon ausgegangen, dass durch Tipp3 und das Internet neue Kundenschichten gewonnen werden

⁵¹ Mit Firmensitz und Konzession in Österreich.

⁵² Damit sind Unternehmen gemeint, die ihre Produkte nur über konventionelle Verkaufslöke verkaufen.

können. Für den österreichischen Fußballwettmarkt ergibt sich daher ein prognostiziertes Marktvolumen von ATS 2,8 Mrd. für 2001 und von 3,2-3,4 Mrd. für 2002.

Im Filialgeschäft werden im Durchschnitt 80-90 % der Wetteinsätze auf Fußballwetten wieder als Gewinne ausbezahlt⁵³. Im Internet liegt diese Gewinnmarge mit 7-11 % (was einer Auszahlungsquote von 89-93 % entspricht) deutlich niedriger. Der Wettrohertrag des österreichischen Fußball-Wettmarktes beläuft sich somit auf ca. ATS 300-350 Mio.

Die Zahl der Beschäftigten im gesamten Wettgeschäft beträgt ca. 350, wobei hier das Personal, das in den angeschlossenen Gastronomiebetrieben arbeitet, nicht mit eingerechnet ist. Teilt man die Beschäftigten gemäß den Umsatzanteilen auf die einzelnen Wettarten auf, dann sind ca. 300 Beschäftigte dem Fußball-Wettgeschäft zuzurechnen.

Nicht unwesentlich sind die Steuereinnahmen aus dem Wettgeschäft. Beim Abschluss einer Fußballwette ist eine Wettgebühr in der Höhe von einem Prozent des Wetteinsatzes zu entrichten (vgl. Gebührengesetz 1957 §33 Abs. 6). Für Gewinne ist noch eine Gewinngebühr, die je nach Höhe des Gewinns in Relation zum Wetteinsatz zwischen null und 25 % des Gewinns beträgt, zu entrichten. Allerdings hat der größte österreichische Internet-Wettanbieter sein Wettgeschäft ins Ausland verlegt, um so der Besteuerung zu entgehen, eine Praxis, die im Internet-Wettgeschäft üblich ist. Die Erträge aus der Wettgebühr auf Fußballwetten betragen 2000 ca. 20 Mio. ATS, die Erträge der Gewinngebühr schätzen wir auf ca. 40 Mio. ATS.

5.3. Die Nachfrage nach Toto und Fußballwetten in Abhängigkeit von Großereignissen

Als ersten Schritt zur Abschätzung der direkten Effekte der Abhaltung einer Fußball EM in Österreich/Schweiz auf das Wettgeschäft wollen wir die Zunahme der Nachfrage nach Wetten und Toto/Torwette bei einer Fußballgroßveranstaltung berechnen. Dabei zeigt die Erfahrung der vergangenen Jahre, dass die Nachfrage nach Toto völlig anders auf diese Veranstaltungen reagiert als die Nachfrage nach Buchmacherwetten.

Eine Fußballgroßveranstaltung wie eine WM oder ein EM-Finale oder auch ein populäres Länderspiel hat keine direkten Auswirkungen auf die Nachfrage nach Toto/Torwette. Das kann mit dem Design des Spiels begründet werden. Ein Tototipp ist ein Bündel von 12 Wetten, das durch den Veranstalter bereits 2 Wochen vor dem Spiel festgelegt wird, wobei alle 12 Spiele innerhalb von 2 Tagen (Di/Mi oder Sa/So) stattfinden müssen. Bei einer EM Endrunde finden 16 Spiele in einem Zeitraum von vier Wochen statt, wobei die Spielpaarungen der Finalspiele erst kurz davor entschieden werden. Daher können maximal 3-4 Spiele der EM in einem Totoprogramm enthalten sein. Da die EM in der „toten Saison“

⁵³ Beim Anbieter mit der durchschnittlich besten Quote waren es 2000 ca. 88 % bei jenem mit den durchschnittlich schlechtesten Quoten waren es 81 %.

stattfindet, wo keine Bundesligaspiele mehr stattfinden, sind die übrigen Spiele für das Publikum unattraktiv. Es wird daher nicht attraktiver, einen Tototipp abzugeben, wenn nur 1-4 attraktive EM-Spiele dabei sind, weil nur die richtige Einschätzung aller 12 Spiele (oder zumindest von 10 Spielen) zu einem Gewinn führt. Eine Fußballgroßveranstaltung, egal ob sie im In- oder Ausland stattfindet, hat daher keine Auswirkungen auf die Nachfrage nach Toto.

Buchmacherwetten sind bei Großereignissen weitaus attraktiver als das Toto, da auf jedes einzelne Spiel und in beliebigen Kombinationen gewettet werden kann. Hier ist die direkte Verbindung zwischen Wette und Spiel gegeben. Außerdem gibt es eine Reihe von langfristigen Spezialwetten wie „Wer wird Europameister?“ etc. Da es aufgrund fehlender Daten nicht möglich ist, die Veränderung der Nachfrage nach Buchmacherwetten mit Hilfe eines Modells präzise abzuschätzen, werden wir zwei Szenarien durchrechnen, um so die gesamtwirtschaftlichen Auswirkungen darzustellen.

5.4. Effekte der Abhaltung der EM 2008 in Österreich

5.4.1. Direkte Effekte

Um wie viel wird der Wettumsatz bei der EM 2008 steigen?

Wetten sind ein emotionales Produkt. Die kurzfristige Nachfrage nach Fußballwetten ist weniger vom Preis als vom

1. Ausmaß der allgemeinen Fußballbegeisterung,
2. der Attraktivität der konkreten Spielpaarungen und
3. den Promotionaktivitäten der Wettanbieter abhängig.

Findet die EM in Österreich/Schweiz statt, ist das österreichische Team Fixstarter. Da Fußballwetten in hohem Maße patriotisch platziert werden⁵⁴, steigert dies sowohl die Attraktivität der Spiele als auch die allgemeine Fußballbegeisterung. Letztere wird auch durch die Tatsache, dass Spiele in Österreich stattfinden, noch zusätzlich gesteigert. Ein weiterer wichtiger Einflussfaktor auf die Fußballbegeisterung sind die Promotion- und Werbeaktivitäten für die EM, deren Wirksamkeit im Vorhinein allerdings nicht abgeschätzt werden kann.

Bei der WM 1998 stiegen die Umsätze im WM-Monat Juni um ca. 100 % gegenüber dem Normalwert an. Der Juni ist ein Monat in der „toten Saison“, was bedeutet, dass nur ca. 60 % des durchschnittlichen Monatsumsatzes erzielt werden. Österreich hat an der WM '89

⁵⁴ So wird auch auf - objektiv betrachtet - vollkommen uninteressante Spiele wie Österreich-Liechtenstein gewettet.

teilgenommen. Bei der EM 2000 kam das österreichische Team nicht in die Endrunde, was sich in einer deutlich niedrigeren Umsatzsteigerung bei den Buchmachern niederschlug.

Wir gehen davon aus, dass die Fußballwettumsätze aufgrund der Austragung der EM-Endrunde in Österreich/Schweiz im Austragungsmonat 100-200 % über dem Normalwert liegen werden. Eine Steigerung von 200 % ist dann anzunehmen, wenn die EM so populär ist, dass sie zum beherrschenden Thema wird.

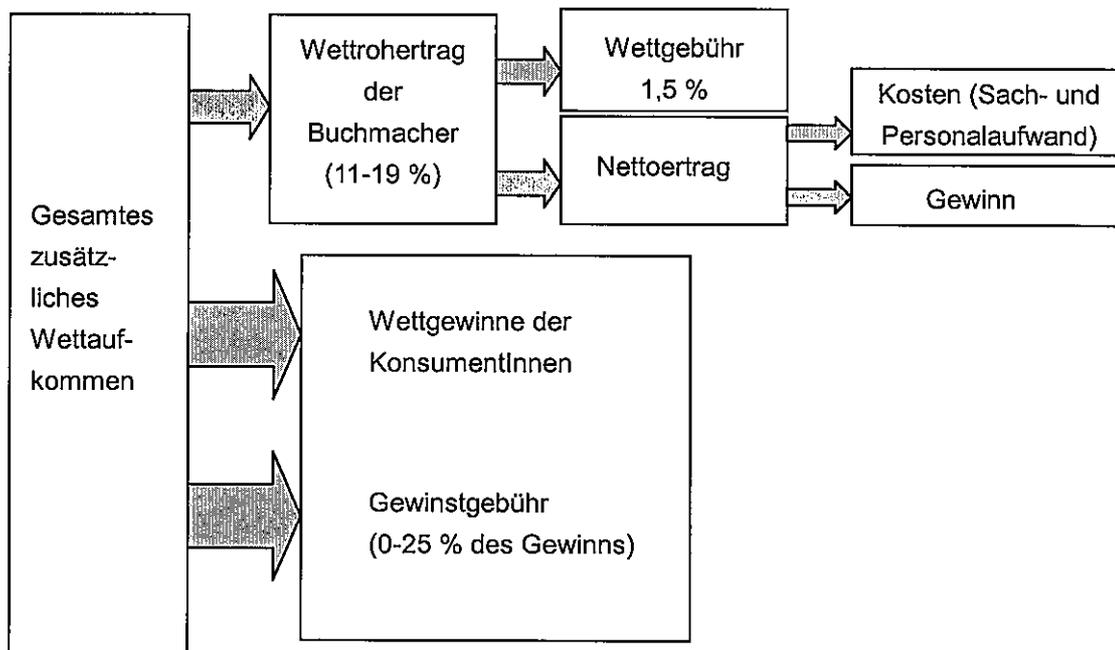
Wir können daraus zwei Szenarien ableiten:

- 1) geringe Popularität → 100 % Umsatzsteigerung d.h. ATS 160 – 170 Mio. zusätzlicher Wettumsatz
- 2) hohe Popularität → 200 % Umsatzsteigerung d.h. ATS 320 – 340 Mio. zusätzlicher Wettumsatz

Diese Schätzungen sind konservativ, da nach 2002 von keinem weiteren Wachstum des Wettmarktes ausgegangen wird.

5.4.2. Indirekte Effekte

Abbildung 4: Geldflüsse bei Wetten



Folgende indirekte Effekte sind aus einer Erhöhung des Wettaufkommens abzuleiten.

1. Umverteilungseffekte von den Wettverlierern zu den Wettgewinnern
2. Steuereffekte
3. Nachfrageeffekte

Zu den Steuereffekten: Die direkten Steuereffekte setzen sich aus den Einnahmen aus der Wettgebühren von 1,5 % der Wetteinsätze und aus der Gewinngebühren zusammen. Der Steuersatz der Gewinngebühren ist abhängig von der relativen Höhe des Gewinns, d. h. von der Wettquote. Das bedeutet, dass Wettgewinne gar nicht oder wenig besteuert werden, wenn die Favoriten gewinnen, und im Fall, dass der Außenseiter gewinnt, die Wettgewinne mit bis zu 25 % besteuert werden. Da die Gewinngebühren den wesentlichen Anteil an den gesamten direkten Steuereinnahmen ausmacht, ist es nicht vorhersehbar, wie hoch die Erträge daraus sind, da diese im wesentlichen davon abhängen, ob wahrscheinliche oder unwahrscheinliche Spielergebnisse eintreten. Daher ist auch die Schwankungsbreite bei der Gewinngebühren sehr hoch. Es ist aber zu beachten, dass die Summe der Gesamtgewinne von den Spielausgängen unabhängig ist, da wir davon ausgehen können, dass die Buchmacher die Wahrscheinlichkeiten richtig einschätzen.

Laut Auskunft eines Buchmachers würden den Buchmachern keine zusätzlichen Kosten durch die erhöhte Nachfrage entstehen. Einzig Kosten für zusätzliche Werbung oder Promotion der Buchmacher im Rahmen der EM 2008 würden den zusätzlichen Nettoertrag schmälern. Diese Kosten zum jetzigen Zeitpunkt abzuschätzen wäre jedoch vermessen, da keinerlei Erfahrungswerte vorliegen.

Modellrechnung 1: 100 % Zunahme der Wetteinsätze

	Ergebnis in ATS Mio.
Erwarteter zusätzlicher Umsatz	160 – 170 (davon ca. 17 Internet)
Erwarteter zusätzlicher Wettrohertrag	22 - 24
Erwartete zusätzliche Wettgewinne	138 - 146
Erwartete zusätzliche Gewinngebühren	2 - 8
Erwartete zusätzliche Wettgebühren	2,4 - 2,6
Erwarteter zusätzlicher Nettoertrag der Buchmacher	19,6 – 21,5
Summe der zusätzlichen Steuereinnahmen	4,4 – 10,6

Modellrechnung 2: 200% Zunahme der Wetteinsätze

	Ergebnis in ATS Mio.
Erwarteter zusätzlicher Umsatz	320 – 340 (davon 30 Internet)
Erwarteter zusätzlicher Wettrohertrag	43 - 48
Erwartete zusätzliche Wettgewinne	277 - 292
Erwartete zusätzliche Gewinngebühren	4 - 16
Erwartete zusätzliche Wettgebühren	5
Erwarteter zusätzlicher Nettoertrag der Buchmacher	38,2 - 43
Summe der zusätzlichen Steuereinnahmen	9 - 21

1.4.3. Gesamtwirtschaftliche Effekte

Das erhöhte Wettaufkommen im Rahmen der EM 2008 wird mit keinen Kapazitätsausweitungen auf Seiten der Wettanbieter verbunden sein. Anders als bei einem Ereignis in Japan, das eine Anpassung der Öffnungszeiten der Wettbüros erfordert, wird weder zusätzliches Personal eingestellt noch werden neue Wettbüros eröffnet. Da der Verkauf einer zusätzlichen Wette ebenfalls nur mit marginalen Kosten verbunden ist, bleiben alleine die zusätzlichen Werbeaufwendungen der Buchmacher für potentielle indirekte Wertschöpfungseffekte übrig. Allerdings ist die Höhe dieser zusätzlichen Werbeausgaben derzeit nicht abschätzbar, da diese zum einen davon abhängt, ob einzelne Wettanbieter die EM zur Gewinnung von Marktanteilen nutzen wollen und zum anderen, ob es attraktive Kooperationsangebote von Seiten der EM Veranstalter gibt. Falls vor allem Internet-Wettanbieter die EM nutzen wollen, um auch international Marktanteile zu gewinnen, kann sogar der Fall eintreten, dass die zusätzlichen Werbeausgaben die zusätzlichen Nettoerträge von maximal ATS 43 Mio. übersteigen. In Relation zum Volumen des österreichischen Marktes für klassische Werbung von ATS 25 Mrd. (Wert 2000) nimmt sich dieser Betrag allerdings gering aus.

5.4.4. Steuereffekte

Da Sportwetten von der Umsatzsteuer befreit sind, beschränken sich die zusätzlichen Steuereinnahmen aus dem Wettgeschäft auf die Wettgebühr und die Gewinngebühr in der Höhe von – je nach Szenario – ATS 4,4 – 21 Mio. Weitere zusätzliche Steuereinnahmen durch Gewinnsteuern (KöSt) oder die Besteuerung der Werbeleistung (Ust und Ankündigungsabgabe) in der Höhe von ca. 1/3 des zusätzlichen Nettoertrags der Buchmacher, also ATS 7 – 14 Mio., sind zu erwarten.

5.4.5. Beschäftigungseffekte

Aufgrund der geringen Zahl der Beschäftigten im Buchmachergewerbe sind Beschäftigungseffekte vernachlässigbar.

5.5. Zusammenfassung

Während von einer Austragung der EM 2008 in Österreich/Schweiz das Toto unbeeinflusst bleiben wird, können die Buchmacher mit signifikanten Umsatzsteigerungen rechnen. Grundsätzlich ist festzuhalten, dass die Zunahme der Nachfrage nach Fußballwetten sehr stark von der österreichweiten Fußballbegeisterung abhängt, die ein Produkt aus der Spielleistung der Teams, im Besonderen des österreichischen, und der Werbeanstrengungen ist. Falls letztere erfolgreich sind, ist vom optimistischeren Szenario auszugehen, das eine 10-prozentige Steigerung des Jahresumsatzes der österreichischen Buchmacher prognostiziert. Allerdings fließt der größte Teil des zusätzlichen Wettumsatzes in Form ausbezahlter Gewinne wieder an die Spieler zurück, so dass die Buchmacher einen zusätzlichen Wettrohertrag von ATS 43-48 Mio. zu erwarten haben. Die direkten Steuereinnahmen aus der Wettgebühr und der Gewinngebühr liegen im optimistischen

Szenario zwischen ATS 9 und 21 Mio. Diese hohe Schwankungsbreite ergibt sich daraus, dass die Gewinngebühr umso höher ist, je höher die Gewinnquote ist, was bedeutet, dass, wenn unwahrscheinliche Spielergebnisse eintreten, die Steuereinnahmen bis zu 25 % der Gewinne betragen können, während, wenn ein Favorit gewinnt, keine Gewinngebühr fällig ist. Indirekte Steuereffekte sind in der Höhe von ATS 14 Mio. zu erwarten. Beschäftigungseffekte sind bei den Buchmachern keine zu erwarten. Die Höhe der indirekten Wertschöpfungseffekte in der Werbewirtschaft ist wahrscheinlich erst ex-post zu beziffern. Die wichtigste Erkenntnis aus diesem Kapitel sollte jedoch sein, dass die Wettnachfrage eine Funktion der herrschenden Fußballbegeisterung ist, die u.a. auch von den Promotionanstrengungen und einer geglückten Öffentlichkeitsarbeit determiniert wird.

6. Auswirkungen der EM 2008 auf den Telekommunikationssektor

Wenn die Auswirkungen auf den Tourismus von der Tatsache abhängen, dass die Fußballwelt an den Austragungsort kommen will, um den Spielen live beizuwohnen, profitiert der Telekommunikationssektor davon, dass der Großteil der an der EM Interessierten nicht live dabei sein kann. Dabei geht es nicht nur um die Übertragung der Spiele in Radio und Fernsehen, sondern auch um die Berichterstattung der Journalisten an ihre Medien in aller Welt.⁵⁵ Die Kommunikation der sonstigen akkreditierten Gäste (Spieler, Betreuungspersonal etc.) spielt dabei nur eine untergeordnete Rolle.

Bei der EURO 2000 waren folgende Medienvertreter vor Ort anwesend:

Tabelle 21: Zahl der Medienvertreter bei der EURO 2000

1.700	Journalisten
4.500	Radio- und Fernsehberichterstatte
630	Fotografen

Quelle: UEFA.

Die Berichterstattung über die EM erfordert einerseits an den jeweiligen Spielorten (Wien, Salzburg, Kärnten, Innsbruck) eine entsprechende IT-Infrastruktur, andererseits fallen bei deren Nutzung Telekommunikationsentgelte an. Die IT-Infrastruktur umfasst die Ausstattung der Pressezentren mit Anschlüssen an Datennetze und Endgeräten (Telefon, Fax, Computer). Werden durch diese Datenleitungen Informationen geschickt, so sind an die Netzbetreiber Nutzungsentgelte zu entrichten.

Bei den Auswirkungen der IT-Infrastrukturinvestitionen kann zwischen Anschaffungseffekten und Kapazitätseffekten unterschieden werden. Anschaffungseffekte beziehen sich auf die zusätzliche Wertschöpfung und Beschäftigung, die durch die Investition in IT-Infrastruktur in Österreich erzielt werden. Kapazitätseffekte beschreiben jene ökonomischen Effekte, die die dauerhafte Ausweitung der Telekommunikationsinfrastruktur nach sich zieht. Da ein Teil der IT-Infrastruktur nach der EM wieder abgebaut wird, trägt nur ein Teil der Investitionen zur Kapazitätserweiterung bei. Kapazitätseffekte der IT-Infrastruktur werden in älteren Untersuchungen über ähnliche Projekte nicht erwähnt. Es kann vermutet werden, dass bei ähnlichen Veranstaltungen davon ausgegangen wurde, dass keine wesentlichen Kapazitätseffekte entstehen. Diese Annahme soll im Rahmen dieser Case Study untersucht werden. Sollte diese Annahme widerlegt werden, können entsprechende Wachstumseffekte berechnet werden, da nach neueren Erkenntnissen die Kapazität der IT-Infrastruktur wesentlich für das Wirtschaftswachstum ist.

⁵⁵ Die Verwertung der Übertragungsrechte wurde bereits an anderer Stelle behandelt.

6.1. Der österreichische Informations- und Telekommunikationssektor

6.1.1. Definition

Aufgrund der zunehmenden Konvergenz zwischen Informationsverarbeitung und Telekommunikation ist für unsere Fragestellung nicht nur der Telekommunikationssektor, sondern der gesamte Informations- und Kommunikationstechnologie-Sektor (IKT-Sektor) relevant. Der IKT Sektor umfasst nach OECD-Definition (OECD 2000)⁵⁶ eine Reihe von Produktions- und Dienstleistungssektoren, die jeweils wieder in einen IT-Bereich und einen Telekommunikationsbereich unterteilt werden können:

1. Die IKT-Industrie, die sowohl die Erzeuger von Bauteilen als auch von Telekommunikationsausrüstung, Hardware und Endgeräten umfasst.
2. Den Handel mit Hard- und Software meist internationaler IKT-Unternehmen ohne nennenswerte Produktion in Österreich.
3. Die Bereiche Datenverarbeitung und Telekommunikation (Fernmeldedienste).

6.1.2. Wachstum und Beschäftigung

Der gesamte IKT-Sektor zeichnet sich durch ein überdurchschnittlich dynamisches Wachstum aus. Zwischen 1995 und 1998 stieg die Zahl der Beschäftigten um 18 % an. Vergleicht man allerdings die verfügbaren Zahlen für die Jahre 1998 und 1999 ist sogar ein leichter Rückgang der Beschäftigung im produzierenden IT-Sektor festzustellen. Der gesamte IKT-Sektor beschäftigte 1998 an die 150.000 Personen, was einem Beschäftigtenanteil von 6 % am gesamten Unternehmenssektor entspricht. Der Anteil des Telekommunikationssektors daran lag bei 52 % oder 44.548 Beschäftigten. Der wichtigste Bereich im Telekommunikationssektor sind die Fernmeldedienste. Dort waren im Jahr 2000 bei der Telekom Austria Gruppe 18.560 MitarbeiterInnen beschäftigt. Die alternativen Telekom-Netzbetreiber beschäftigten ca. 6.000 MitarbeiterInnen.

⁵⁶ Die OECD definiert den IKT-Sektor nach der ISIC Klassifikation und zählt sieben Bereiche des verarbeitenden Sektors und vier des Dienstleistungssektors dazu.

Tabelle 22: Der österreichische IKT-Sektor⁵⁷: Beschäftigung und Produktion, 1998/99.

	1998		1999	
	Gesamtproduktion in Mio. ATS	Beschäftigte	Gesamtproduktion in Mio. ATS	Beschäftigte
Datenverarbeitungsgeräte und -einrichtungen (NACE 3002)	n.v.	n.v.	2.483	n.v.
Isolierte Elektrokabel etc. (NACE 3130)	5.203	3.594	4.407	n.v.
Elektron. Bauteile (NACE 3210)	15.160	8758	8.448	9.082
Nachrichtentechnische Geräte (NACE 3220)	15.971	16.902	17.332	16.321
Rundfunk- und Fernsehgeräte (NACE 3230)	17.022*	4.187	15.521	4.262
Industrielle Prozess- steuerungsanlagen (NACE 3330)	2.335	873	1.578	439
Mess-/Kontroll-Instrumente (NACE 3320)	6.005	3240	5.966	3152
Fernmeldedienste (NACE 6420)	52.306	23.459	n.v.	n.v.
Datenverarbeitung und Datenbanken (NACE 72)	34.665	24.781	n.v.	n.v.
Vermietung von Datenverarbeitungsgeräten (NACE 7133)	1.183	49	n.v.	n.v.
SUMME Telekommunikation	85.299	44.548		
SUMME gesamt	149.850	85.843		

Quelle: Statistik Austria, *eigene Berechnungen;

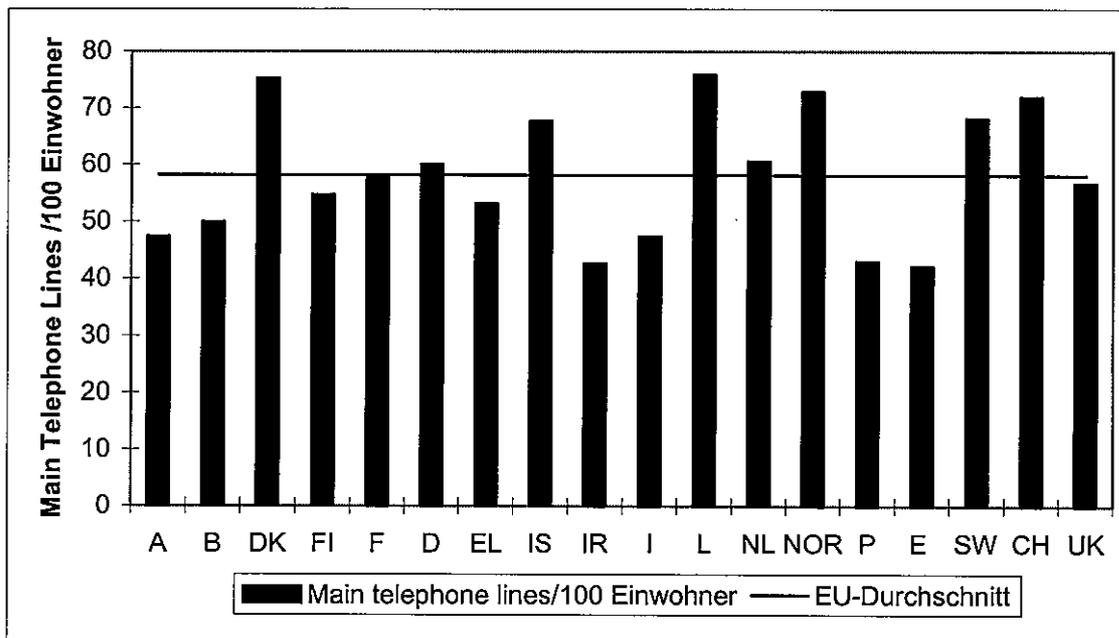
6.1.3. Europäischer Vergleich

Internationale Organisationen wie die Europäische Kommission, Eurostat oder die OECD ziehen in zunehmendem Maße die Telekommunikations- oder IT-Infrastruktur als Indikatoren für wirtschaftliche Dynamik und Innovationsfähigkeit heran. Eine gut ausgebaute IT-Infrastruktur ist sowohl Voraussetzung dafür, Produktivitätsgewinne zu erzielen, als auch, um selbst Technologieführer zu werden.

⁵⁷ Grau unterlegte Zeilen kennzeichnen den Telekommunikationssektor.

Auch wenn der Telekommunikationssektor in Österreich in den letzten Jahren stark gewachsen ist, liegt die Zahl der Telefonanschlüsse in Österreich noch immer unter dem europäischen Durchschnitt. Der europäische Durchschnitt ist vor allem durch die hohe Anschlussdichte in den nordischen Staaten, Luxemburg und der Schweiz so hoch. Allerdings liegt das IT-Musterland Irland noch unter dem österreichischen Wert. Allerdings ist die Dichte an Mobiltelefonen in Österreich mit 78,55 Mobiltelefonanschlüssen pro 100 Einwohner nach Luxemburg die zweithöchste in Europa.

Abbildung 5: Telefonanschlüsse⁵⁸ (Main Telephone Lines) pro 100 Einwohner, 2000.

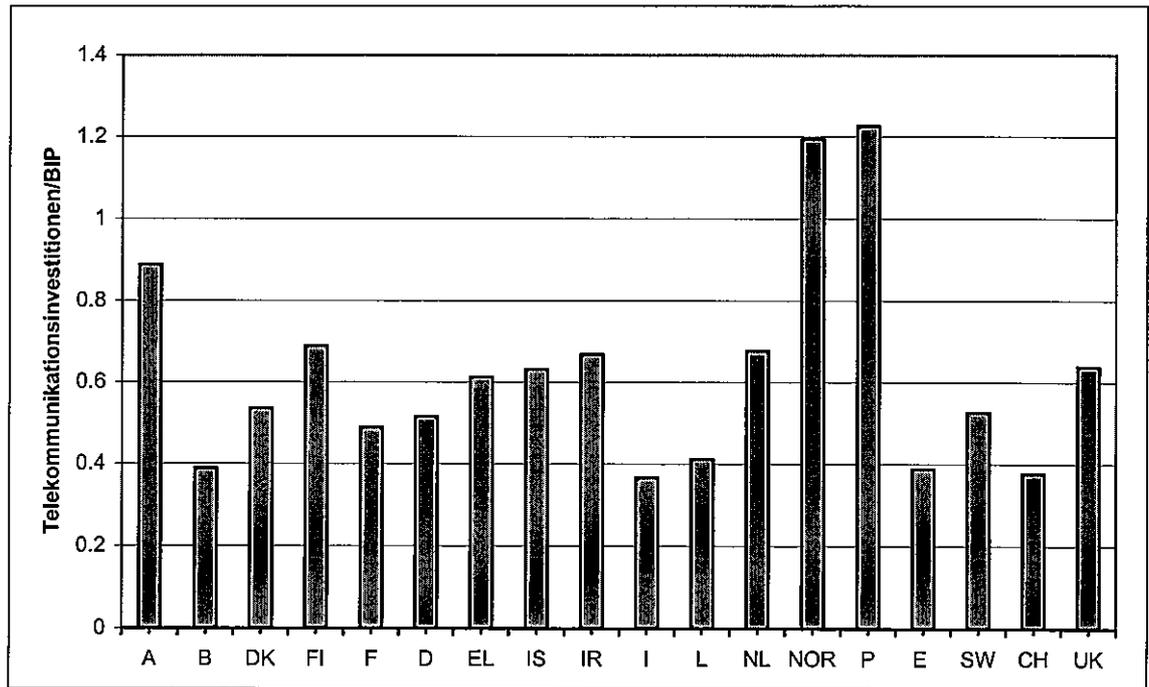


Quelle: ITU.

In Österreich ist jedoch ein Aufholprozess, was die Telekommunikationsinfrastruktur betrifft, zu konstatieren. Die Investitionen für Telekommunikation, gemessen am BIP, liegen mit 0,88 % nach Norwegen und Portugal an dritter Stelle in Europa.

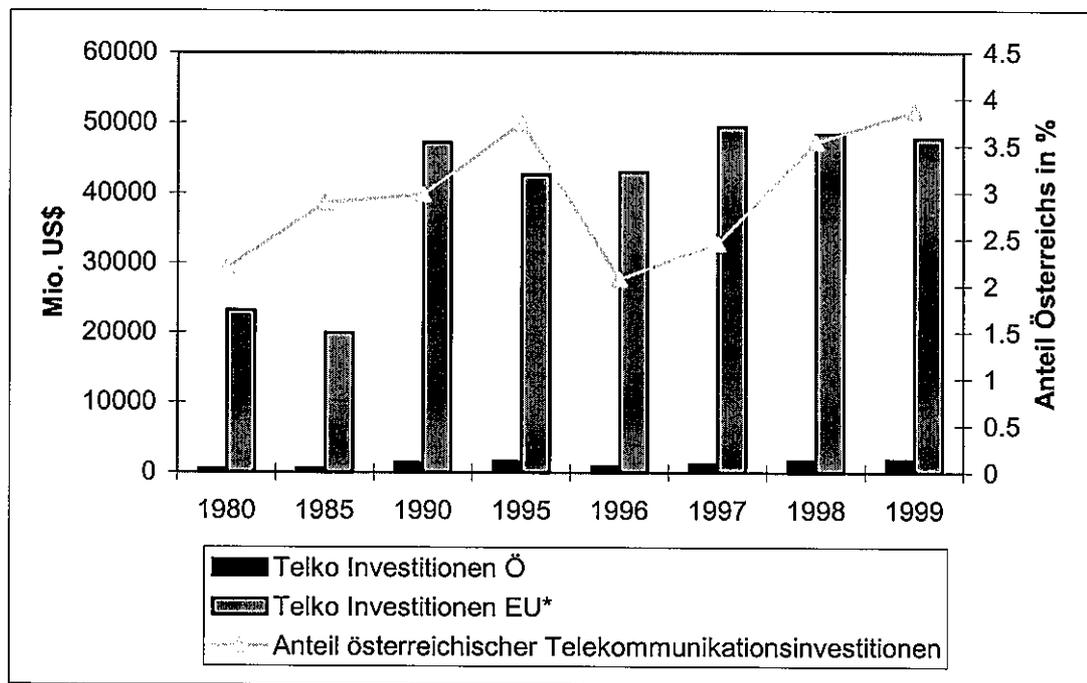
⁵⁸ Ohne Nebenstellen, inklusive ISDN-Anschlüsse.

Abbildung 6: Investitionen des Telekommunikationssektors 1999 (Mio. US\$)



Quelle: ITU.

Abbildung 7: Entwicklung der Investitionen in Telekommunikation: Österreich, EU



Quelle: ITU.

Der Anteil der österreichischen Telekommunikationsinvestitionen an den gesamten Telekommunikationsinvestitionen der EU* hat sich seit 1996 kontinuierlich auf knapp vier

* EU-15 und Schweiz, Island, Norwegen;

Prozent gesteigert, was gemessen am BIP ein überproportional hoher Anteil ist. Diese hohe Investitionsquote bestätigt den Eindruck, dass Österreich über eine gut ausgebaute Telekommunikationsinfrastruktur verfügt.

6.1.4. Außenhandel

Österreich ist, was die Güterproduktion betrifft, kein High-Tech Land. Die österreichische Sachgüterproduktion ist nach wie vor in traditionellen Branchen mit durchschnittlich bis geringem technologischen Niveau tätig. Dementsprechend ist die Handelsbilanz bei IKT-Sachgütern permanent negativ. Die Importe an Datenverarbeitungsmaschinen sind fast dreimal so hoch wie die Exporte. Investitionen in Hardware oder Telekommunikationsausrüstung sind daher mit wesentlichen Sickerverlusten ins Ausland verbunden. Auch beim Handel mit Telekommunikationsgeräten ist die österreichische Handelsbilanz negativ. So betragen die Exporte im Jahr 2000 in diesem Sektor nur 77 % der Importe. Gemessen am Bruttoproduktionswert beträgt die Importquote 130 %. Zwar besteht ein nicht unwesentlicher Teil der Importe aus Vorleistungen für die inländische IT Sachgüterproduktion, wie z.B. elektronische Bauteile, trotzdem gehen wir davon aus, dass von jedem Schilling, der in IT-Güter investiert wird (ab Werk-Preis), 50-60 % aus ausländischer Produktion stammen. Anders stellt sich die Situation bei den Dienstleistungen dar. Während die Handelsbilanz bei Kommunikationsdienstleistungen leicht positiv ist, ist sie bei EDV-Dienstleistungen leicht negativ.

6.2. Effekte der EM 2008 auf den Telekommunikationssektor

Bei den Auswirkungen auf den Telekommunikationssektor sind 3 Dimensionen zu unterscheiden:

1. Allgemeine Infrastruktur: Diese umfasst die Einrichtung und Verkabelung der Pressezentren. Diese Investitionen sind bereits in den Bauinvestitionen (Teil I der Case Study) enthalten und werden daher hier nicht extra berechnet.
2. Telekommunikationsinfrastruktur: Damit sind die Netzkapazitäten und die vorgeschriebene Ausstattung der Pressezentren und Stadien mit IT-Hardware gemeint.
3. Telekommunikationsgebühren: Die Verbindungsentgelte für die Nutzung der stationären sowie mobilen Telekommunikationsinfrastruktur.

6.2.1. Telekommunikationsinfrastruktur

Die UEFA schreibt in ihrem Pflichtenheft ein Mindestmaß an Telekommunikationsinfrastruktur für die Medienvertreter vor. Da das Pflichtenheft für die EM 2008 noch nicht

vorliegt, verwenden wir bei unseren Berechnungen die Vorgaben des Pflichtenhefts für die EM 2004.

Tabelle 23: Telekommunikationsinfrastruktur bei den EM-Finalspielen: Anforderungen aus dem Pflichtenheft

Medieneinrichtungen	Gruppenspiele	Eröffnungsspiel, Viertel- und Halbfinalspiele	Endspiel
Sitzplätze für die schreibende Presse	400	800	1000
Sitzplätze im Stadion für die schreibende Presse mit Telefon-Anschluss am Pult	60	100	200
<i>Ausstattung der Pressezentren</i>			
Öffentliche Telefone	10	10	10
Fernschreiber	3	3	3
Telefax	10	10	10
Telefoto	4	6	8

Quelle: UEFA.

Die Anforderungen des Pflichtenhefts zeigen deutlich, dass der Veranstalter nur dafür zuständig ist, die räumliche Infrastruktur für die Medienvertreter zur Verfügung zu stellen, nicht jedoch die Hardware. Die in Tabelle 2 angeführten Geräte können nur als eine Art Notfalls-Minimalausstattung gedacht sein und wirken in Anbetracht der heutigen Möglichkeiten der Telekommunikation und vor allem der zu erwartenden Möglichkeiten im Jahr 2008 antiquiert. Das Pflichtenheft spiegelt die Tatsache wider, dass es bei den Pressevertretern Usus ist, dass jeder für seine eigene Telekommunikationsausrüstung Sorge trägt. Mit der zunehmenden Konvergenz von Sprachtelefonie und Datenübertragung, also der Tatsache, dass mit der sogenannten dritten Handygeneration sowohl das Verschicken von Emails und Dateien als auch die Nutzung des Internet über Mobiltelefone im erforderlichen Ausmaß möglich ist, ist die Nutzung der Telekommunikation auch zunehmend unabhängig von einem Zugang zum Leitungsnetz. Die IT-Ausstattung der Arbeitsplätze für die Presse besteht daher in zwei Steckdosen pro Arbeitsplatz; eine für elektrischen Strom und eine als Zugang zum Datennetz.

Sofern das Pflichtenheft für 2008 gegenüber dem für die EM 2004 nicht wesentlich geändert wird, werden die Investitionen in Hardware sich auf insgesamt 40 Telefone und Faxgeräte sowie Drucker beschränken. Damit sind Kosten von ATS 150.000 bis 200.000 verbunden. Das Verlegen der entsprechenden Leitungsanschlüsse wurde bereits in den Errichtungskosten der Stadien einberechnet. Eine zusätzliche Verbesserung der Leistungsfähigkeit der Telekommunikationsnetze nur aufgrund der Abhaltung der EM 2008 kann nicht erwartet werden, da die Stadien in den österreichischen Ballungsräumen liegen, wo von einem hinreichend leistungsfähigen Telekommunikationsnetz ausgegangen werden kann. Zusätzliche Wachstumseffekte aufgrund eines Ausstattungseffektes sind daher nicht zu erwarten.

6.2.2. Telekommunikationsgebühren

Der Wettbewerb sowie der technische Fortschritt machen den Telekommunikationsmarkt zu einem der dynamischsten Märkte, was die Preise und die Produkte betrifft. Es wäre daher nicht sinnvoll, zum jetzigen Zeitpunkt Preise für die Telekommunikation zu berechnen. Ebenso wenig macht es Sinn, aus den Telekommunikationskosten der vergangenen EM auf die EM 2008 zu schließen. Die wichtigere Zahl sind die erwarteten verbrauchten Mengen, d.h., die gesamte Netznutzungsdauer.

Wir schließen uns den Berechnungen der UEFA an, die beim Finale von 1.000 anwesenden Journalisten, bei den Halb- und Viertelfinalspielen von jeweils 800 anwesenden Journalisten und bei den Gruppenspielen von je 400 anwesenden Journalisten ausgeht. Wir gehen weiters davon aus, dass in Österreich das Finale, ein Halbfinalspiel, 2 Viertelfinalsple und 3-4 Gruppenspiele stattfinden werden. Verteilt man diese 7 – 8 Spiele auf die 23 Tage der EM Endrunde 2008, ergibt das 14.400 Journalistentage. Bei einer angenommenen Nutzungsintensität von 3 Stunden Telefon und 2 Stunden Fax/Internet täglich (wahrscheinliche Variante), ergibt das eine Gesamtnutzung von 43.200 Stunden Telefonnutzung und 28.800 Stunden Fax/Internetnutzung. Etwa 90 % der Verbindungen würden ins europäische Ausland und 10 % innerhalb Österreichs aufgebaut. Zu heutigen Tarifen⁵⁹ würden diese Leistungen ca. ATS 7 – 15 Mio. kosten, je nachdem, von welchem Netzbetreiber die Leistung erbracht wird.

Zur Absicherung der Dimensionen kann man auch von einer Maximalvariante ausgehen, bei der pro Journalistentag 6 Stunden Telefonnutzung und 4 Stunden Internetnutzung verbraucht wird. Diese Variante würde eine Gesamtnutzung von 57.600 Stunden Internet und 86.400 Stunden Telefonverbindung bedeuten und zu heutigen Preisen ca. ATS 16 – 30 Mio. kosten.

Während die Menge der Netznutzung durch die Zahl der Journalisten begrenzt ist, sind die Schwankungsbreiten der Preise sehr hoch und werden einerseits durch den Veranstalter, andererseits durch die genutzte Technik determiniert. Was die leitungsgebundene Telekommunikation betrifft, wird diese vom Veranstalter kompetitiv ausgeschrieben werden, was zu niedrigeren Tarifen als den oben veranschlagten führen wird auch abhängig davon, ob es Imagespillovers für den Telekommunikationsdienstleister gibt. Denkbar wäre sogar eine „Flat-Rate“ pro Tag, unabhängig von der tatsächlichen Nutzung. Was die mobile Kommunikation betrifft, sind die Preise von der Entwicklung am Telekom-Markt abhängig und daher für einen so langen Zeitraum nicht vorhersehbar.

Die bisherigen Berechnungen haben sich ausschließlich auf den Telekommunikationsbedarf der Medienvertreter bezogen. Eine nicht unwichtige Nachfragekomponente ist jedoch auch die zusätzliche Nachfrage der ZuschauerInnen und Fußballinteressierten nach Telekommunikationsleistungen. Denkbar wäre eine steigende Nachfrage nach (mobilem) Internetzugang bei attraktiver Berichterstattung im Internet, Kurzberichte auf Handy etc. Inwieweit die Nutzung der Medien Telefon und Internet als Substitute zur Fernseh- und Radio-

⁵⁹ Mittelwerte der Businessstarife der wichtigsten zwei Mobilfunkbetreiber.

berichterstattung zu Umsatzzuwächsen bei Telekom- und Netzanbietern führt, hängt allerdings nicht nur von attraktiven Produkten und Preisen, sondern auch vom Grad der herrschenden Fußballbegeisterung ab.

6.3. Zusammenfassung

Aufgrund des rapiden technologischen Wandels ist jede Prognose, die den IKT-Sektor betrifft, über einen Zeitraum von sieben Jahren besonders schwierig. Aus heutiger Sicht stellt sich die Situation wie folgt dar: Die Investitionen in Hardware sind mit wenigen hunderttausend Schillingen vernachlässigbar gering. Bei den Telekommunikationsentgelten können wir aufgrund des sich rapide verändernden Marktes und aufgrund der Tatsache, dass die Preise auch von endogenen Faktoren abhängig sind, nur zu Mengenschätzungen kommen. Die in Österreich anwesenden Medienvertreter werden verteilt über die 23 Tage der EM Endrunde ca. 43.200 Stunden telefonieren und 30.000 bis 57.000 Stunden das Internet/Fax nutzen. Die Steigerung der Nachfrage der privaten Netzkunden wird primär von Angebotseffekten und vom Grad der allgemeinen Fußballbegeisterung determiniert, deren Ausmaß heute noch nicht abzuschätzen ist.

7 Die Organisation der Spiele

Zur geplanten Durchführung der Fußball-Europameisterschaft 2008 in Österreich und in der Schweiz sind neben den Impulsen für die Infrastruktur, der zusätzlichen touristischen Nachfrage und den Impulsen im Bereich des Werbe- und Medienmarktes auch im Vorfeld der Spiele zahlreiche Aktivitäten angesetzt. Die offizielle Bewerbung wird nur durch eine intensive Zusammenarbeit mit den involvierten Stellen in der Schweiz, aber auch innerhalb Österreichs zu bewältigen. Wenn die Spiele 2008 in Österreich und in der Schweiz zur Austragung kommen, werden weiterhin zahlreiche Veranstaltungen (Workshops⁶⁰ etc.) im Vorfeld der eigentlichen Meisterschaften abgehalten werden. Da diese Vorfeld Veranstaltungen zum gegebenen Zeitpunkt noch zu wenig konkretisiert sind, bleiben sie in vorliegender Arbeit unberücksichtigt. Die berechneten Effekte sind aufgrund dieser Ausblendung daher als Untergrenze zu interpretieren.

Ein weiterer Punkt im Zusammenhang mit den Meisterschaftsspielen ist die Aktivität des Organisationskomitees auf österreichischer Seite. Nach Angaben der VeranstalterInnen sind dafür rund eine Milliarde Schilling zwischen der Vergabe im Sommer 2003 und dem Finale Anfang Juli 2008 vorgesehen. Dieses Ausgabenvolumen konnte ebenfalls keiner weiteren Quantifizierung unterzogen werden.

Die Abgabe der Medien-Übertragungsrechte an ein Unternehmen ist noch nicht erfolgt. Ein weiterer Unsicherheitsfaktor liegt daher in der Quantifizierung des Medienbereiches (vgl. Kapitel 4.1). Es kann zum gegebenen Zeitpunkt noch nicht gesagt werden, ob es sich dabei um ein österreichisches Unternehmen handeln wird oder nicht. Die Usancen waren bislang zwar dergestalt, dass die Rechte an nationale Unternehmungen vergeben wurden, die Umbrüche in der österreichischen Telekommunikationslandschaft (sprunghafter Anstieg der Telekommunikationsanbieter, signifikante Kostenveränderungen etc.) verhindern die klare Berechenbarkeit der wirtschaftlichen Impulse durch die EM 2008 in diesem Bereich und blieben daher unberücksichtigt.

Der Organisationsaufwand bis zu den Spielen im Jahre 2008, die Veranstaltungen im Vorfeld und der Telekommunikationsbereich sind in der vorliegenden Arbeit nicht berücksichtigt. Durch die Nichtberücksichtigung dieser Bereiche ist zu betonen, dass die berechneten ökonomischen Impulse unbedingt als Untergrenze, also als Minimalvariante zu interpretieren sind.

⁶⁰ Aber auch die Aktivitäten im Rahmen der Schlussfeierlichkeit sind ausgeblendet.

8. Zusammenfassung

Die vorliegende Studie befasst sich mit den gesamtwirtschaftlichen Impulsen für die österreichische Wirtschaft, die von der geplanten Abhaltung der Fußball-Europameisterschaft im Jahre 2008 ausgehen werden. Aufgrund der Bedeutung der Sportart Fußball ist die Fußball-Europameisterschaft – nach den Olympischen Spielen und der Fußball-Weltmeisterschaft – weltweit die drittgrößte Sportveranstaltung. Mit der Bewerbung um die Spiele 2008 betritt Österreich zum ersten Mal in seiner Geschichte den Boden dieses internationalen Fußballparketts.

Die Fußball-Europameisterschaft stellt für Österreich ein Großereignis dar – sowohl auf sportlicher als auch auf wirtschaftlicher Ebene. Österreich bekommt die Gelegenheit, sich als Veranstalter von Großereignissen zu profilieren, bestehende oder neu geschaffene Infrastruktur optimal zu nutzen, Innovationstätigkeiten anzuregen, diese auf internationaler Ebene zu zeigen und die touristischen Reize des Landes sowie der vier Austragungsorte ins Zentrum des internationalen Interesses zu rücken.

Bei der Vorbereitung und Durchführung des sportlichen Großereignisses entstehen verschiedene Einnahme- und Ausgabenströme, die einer näheren Analyse unterzogen werden. Die gesamtwirtschaftlichen Effekte der Fußball-Europameisterschaft können in folgende Kategorien eingeteilt werden: (1) Wertschöpfungseffekte, (2) Beschäftigungseffekte, (3) Effekte am Werbe- und Medienmarkt, (4) Reiseverkehrseinnahmen und (5) Steueraufkommen.

8.1 Wertschöpfungseffekte

Zur Vorbereitung der Spiele bedarf es einer Adaptierung der Fußballinfrastruktur in Österreich. Durch die Neubauten und Erweiterungen der Fußballstadien entsteht der erste große Impuls für die Österreichische Wirtschaft. Die von der EM 2008 ausgelöste Investitionstätigkeit ist auf den Baubereich (Hochbau) konzentriert, die "Hauptbauphase" liegt annahmegemäß in den Jahren 2003 bis 2005. Das gesamte Investitionsvolumen⁶¹ von knapp 2,2 Milliarden Schilling resultiert in einer zusätzlichen nominellen Wertschöpfung von 1,2 Milliarden Schilling.

Bei der Austragung der Spiele ist eine große touristische Nachfrage zu erwarten. Anhand zweier unterschiedlicher Szenarien geschätzter BesucherInnenzahlen werden die EM-induzierten touristischen Ausgaben zwischen 2,05 und 2,9 Milliarden Schilling liegen. Der geringe Importanteil im Tourismusbereich führt zu einer Wertschöpfung in der Höhe von 1,5 bis 2,1 Milliarden Schilling in diesem Bereich.

⁶¹ ohne Grundstückskosten

Tabelle 24: Kumulierte Wertschöpfung (2000 bis 2008):

ATS	Ausgaben	Wertschöpfung
Bauinvestitionen	2.225.000.000	1.203.625.189
Tourismuskonsumnachfrage (maximal)	2.895.146.700	2.092.211.589
Tourismuskonsumnachfrage (minimal)	2.052.605.400	1.483.843.559
gesamt (maximal)	5.120.146.700	3.295.836.778
gesamt (minimal)	4.277.605.400	2.687.468.748

Quelle: IHS

Die kumulierte Wertschöpfung beider Bereiche (Bauinvestitionen und Tourismuskonsumnachfrage) liegt zwischen 2,7 und 3,3 Milliarden Schilling, die in den Jahren 2000 bis 2008 entstehen wird.

8.2 Beschäftigungseffekte

In den Bereichen Bauwirtschaft und Tourismus liegen signifikante Beschäftigungseffekte vor. Hingegen wurden in den untersuchten Gebieten der Medien- und Werbeindustrie keine Beschäftigungseffekte festgestellt, da hier die steigenden Umsätze von den bestehenden Beschäftigungskapazitäten getragen werden können.

Bei der Beschäftigung ist zwischen primären und sekundären Effekten zu unterscheiden. Durch die Vorleistungsverflechtungen entstehen neben Arbeitsplätzen in der Baubranche (direkter Effekt) auch zusätzliche Arbeitsplätze in den Zulieferindustrien (indirekter Effekt). Beide Effekte zusammen werden als primärer Beschäftigungseffekt bezeichnet. Durch diese zusätzliche Beschäftigung und das daraus entstehende zusätzliche Einkommen der Arbeitskräfte erhöht sich die Konsumnachfrage im Bereich der gesamten Wirtschaft (sekundärer Beschäftigungseffekt).

Tabelle 25: Beschäftigungseffekte

	2003	2004	2005	2008	Gesamt
Bauinvestitionen					
Primärer Beschäftigungseffekt	585	572	562		1.719
Sekundärer Beschäftigungseffekt	185	181	177		543
Gesamteffekt, Bau	770	753	739		2.262
Tourismus					
Maximaler Beschäftigungseffekt				4.339	
Minimaler Beschäftigungseffekt				3.048	
Beschäftigung Tourismus					4.339 – 3.048
Gesamtbeschäftigungseffekt					6.601 – 5.310

Quelle: IHS

Die Anzahl der Jahresarbeitsplätze, die durch die Bauinvestitionen entstehen, belaufen sich auf rund 750. Insgesamt finden in den Jahren 2003 bis 2005 rund 2.260 Personen durch die

Errichtung der Sportinfrastruktur eine Beschäftigung. Die zweite Welle der Beschäftigungsausweitung erfolgt im Jahr 2008 durch die zusätzliche touristische Nachfrage. Diese Nachfrage wird sich auf die Monate Juni und Juli konzentrieren. Umgelegt auf Jahresarbeitsplätze beträgt der zusätzliche Arbeitskräftebedarf im Tourismus zwischen 3.048 (minimale BesucherInnenanzahl) und 4.339 (maximale BesucherInnenanzahl). In den Jahren 2003 bis 2008 werden durch die EM 2008 insgesamt zwischen 5.310 und 6.601 Jahresarbeitsplätze entstehen, das entspricht durchschnittlich 885 bis 1.100 zusätzlichen Jahresarbeitsplätzen.

8.3 Effekte am Werbe- und Medienmarkt

Die internationale Größe einer Sportveranstaltung ist zu einem bestimmten Ausmaß vom Interesse der Medien bestimmt. Einerseits verbreiten Medien das sportliche Ereignis, andererseits dienen Medien auch als Träger der Werbung. Diese beiden Märkte sind naturgemäß stark miteinander verbunden, da Werbung vom verbreitenden Medium abhängt und Medienunternehmen sich zu einem großen Teil bzw. zur Gänze aus Werbeeinnahmen finanzieren.

Die Einnahmen für heimische Medienunternehmungen aufgrund der Ausstrahlung der Europameisterschaft 2008 wird in der vorliegenden Arbeit auf 700 Millionen bis 1,2 Milliarden Schilling geschätzt⁶². Über die Hälfte der induzierten Maßnahmen entfallen auf den Bereich des Sportsponsorings, ein etwas kleinerer Teil auf den Werbemarkt.

Tabelle 26: Einnahmen aus Sportsponsoring und Werbung

	in Millionen ATS	Einnahmen
Werbung:		360 - 522
Sportsponsoring (inkl. Sachwerte)		375 - 750
Summe: Werbung + Sportsponsoring		735 - 1.272

Quelle: IHS

Darüber hinaus stellt das Großereignis der EM auch eine Herausforderung für den Bereich der Telekommunikationseinrichtungen dar. Aufgrund der erdrutschartigen Veränderung am österreichischen Telekommunikationsmarkt wurde in der vorliegenden Arbeit keine Quantifizierung der EM-induzierten wirtschaftlichen, aber auch technologischen Impulse im Bereich der Telekommunikation durchgeführt. Die nachhaltigen Struktur-, aber auch Kostenveränderungen machen diesen Bereich kaum kalkulierbar, wiewohl nachhaltige Effekte gegeben sein werden.

8.4 Reiseverkehrseinnahmen und Nächtigungsziffern

Die Anzahl der Europameisterschaftsgäste in Österreich wird zu einem Großteil von den Kapazitäten der Austragungsstadion, aber auch der Aufnahmefähigkeit in Beherbergungs-

⁶² Die große Bandbreite ergibt sich aus der Ungewissheit über die Länder, die sich für die Spiele qualifizieren werden, und die sportliche Leistung der österreichischen Mannschaft.

betrieben determiniert. Alle Gäste (Mannschaften, Begleitpersonen, offizielle Gäste, MedienvertreterInnen, SpielbesucherInnen sowie sonstige BesucherInnen) verursachen zwischen 618.900 bis 929.210 zusätzliche Nächtigungen in den Austragungsmonaten Juni und Juli 2008.

Bezogen auf das Jahr 1998 bedeutet die berechnete zusätzliche touristische Auslandsnachfrage eine Erhöhung der realen Reiseverkehrseinnahmen von 2,1 Prozent in der Maximalvariante bzw. 1,5 Prozent in der Minimalvariante. Werden die prognostizierten Reiseverkehrseinnahmen — also die Ausgaben der ausländischen Gäste in Österreich — des Jahres 2005 herangezogen⁶³, erhöht die EM-induzierte touristische Auslandsnachfrage die Reiseverkehrseinnahmen um 1,8 bzw. 1,3 Prozent.

8.5 Steueraufkommen

Ein weiterer Schwerpunkt der Studie lag in der Berechnung des Steueraufkommens. Die Nachfrage der Gäste, die zu den Spielen aus dem In- und Ausland erwartet werden, wurde auf die damit verbundene Mehrwertsteuer hin untersucht. Durch die Konsumausgaben während der Meisterschaftsspiele wird im Jahr 2008 ein zusätzliches Aufkommen an Mehrwertsteuer in der Höhe von 265 bis 375 Millionen Schilling anfallen. Im Bereich des Werbe- und Medienmarktes ist mit einem zusätzlichen Steuervolumen von 183 bis 306 Millionen Schilling (Mehrwertsteuer und Ankündigungsabgabe) zu rechnen.

Tabelle 27: Steueraufkommen im Jahre 2008

in Millionen ATS	Einnahmen
Tourismus	265 - 375
Werbe- und Medienmarkt (Mwst + Ankündigungsabgabe)	183 - 306
(Mehrwert)Steueraufkommen	448 - 681

Quelle: IHS

Die Integration von Sportaktivitäten in alle Freizeitbereiche ist ein immer wichtiger werdender Teil der (Freizeit)Politik, um einerseits am wachsenden Markt des Sporttourismus verstärkt partizipieren zu können. Andererseits gilt es, die inländische Nachfrage nach aktiven und passiven Freizeiteinrichtungen wahrzunehmen und mit einem vielschichtigen Sportangebot zu bedienen. Die Abhaltung der Fußball-Europameisterschaft stellt die Möglichkeit für einen großen Innovationsschub in der modernen Freizeitgesellschaft sowie einen kräftigen Stimulus für die Wirtschaft dar.

Die Zusammenschau der Bereiche Wertschöpfungs-, Beschäftigungs- und Einnahmenaspekte lässt die große wirtschaftliche Bedeutung der Fußball-Europameisterschaft erkennen. Die Beschäftigungseffekte sind in den Bereichen Bau und Tourismus angesiedelt, zwei Kernbereiche in der österreichischen Wirtschaftsstruktur, die gegenwärtig mit strukturellen, aber auch konjunkturellen Problemen zu kämpfen haben. Die EM-induzierten Impulse für diese Bereiche sind daher als äußerst positiv zu qualifizieren. Die Fußball-

⁶³ vgl. IHS (1999): Mittelfristige Prognose der österreichischen Wirtschaft 1999-2003. Wien.

Europameisterschaft bietet die Chance für Österreich, sein Tourismusimage zu erweitern, um neue und sportinteressierte Gästetypen anzuziehen, darüber hinaus ist eine einmalige Gelegenheit für die einzelnen Austragungsorte gegeben, ihren internationalen Bekanntheitsgrad zu erhöhen. Neben der quantifizierten Wertschöpfung, die mittelfristig durch die Meisterschaft erzeugt wird, ist daher die Imageverbesserung der Tourismusdestination Österreich ein wirtschaftlicher Impuls, der weit über das Jahr 2008 hinausgehen wird.

8.6 Umsatzsteigerung bei Fußballwetten

Aufgrund der Austragung der EM 2008 in Österreich/Schweiz ist bei Fußballwetten mit signifikanten Umsatzsteigerungen zu rechnen. Grundsätzlich ist festzuhalten, dass das Ausmaß der Nachfragesteigerung nach Fußballwetten sehr stark von der österreichweiten Fußballbegeisterung abhängt, die ein Produkt aus der Spielleistung der Teams, im Besonderen des österreichischen, der Werbeanstrengungen und einer geglückten Öffentlichkeitsarbeit ist. Falls letztere erfolgreich sind, ist vom optimistischeren Szenario auszugehen, das eine Steigerung des Jahresumsatzes der österreichischen Buchmacher um ca. 10 Prozent (18 Mio. EUR) prognostiziert. Allerdings fließt der größte Teil des zusätzlichen Wettumsatzes in Form ausbezahlter Gewinne wieder an die Spieler zurück, so dass die Buchmacher einen zusätzlichen Wettrohertrag von 3,1-3,5 Mio. EUR zu erwarten haben. Die zusätzlichen direkten Steuereinnahmen aus der Wettgebühren und der Gewinngebühren liegen im optimistischen Szenario zwischen 0,66 und 1,5 Mio. EUR. Diese hohe Schwankungsbreite ergibt sich daraus, dass die Gewinngebühren umso höher ist, je höher die Gewinnquote ist, was bedeutet, dass, wenn unwahrscheinliche Spielergebnisse eintreten, die Steuereinnahmen bis zu 25 Prozent der Gewinne betragen können, während, wenn ein Favorit gewinnt, keine Gewinngebühren fällig ist. Zusätzliche indirekte Steuereffekte sind in der Höhe von ca. 1,1 Mio. EUR zu erwarten. Beschäftigungseffekte sind in der Wettbranche nicht zu erwarten, da diese kurzfristige Nachfragespitze von den bestehenden Arbeitskräften gedeckt werden kann. Die Höhe der indirekten Wertschöpfungseffekte in der Werbewirtschaft ist wahrscheinlich erst ex-post zu beziffern. Die genannten Zahlen sind konservative Schätzungen. Falls die dynamische Entwicklung des Wettmarktes, die auch wesentlich durch die Nutzung des Internet determiniert wird, anhält, können die berechneten Werte bis zu 50 Prozent höher ausfallen.

8.7 Telekommunikationsentgelte

Auch für den Telekommunikationssektor sind stimulierende Effekte zu erwarten. Bei den Telekommunikationsentgelten können wir aufgrund des sich rapide verändernden Marktes und aufgrund der Tatsache, dass die Preise auch von endogenen Faktoren abhängig sind, nur zu Mengenschätzungen kommen. Die in Österreich anwesenden Medienvertreter werden verteilt über die 23 Tage der EM Endrunde ca. 43.200 Stunden telefonieren und 30.000 bis 57.000 Stunden das Internet/Fax nutzen. Die Investitionen in Hardware sind mit weniger als einer Million Euro vernachlässigbar gering. Aufgrund des rapiden technologischen Wandels

ist jede Prognose, die den IKT-Sektor betrifft, über einen Zeitraum von sieben Jahren allerdings besonders schwierig. Die Steigerung der Nachfrage der privaten Netzkunden wird primär von Angebotseffekten und vom Grad der allgemeinen Fußballbegeisterung determiniert, deren Ausmaß heute noch nicht abzuschätzen ist.

Die Abhaltung der Fußball-Europameisterschaft stellt die Möglichkeit für einen großen Innovationsschub in der modernen Freizeitgesellschaft sowie einen kräftigen Stimulus für die Wirtschaft dar. Die Zusammenschau der Bereiche Wertschöpfungs-, Beschäftigungs- und Einnahmenaspekte lässt die große wirtschaftliche Bedeutung der Fußball-Europameisterschaft erkennen. Die Beschäftigungseffekte sind in den Bereichen Bau und Tourismus angesiedelt, zwei Kernbereiche in der österreichischen Wirtschaftsstruktur, die gegenwärtig mit strukturellen, aber auch konjunkturellen Problemen zu kämpfen haben. Die EM-induzierten Impulse für diese Bereiche sind daher als äußerst positiv zu qualifizieren. Die Fußball-Europameisterschaft bietet die Chance für Österreich, sein Tourismusimage zu erweitern, um neue und sportinteressierte Gästetypen anzuziehen, darüber hinaus ist eine einmalige Gelegenheit für die einzelnen Austragungsorte gegeben, ihren internationalen Bekanntheitsgrad zu erhöhen. Neben der quantifizierten Wertschöpfung, die mittelfristig durch die Meisterschaft erzeugt wird, ist daher die Imageverbesserung der Tourismusdestination Österreich ein wirtschaftlicher Impuls, der weit über das Jahr 2008 hinausgehen wird.

Literatur

- Anders, G.; Strähl, E.; Moor, A. (1988): Finanzierung von Großveranstaltungen im Sport. Ausschnitte aus der Podiumsdiskussion. In: Sport und Wirtschaft. Bericht über das 27. Magglinger Symposium. Bundesinstitut für Sportwissenschaft, Köln.
- Arbeiterkammer (2001): Wirtschafts- und sozialstatistisches Taschenbuch 2001. Wien.
- Aschauer, D. (1989): Is Public Expenditure Productive? In: Journal of Monetary Economics, Vol. 23, 177-200.
- Asw-Report (1981): Effizienz in der Sportwerbung: Wie Ihre Marke gewinnt. In: Absatzwirtschaft 7-81
- Barro, Robert J.; Sala-i-Martin, X. (1995): Economic Growth, McGraw-Hill, Inc.
- Beirat für Wirtschafts- und Sozialfragen (1994): Wirtschaftsstandort Österreich. Wien.
- BMWK (2001), Forschungs- und Technologiebericht 2001.
- Brandel, F.; Hofer, H.; Pichelmann, K. (1994): Saisonale Muster von Beschäftigung und Arbeitslosigkeit in Österreich. Studie im Auftrag der Kammer für Arbeiter und Angestellte, Wien.
- Breuss, Fritz; Neck, Reinhard; Schebeck, Fritz (1993): Gesamtwirtschaftliche Auswirkungen finanzpolitischer Maßnahmen in einem keynesianischen ökonomischen Modell der österreichischen Wirtschaft: Eine Simulationsanalyse. In: Holzmann, R.; Neck, R. (Hg.): Konjunkturreffekte der österreichischen Budgetpolitik. Wien, 177-249.
- Czerny, Margarete (1995): Wirtschaft und Infrastruktur. In: Czerny et al.: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Infrastruktur für Österreich, Wifo-Studie, August 1995, Wien.
- Eisenberg, Christiane (1997): Fußball, soccer, salico; Ein englischer Sport auf seinem Weg um diese Welt. München.
- Farny, O.; Kratena, K., Roßmann B. (1988): Beschäftigungswirkung ausgewählter Staatsausgaben. In: Wirtschaft und Gesellschaft.
- Franz, A.; Laimer, P. (1998): Tourismus-ökonomische Konten und touristische Wertschöpfung. Methoden und Ergebnisse. In: Tourismus Journal, 2. Jg. 3/1998, 313-334.
- Hafner, M.; Neunzig, A.R. (1998): Regulating Television and the Case of Football World Cup. Universität des Saarlandes.
- Haslinger, Franz (1995): Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung. Oldenburg Verlag, München, Wien.
- Hauptverband der Sozialversicherungsträger (1997): Statistisches Handbuch der österreichischen Sozialversicherungsträger. Wien.
- Heinemann, Klaus (1995): Einführung in die Ökonomie des Sports. Beiträge zur Lehre und Forschung im Sport. Schorndorf.
- Holub, Hans; Richter, Josef; Schwarzl, Reinhold (1884): Reale Input-Output-Tabellen für Österreich. Veröffentlichungen der Universität Innsbruck.
- Holzmann, R.; Neck, R. (Hg.) (1993): Konjunkturreffekte der österreichischen Budgetpolitik. Wien.

- Horak, Roman; Marschik, Matthias (1997): Das Stadion — Facetten des Fußballkonsums in Österreich. Wien.
- Hypo NÖ. Bauplan (1998): Stadion Salzburg-Wals. St. Pölten.
- IHS (1998): Vollbeschäftigung bleibt das Ziel. Zur Entwicklung von Beschäftigung und Arbeitslosigkeit in Österreich. Studie im Auftrag des BMfAGS, Wien.
- IHS (2001a): Prognose der österreichischen Wirtschaft Juni 2001. Wirtschaftsprognose Nr. 18, Wien.
- IHS (2001b): Mittelfristige Prognose der österreichischen Wirtschaft 2001-2005. Wirtschaftsprognose Nr. 19, Wien.
- Jeglitsch, Helmut (1997): Der Beitrag der Bundesländer zum Bruttoinlandsprodukt 1988-1994. Studie des Instituts für Wirtschaftsforschung, Wien.
- Jürgensen, H.; Littmann, K.; Rose, K. (1978): Der Fußballzuschauer — ein homo oeconomicus? Eine theoretische und empirische Analyse. In: Jahrbuch für Sozialwissenschaft. Zeitschrift für Wirtschaftswissenschaften. Band 29/1978, Heft 1. Vandenhoeck & Ruprecht in Göttingen.
- Kirchner, C. (1980): Auswirkungen von internationalen Großveranstaltungen auf die regionale Entwicklung. Dargestellt am Beispiel der IX. und XII. Olympischen Winterspiele Innsbruck 1964 und 1976. Dissertation, Innsbruck.
- Krajasits, C. (1995): Olympische Winterspiele als Impuls für den Tourismus. In: Steiner, M; Thöni, E.: Sport und Ökonomie. Graz.
- Kratena, Kurt (1994): MULTIMAC I: Das gesamtwirtschaftliche Input-Output-Modell des WIFO. In: WIFO Monatsberichte, 6/94, 362-372.
- Kratena, Kurt (1995): Multiplikator- und Beschäftigungswirkungen von Infrastrukturinvestitionen. In: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Infrastruktur für Österreich. Studie des Wirtschaftsforschungsinstituts, 35-58, Wien.
- Lehmann, E. ; Weigand, J. (1997): Money Makes the Ball Go Round, Fußball als ökonomisches Phänomen. In: Ifo-Studien; 43(3), 1997, 381-409.
- Lehner, Gerhard (1996): Ausmaß und Entwicklung der öffentlichen Infrastrukturinvestitionen in Österreich und im internationalen Vergleich. In: Investitionen in die Infrastruktur. Hg.: Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung, Wien, 13-24.
- Mayrhuber, C.; Paterson, I.; Wörgötter, A. (1997) Arbeitsmarkt- u. Beschäftigungssystem im Tourismus. In: Weiermair, K.; Fuchs, M.: RETTOURISM II Strategiekonferenz. Innsbruck, 40-113.
- Moorhouse, H.F. (1998): The Recent History and Functioning of Mechanisms to Redistribute Income Between Clubs in English Professional Football. Research Unit in Leisure Culture and Consumption, University of Glasgow.
- Munduch, G.; Schmoranz, I. (1982): Beschäftigungswirkung von Bauinvestitionen in Österreich. Projektbericht des Instituts für Höhere Studien, Februar 1982, Wien.
- Noll, Roger; Zimbalist, Andrew (Ed.) (1997): Sports, Jobs & Taxes, The Economic Impact of Sports Teams and Stadiums. Washington, D.C.
- OECD (1991): Manual on Tourism Economic Accounts (MTEA). Tourism Committee (DAFFE/TOU/91/1), Paris.
- OECD (2000), Measuring the ICT-Sector, Paris.

- ÖGAF (2000): Gästebefragung Österreich – Österreich Bericht, Hauptsaison Sommer 2000. Wien.
- ORF (2000): Geschäftsbericht 2000.
- Pichelmann, Karl; Brandel, Franz; Hofer, Helmut (1994): Saisonale Muster von Beschäftigung und Arbeitslosigkeit in Österreich. Studie des Instituts für Höhere Studien, Wien.
- Puwein, Winfried; Hahn, Franz; Lehner, Gerhard (1996): Investitionen in die Infrastruktur. Studie des WIFO im Auftrag der Kammer für Arbeiter und Angestellte, Wien.
- Rahmann, B.; Weber, W.; Groening, Y.; Kurscheidt, M.; Napp, H.-G.; Pauli, M. (1997): Sozio-ökonomische Analyse der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland, Universität-Gesamthochschule Paderborn
- Richter, J; Schwarzl, R. (1983): Gesamtwirtschaftliche Effekte der öffentlichen Nachfrage. Institut für Angewandte Sozial- und Wirtschaftsforschung, Wien.
- Riese, M.; Hutter, M.; Bruckbauer, St. (1989): Bewegungsgrößen der österreichischen Arbeitslosigkeit im internationalen Vergleich. Veröffentlichungen des österr. Instituts für Arbeitsmarktpolitik, Heft 34, Linz.
- Seitz, H. (1994): Public Infrastructure Capital, Employment and Private Capital Formation. Paper der OECD-Konferenz: Capital Formation and Employment.
- Siegfried John, and Andrew Zimbalist (2000); The economics of Sports Facilities and their Communities, Journal of Economic Perspectives, Summer.
- Smeral, Egon (1989): Ökonomische Aspekte der Weltausstellung Wien-Budapest 1995. WIFO-Gutachten, Wien.
- Smeral, Egon (2000): Strategische Aspekte der Tourismuspolitik unter globalen Wettbewerbsbedingungen. Ansatzpunkte zur Verbesserung der österreichischen Wettbewerbsposition, WIFO-Monatsberichte, 2000, 73(7), S. 445-453.
- Smeral, Egon (2001): Deutlicher Strukturwandel im österreichischen Tourismus, in Kräftiges Wirtschaftswachstum verliert an Dynamik, WIFO-Monatsberichte 4/2001, S. 238-240.
- Statistik Austria (1999): Input-Output-Tabelle 1990, Ausgangsmatrizen, Investitionsmatrix, Wien.
- Statistik Austria (2000, 2001): Statistisches Jahrbuch für die Republik Österreich 2001, 2000. Wien.
- Steiner, M; Thöni, E. (1995): Sport und Ökonomie. Eine Untersuchung am Beispiel der Bewerbung 'Olympische Winterspiele Graz 2002'. Graz.
- Stiglitz, Joseph E. (1988): Economics of the Public Sector. New York.
- Trosien, Gerhard (Hg.) (1994): Die Sportbranche: Wachstum — Wettbewerb — Wirtschaftlichkeit. Frankfurt.
- UEFA (1998): Pflichtenheft für den ausrichtenden Mitgliedsverband oder ausrichtende Mitgliedsverbände. Nyon.
- Wagener, G. G. (1990): Economics of Sport within the Frame of an Increasing Service-Sector in Market Economics – A Survey. In: Sport Science Review, Vol 13, 14-21.
- Walckiers, G. (1994): EURO 2000. Effets du Championnat d'Europe de Football sur l'économie Belge. Bruxelles.
- Weber, W.; Schnieder, C.; Kortlüke; N.; Horak, B. (1995): Die wirtschaftliche Bedeutung des Sports. Schriftenreihe des Bundesinstituts für Sportwissenschaft. Verlag Karl Hofmann Schorndorf. Köln.

Wirtschaftskammer Österreich, Sektion Tourismus und Freizeitwirtschaft (2001); Tourismus in Zahlen, Wien.

Wörgötter, Andreas; Frisch, Helmut (1982): Beschäftigungswirkungen des Konferenzzentrums. In: Quartalshefte der Girozentrale, 17. Jahrgang, Heft 4, 43-58.

Zimmermann, Horst; Henke Klaus-Dirk (1994): Finanzwissenschaft. München.

ANHANG

Anhang - Tabellenübersicht:

- Tabelle A 1: Indikatoren der Österreichischen Wirtschaft
- Tabelle A 2: Anteil der öffentlichen Investitionen am Bruttoinlandsprodukt (nominell) ausgewählter Länder
- Tabelle A 3: Bruttoinlandsprodukt (BIP) — Konsum — Investitionen der österreichischen Wirtschaft, real
- Tabelle A 4: Löhne — Preise — Beschäftigung der österreichischen Wirtschaft
- Tabelle A 5: Wachstumsbeiträge der realen Endnachfragekomponenten
- Tabelle A 6: Erlöse und Erträge der Unternehmen 1998 nach ÖNACE-Klassen (4-Steller)
- Tabelle A 7: Beitrag zum Bruttoinlandsprodukt ausgewählter Wirtschaftsbereiche 1990 bis 2001, real zu Herstellungspreise
- Tabelle A 8: InländerInnenübernachtungen nach Bundesländer 1995-2000
- Tabelle A 9: AusländerInnenübernachtungen nach Bundesländer 1995-2000
- Tabelle A 10: Anteile der ausländischen und inländischen Gäste in den Bundesländern 1994-1999
- Tabelle A 11: Übernachtungen in den Bundesländern nach Monaten in %, 2000
- Tabelle A 12: Durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Tagen nach Bundesländer
- Tabelle A 13: Durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Ausländer in Tagen
- Tabelle A 14: Reiseausgaben der Österreicher im Inland und ausgewählten Reisezielen im Ausland in ATS
- Tabelle A 15: Betriebe im Sommer 2000 nach Bundesländer
- Tabelle A 16: Entwicklung der Heimelektronik 1986 — 2000



Tabellen zum Abschnitt 2

Tabelle A 1: Indikatoren der Österreichischen Wirtschaft

in Mrd. ATS	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Bruttoinlandsprodukt, real	2418.176	2450.449	2530.151	2601.557	2688.553	2743.087	2804.874	2874.022	2945.662	3011.985
reales Wachstum in %	2.0%	1.3%	3.3%	2.8%	3.3%	2.0%	2.3%	2.5%	2.5%	2.3%
Bruttoinlandsprodukt, nom.	2449.959	2513.476	2614.661	2712.034	2835.238	2948.273	3066.675	3188.660	3314.760	3434.149
nom. Wachstum in %	3.3%	2.6%	4.0%	3.7%	4.5%	4.0%	4.0%	4.0%	4.0%	3.6%
Brutto Investitionen, real	573.908	587.469	601.852	613.856	628.490	640.866	656.364	674.774	694.403	712.700
Ausrüstungsinvestitionen, real	226.812	239.073	251.508	262.992	278.860	287.783	299.295	311.566	324.028	335.460
Bauinvestitionen, real	337.433	330.568	333.592	340.807	345.280	348.733	352.220	358.358	365.525	371.739
Brutto Investitionen, nom.	580.653	607.758	631.711	651.311	677.728	700.654	725.945	756.136	789.078	818.674
Ausrüstungsinvestitionen, nom.	225.795	238.595	252.584	264.592	280.231	290.066	302.875	317.185	332.511	345.275
Bauinvestitionen, nom.	345.402	351.225	362.514	377.418	393.321	405.993	417.434	433.203	450.704	466.617
Preisindizes 1995 = 100										
Öffentlicher Konsum	101.404	102.266	103.242	104.872	106.660	108.366	109.883	111.422	112.870	114.337
Bauinvestitionen	102.362	106.249	108.670	110.742	113.913	116.420	118.515	120.885	123.303	125.523

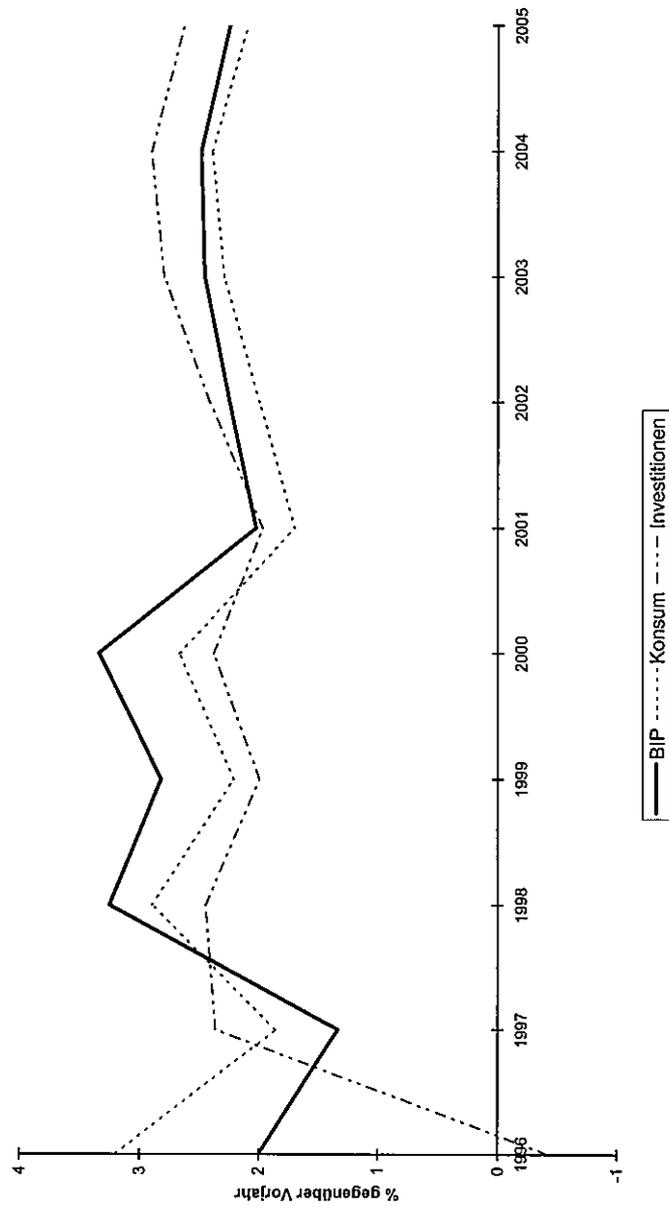
Quelle: IHS

Tabelle A 2: Anteil der öffentlichen Investitionen am Bruttoinlandsprodukt (nominal) ausgewählter Länder

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Österreich	4,3	4,2	3,9	3,8	3,7	3,6	3,8	3,4	3,3	3,3	3,2	3,3	3,3	3,2	3,3	2,7	2,8	2,8	2,6
Belgien	4,4	4,4	3,9	3,4	2,9	2,6	2,3	2,1	2,1	1,4	1,3	1,4	1,5	1,6	1,6	1,4	1,1	1,5	1,4
Schweiz	5,3	5,5	5,6	5,7	5,3	5,1	5,2	5,3	5,6	5,8	5,9	6,1	5,9	5,7	5,9	5,3	5,3	5,3	5,4
Deutschland	3,6	3,2	2,9	2,5	2,4	2,4	2,5	2,4	2,3	2,4	2,3	2,6	2,8	2,7	2,6	2,4	2,2	1,9	1,9
Dänemark									1,8	1,7	1,6	1,5	1,9	2,1	1,8	1,8	1,9	1,7	1,6
Spanien	1,9	2,3	3,0	2,8	3,0	3,7	3,6	3,4	3,8	4,4	5,0	4,9	4,1	4,3	4,1	3,8	3,2	3,1	3,1
Finnland	3,9	3,8	4,0	4,1	3,6	3,7	3,6	3,8	3,9	3,1	3,8	3,9	3,5	2,8	3,0	2,8	2,7	2,7	2,5
Frankreich	3,4	3,2	3,4	3,3	3,0	3,2	3,2	3,0	3,3	3,4	3,6	3,6	3,6	3,3	3,2	3,3	3,2	3,1	3,1
GB	2,5	1,8	1,6	2,0	2,1	2,1	1,9	1,7	1,3	1,8	2,3	2,1	2,1	1,9	1,8	1,8	1,4	1,0	0,9
Griechenland	2,6	3,1	3,0	3,7	4,4	4,6	4,8	3,9	3,8	4,1	6,6	5,0	5,7	5,7	2,9	3,2	2,2	2,0	2,1
Italien	3,2	3,7	3,8	3,7	3,6	3,7	3,5	3,5	3,4	3,3	3,3	3,3	3,0	2,7	2,3	2,2	2,3	2,3	2,5
Japan	7,1	7,1	6,8	6,4	5,9	5,6	5,6	5,9	6,1	5,9	6,1	6,2	6,9	7,8	7,7	7,6	7,7	6,8	6,7

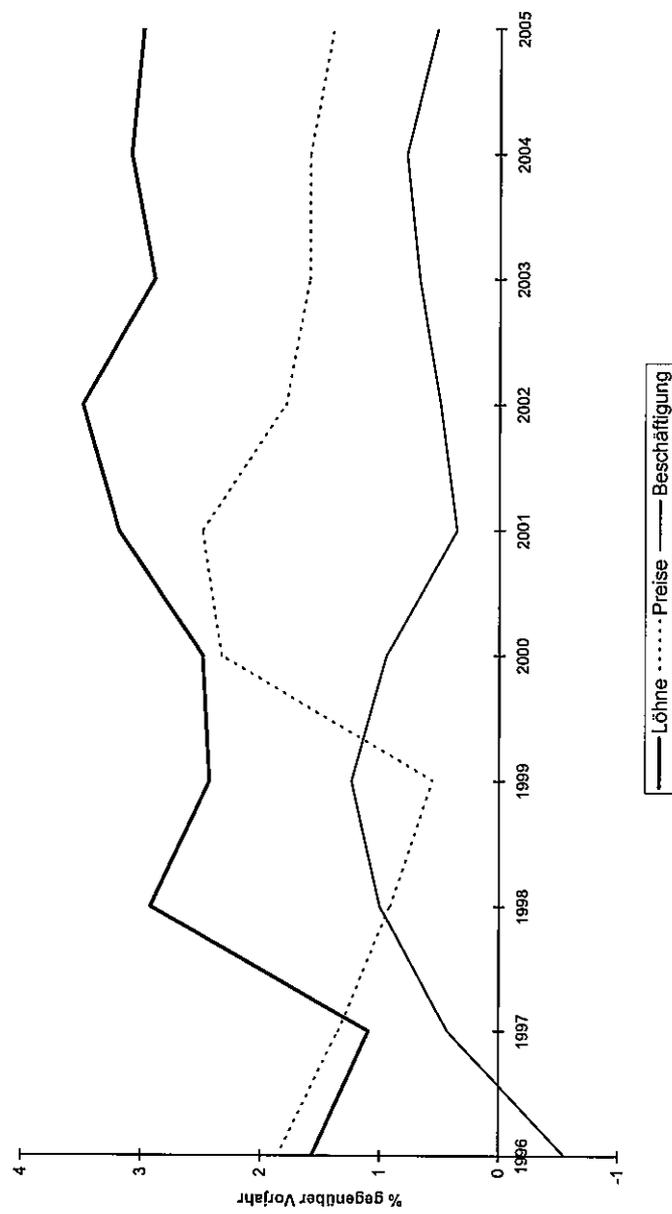
Quelle: ECO-Datenbank

Tabelle A 3: Bruttoinlandsprodukt (BIP) — Konsum — Investitionen der österreichischen Wirtschaft, real



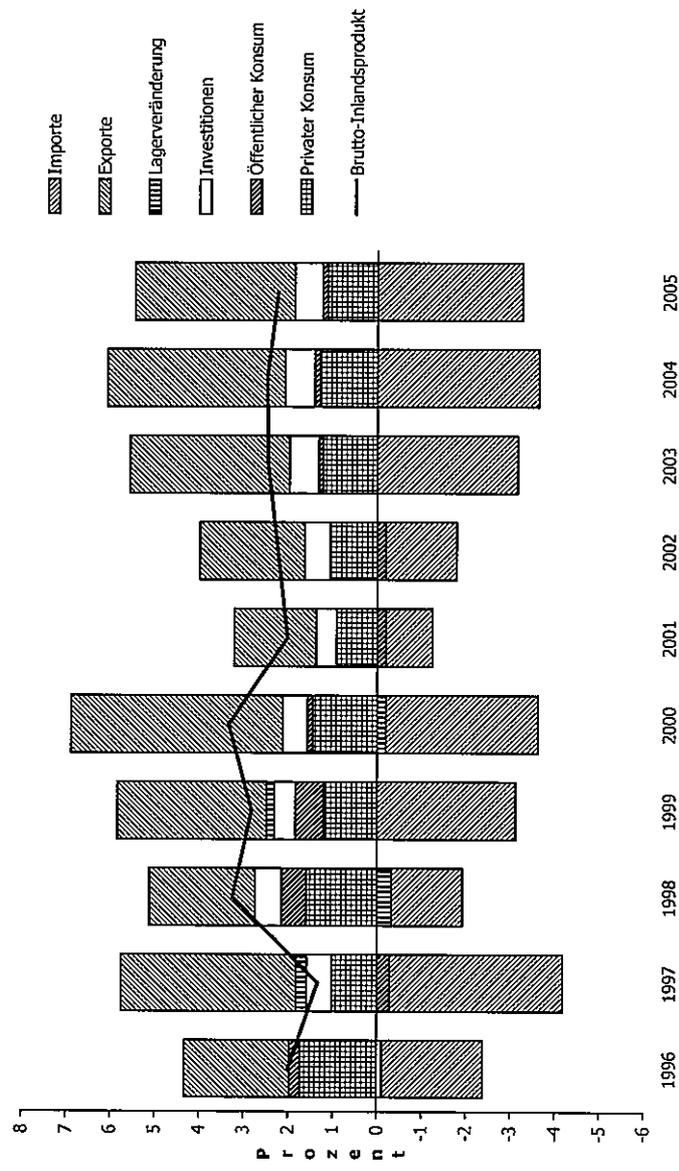
Quelle: IHS-Mittelfristige Prognose Juli 2001

Tabelle A 4: Löhne — Preise — Beschäftigung der österreichischen Wirtschaft



Quelle: IHS-Mittelfristige Prognose Juli 2001

Tabelle A 5: Wachstumsbeiträge der realen Endnachfragekomponenten



Quelle: IHS-Mittelfristige Prognose Juli 2001

Tabelle A 6: Erlöse and Erträge der Bauunternehmen 1998 nach ÖNACE-Klassen (4-Steller)

1000 ATS	Unternehmen	Erlöse und Erträge insg.	Darunter				Erlöse aus dem Verkauf von gebrauchten Anlagegütern
			Waren eigener Erzeugung und Leistung (auch Bauleistungen)	Handelstätigkeiten, Vermittlung und Kommission	Durchgeführte Reparaturen, Montagen, Instandhaltungsarbeiten und sonstige Dienstleistungen	Zins-, Wertpapier- und ähnliche Erträge	
45.1 Vorbereitende Baustellenarbeiten	1.183	8,332.856	8,037.232	86.259	64.564	117.520	53.365
45.11 Abbruch-, Spreng- u. Erdbewegungsarbeiten ¹⁾	1.16	8,155.333	7,860.344	85.748	64.564	117.415	53.353
45.12 Test- u. Suchbohrungen	23	177.522	176.888	511	-	105	12
45.2 Hoch- and Tiefbau 2)	2.665	170,827.159	163,391.347	3986.774	329.538	878.449	550.934
45.21 Hoch-, Brücken- u. Tunnelbau	2.143	136,673.230	130,181.647	3,612.267	295.919	681.592	474.387
45.23 Straßenbau u. Eisenbahnoberbau	114	25,837.003	25,367.324	61.991	6.172	121.808	46.986
45.24 Wasserbau	64	1,055.837	985.640	13.168	10.71	1.265	1.781
45.25 Spezialbau u. Sonstiger Tiefbau	345	7,261.090	6,856.736	299.348	16.738	73.785	27.781
45.3 Bauinstallation	5.434	71,196.140	65,796.942	4,286.129	608.683	307.850	143.143
45.31 Elektroinstallation	2.54	29,534.880	25,976.565	2,862.294	423.476	142.223	25.239
45.32 Wärme-, Kälte-, Schall- u. Branddämmung.	133	2,378.142	2,339.598	23.551	1.737	11.871	54.248
45.33 Gas-, Wasser-, Heizungs- u. Lüftungsinstallation	2.659	37,111.318	35,626.888	1,130.793	179.246	145.094	57.173
45.34 Sonstige Bauinstallation	102	2,170.801	1,853.891	269.491	4.224	8.663	6.483
45.4 Ausbau- und Bauhilfsgewerbe	8.045	63,851.328	61,067.540	2,419.366	172.901	133.840	109.286
45.22 Zimmerei, Dachdeckerei, Bauspenglerei etc	2.253	25,543.577	24,789.403	637.325	44.91	43.146	66.349
45.41 Stuckaturgewerbe, Gipserei	273	4,323.596	4,221.338	69.917	21.965	6.745	13.934
45.42 Bautischlerei u. -schlosserei	609	3,187.719	2,829.432	346.634	6.01	4.327	1.218
45.43 Fußboden-, Fliesen- u. Plattenlegerei	2.17	13,590.114	12,660.037	830.444	53.135	34.328	6.256
45.44 Malerei u. Anstreicherei, Glaserei	2.505	14,239.734	13,619.295	527.930	43.686	40.626	15.200
45.45 Sonstiges Ausbau- u. Bauhilfsgewerbe	235	2,966.588	2,948.035	7.116	3.195	4.668	6.311
45 Bauwesen insgesamt	17.327	314,207.483	298,293.062	10,778.528	1,175.686	1,437.661	856.710

Q: Statistik Austria. -¹⁾ Inkl. ÖNACE-Klasse 45.50 Vermietung von Baumaschinen und -geräten mit Bedienungspersonal. -²⁾ Exkl. ÖNACE-Klasse 45.22 Zimmereideckerei, Dachdeckerei, Bauspenglerei etc -³⁾ Inkl. ÖNACE-Klasse 45.22 Zimmerei, Dachdeckerei, Bauspenglerei etc.

Tabellen zum Abschnitt 3:

Tabelle A 7 : Beitrag zum Bruttoinlandsprodukt ausgewählter Wirtschaftsbereiche 1990 bis 2001, real zu Herstellungspreisen (Mrd. S)

	1990	1995	1998	1999	2000	2001
Land- und Forstwirtschaft	45,7	56,7	60,5	58,6	56,1	56,1
Bergbau 1)	10,6	8,1	8,1	8,4	8,9	NV
Sachgütererzeugung 2)	413,7	444,9	492,8	504,7	546,5	570,5
Energie- und Wasserversorgung	57,0	63,6	71,3	73,5	73,6	74,4
Bauwesen	140,4	175,9	185,8	190,0	194,8	195,7
Handel 3)	265,7	287,2	314,7	325,0	335,2	340,2
Beherbergungs- und Gaststättenwesen	85,6	87,7	88,9	91,9	94,9	96,8
Verkehr und Nachrichtenübermittlung	146,9	165,6	187,9	192,9	199,6	203,6
Kreditinstitute und Versicherungen	124,8	152,4	174,1	164,9	175,0	177,2
Grundstücks- und Wohnungswesen 4)	262,0	312,9	340,2	352,0	366,5	377,5
Öffentliche Verwaltung 5)	132,8	150,9	157,8	160,3	160,9	160,9
Sonstige Dienstleistungen	317,1	343,0	321,7	324,5	329,8	334,1
Wertschöpfung der Wirtschaftsbereiche	2002,3	2248,8	2403,7	2446,5	2542,0	2587,2
Minus unterstellte Bankgebühr	89,2	114,9	131,1	120,3	129,1	NV
Gütersteuern minus Gütersubventionen	228,9	236,8	257,6	275,3	275,7	NV
Bruttoinlandsprodukt zu Marktpreisen	2142,0	2370,7	2530,2	2601,6	2688,6	2735,0
In % des BIP	1990	1995	1998	1999	2000	2001
Land- und Forstwirtschaft	2,1	2,4	2,4	2,3	2,1	2,1
Bergbau 1)	0,5	0,3	0,3	0,3	0,3	NV
Sachgütererzeugung 2)	19,3	18,8	19,5	19,4	20,3	20,9
Energie- und Wasserversorgung	2,7	2,7	2,8	2,8	2,7	2,7
Bauwesen	6,6	7,4	7,3	7,3	7,2	7,2
Handel 3)	12,4	12,1	12,4	12,5	12,5	12,4
Beherbergungs- und Gaststättenwesen	4,0	3,7	3,5	3,5	3,5	3,5
Verkehr und Nachrichtenübermittlung	6,9	7,0	7,4	7,4	7,4	7,4
Kreditinstitute und Versicherungen	5,8	6,4	6,9	6,3	6,5	6,5
Grundstücks- und Wohnungswesen 4)	12,2	13,2	13,4	13,5	13,6	13,8
Öffentliche Verwaltung 5)	6,2	6,4	6,2	6,2	6,0	5,9
Sonstige Dienstleistungen	14,8	14,5	12,7	12,5	12,3	12,2
Wertschöpfung der Wirtschaftsbereiche	93,5	94,9	95,0	94,0	94,5	94,6
Minus unterstellte Bankgebühr	4,2	4,8	5,2	4,6	4,8	NV
Gütersteuern minus Gütersubventionen	10,7	10,0	10,2	10,6	10,3	NV
Bruttoinlandsprodukt zu Marktpreisen	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

ESVG 1995; Zu Preisen von 1995; 2001: Prognose.

1) Einschließlich Gewinnung von Steinen und Erden.- 2) Prognose einschließlich Bergbau.-

3) Einschließlich Reparatur von Kfz und Gebrauchsgütern.-

4) Einschließlich Vermietung beweglicher Sachen und Erbringung von unternehmensbezogenen Dienstleistungen

5) Einschließlich Landesverteidigung und Sozialversicherung.

Q: Statistik Austria, WIFO.

Tabelle A 8 InländerInnenübernachtungen nach Bundesländer 1995-2000

	1995	1996	%	1997	%	1998	%	1999	%	2000	%
Burgenland	1.424.654	1.381.691	-3,0	1.430.226	+3,5	1.569.715	+9,8	1.708.595	+8,8	1.837.424	+7,5
Kärnten	4.947.214	4.623.069	-6,6	4.579.136	-1,0	4.662.261	+1,8	4.704.394	+0,9	4.718.724	+0,3
Niederösterreich	3.837.055	3.619.258	-5,7	3.559.327	-1,7	3.658.470	+2,8	3.746.334	+2,4	3.858.375	+3,0
Oberösterreich	3.869.466	3.695.806	-4,5	3.604.866	-2,5	3.637.411	+0,9	3.842.153	+5,6	3.850.502	+0,2
Salzburg	5.536.679	5.143.587	-7,1	4.857.331	-5,6	5.026.737	+3,5	5.163.619	+2,7	5.313.657	+2,9
Steiermark	5.794.244	5.707.816	-1,5	5.833.238	+2,2	5.859.391	+0,4	6.092.725	+4,0	6.225.888	+2,2
Tirol	2.935.956	2.768.639	-5,7	2.812.419	+1,6	2.928.719	+4,1	2.996.384	+2,3	3.172.366	+5,9
Vorarlberg	841.039	792.477	-5,8	773.332	-2,4	824.525	+6,6	817.338	-0,9	857.497	+4,9
Wien	936.755	986.660	+5,3	1.053.980	+6,8	1.122.598	+6,5	1.237.744	+10,3	1.318.405	+6,5
Insgesamt	30.123.062	28.719.003	-4,7	28.503.855	-0,7	29.289.827	+2,8	30.309.286	+3,5	31.152.838	+2,8

Quelle: STATISTIK AUSTRIA, IHS

Tabelle A 9: AusländerInnenübernachtungen nach Bundesländer 1995-2000

	1995	1996	%	1997	%	1998	%	1999	%	2000	%
Burgenland	669.134	633.811	-5,3	573.637	-9,5	642.130	+11,9	637.512	-0,7	598.106	-6,2
Kärnten	9.890.420	9.100.127	-8,0	8.380.990	-8,0	8.536.160	+1,9	8.361.936	-2,0	8.111.808	-3,0
Niederösterreich	1.990.116	2.002.574	+0,6	1.886.168	-5,8	1.947.988	+3,3	1.916.224	-1,6	1.868.372	-2,5
Oberösterreich	3.484.571	3.202.794	-8,1	3.031.412	-5,4	3.012.902	-0,6	2.931.219	-2,7	2.868.390	-2,1
Salzburg	16.839.842	16.287.212	-3,3	15.263.727	-6,3	15.228.919	-0,2	15.901.875	+4,4	15.641.923	-1,6
Steiermark	3.383.779	3.283.473	-3,0	3.231.066	-1,6	3.226.342	-0,1	3.284.461	+1,8	3.216.084	-2,1
Tirol	37.551.035	36.377.292	-3,1	35.219.344	-3,2	35.887.774	+1,9	36.200.857	+0,9	36.939.033	+2,0
Vorarlberg	7.132.810	7.067.028	-0,9	6.823.290	-3,4	6.837.796	+0,2	6.876.056	+0,6	6.904.010	+0,4
Wien	6.049.749	6.263.004	+3,5	6.151.991	-1,8	6.546.818	+6,4	6.313.614	-3,6	6.385.926	+1,1
Insgesamt	86.991.456	84.217.315	-3,2	80.561.625	-4,3	81.866.829	+1,6	82.423.754	+0,7	82.533.652	+0,1

Quelle: STATISTIK AUSTRIA, IHS

Tabelle A 10: Anteile der ausländischen und inländischen Gäste in den Bundesländern 1994-1999

in %	1994		1995		1996		1997		1998		1999	
	ausl.	inl.										
Burgenland	34,8	65,2	32,0	68,0	31,4	68,6	28,6	71,4	29,0	71,0	27,2	72,8
Kärnten	68,2	31,8	66,7	33,3	66,3	33,7	64,7	35,3	64,7	35,3	64,0	36,0
Niederösterreich	35,9	64,1	34,2	65,8	35,6	64,4	34,6	65,4	34,7	65,3	33,8	66,2
Oberösterreich	49,2	50,8	47,4	52,6	46,4	53,6	45,7	54,3	45,3	54,7	43,3	56,7
Salzburg	76,8	23,2	75,3	24,7	76,0	24,0	75,9	24,1	75,2	24,8	75,5	24,5
Steiermark	38,0	62,0	36,9	63,1	36,5	63,5	35,6	64,4	35,5	64,5	35,0	65,0
Tirol	93,2	6,8	92,7	7,3	92,9	7,1	92,6	7,4	92,5	7,5	92,4	7,6
Vorarlberg	89,8	10,2	89,5	10,5	89,9	10,1	89,8	10,2	89,2	10,8	89,4	10,6
Wien	86,9	13,1	86,6	13,4	86,4	13,6	85,4	14,6	85,4	14,6	83,6	7,4
Österreich	75,4	24,6	74,3	25,7	74,6	25,4	73,9	26,1	73,7	26,3	73,1	26,9

Quelle: STATISTIK AUSTRIA, IHS

Tabelle A 11: Übernachtungen in den Bundesländern nach Monaten in %, 2000

	Wien	N.Ö.	Bgld.	Stmk.	Ktn.	O.Ö.	Vbg.	Tirol	Sbg.
Jänner	4,7	5,6	3,0	9,3	5,8	5,5	14,3	13,9	14,3
Februar	4,3	5,9	3,2	11,0	6,2	6,3	14,6	15,0	15,9
März	7,2	5,9	3,6	7,5	4,2	6,1	14,7	12,5	12,3
April	8,7	7,4	6,4	5,6	2,6	5,8	6,2	5,4	4,7
Mai	9,7	9,4	9,5	6,1	4,1	7,9	2,8	2,6	3,4
Juni	9,7	10,9	12,9	8,5	11,1	10,5	6,3	6,1	6,4
Juli	9,9	11,9	16,6	12,1	24,2	15,1	9,5	11,0	11,2
August	11,6	13,6	21,5	14,3	26,0	17,3	11,5	12,3	12,7
September	10,6	10,5	10,0	9,1	8,6	10,0	7,5	7,5	6,7
Oktober	8,8	8,1	6,4	6,4	2,6	6,4	3,9	3,8	3,2
November	6,7	5,5	4,3	3,8	1,0	4,1	1,1	1,6	1,4
Dezember	8,0	5,3	2,7	6,1	3,7	4,9	7,6	8,3	7,8
Insgesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Quelle: STATISTIK AUSTRIA, IHS

Tabelle A 12: Durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Tagen nach Bundesländer

	Bgld.	Ktn.	NÖ:	OÖ.	Sbg.	Stmk.	Tirol	Vbg.	Wien	insges.
1988	5,01	7,18	4,34	4,61	5,22	4,90	5,69	5,35	2,55	5,15
1989	4,93	7,26	4,09	4,46	5,15	4,81	5,63	5,32	2,54	5,09
1990	4,87	6,96	3,90	4,33	4,94	4,65	5,50	5,18	2,48	4,89
1991	4,94	7,17	3,84	4,26	5,21	4,75	5,63	5,15	2,55	5,05
1992	5,13	7,13	3,69	4,28	5,26	4,81	5,67	5,16	2,48	5,05
1993	5,16	7,06	3,62	4,18	5,40	4,83	5,71	5,26	2,53	5,08
1994	4,99	6,83	3,54	4,09	5,25	4,75	5,58	5,20	2,50	4,94
1995	4,95	6,65	3,54	3,98	5,19	4,63	5,49	5,05	2,52	4,84
1996	4,67	6,37	3,30	3,83	5,03	4,46	5,39	5,03	2,50	4,69
1997	4,52	6,07	3,25	3,74	4,91	4,24	5,35	4,94	2,45	4,57
1998	4,30	5,93	3,18	3,63	4,77	4,03	5,26	4,83	2,43	4,45
1999	4,18	5,97	3,17	3,54	4,76	4,01	5,23	4,79	2,41	4,43
2000	4,00	5,69	3,13	3,45	4,62	3,94	5,09	4,65	2,36	4,31

Quelle: WKÖ.

Tabelle A 13: Durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Ausländer in Tagen

	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Österreich	5,22	5,22	5,30	5,20	5,06	4,93	4,84	4,72
Belgien				2,48	2,50	2,48	2,45	2,40
Dänemark							5,06	4,96
Deutschland	2,33	2,52	2,42	2,40	2,39	2,33	2,30	2,26
Finnland							1,99	1,98
Italien	4,28	4,38	4,06	4,10	4,10	4,02	3,97	3,92
Niederlande	2,95	3,00	3,00	2,90	3,00	2,89	2,73	2,68
Portugal	4,60	4,62	4,57	4,71	4,86	4,75	4,71	5,57
Spanien	6,20	6,00	6,40		6,18	5,88		
Türkei	4,04	4,51	4,16	4,36	3,99	3,96	3,83	4,00
Kroatien	5,00	5,94	6,42	6,78	6,43	6,24	6,44	6,32
Ungarn	3,78	3,70	3,77	3,58	3,37	3,44	3,69	3,49
Slowakei		2,30	2,74	3,07	3,40	3,48	3,48	3,70
Slowenien		3,27	3,22	3,32	3,33	3,07	3,16	3,14

Quelle: WKÖ

Tabelle A 14: Reiseausgaben der Österreicher im Inland und ausgewählten Reisezielen im Ausland in ATS

Reiseziel	Reiseausgaben in Schilling (ATS) pro Person und pro...						1996 ^{3) 4)}			1998 ^{3) 4)}			1999 ⁴⁾			
	1997 ²⁾		1990 ³⁾		1993 ³⁾		1996 ^{3) 4)}		1998 ^{3) 4)}		1999 ⁴⁾		1999 ⁴⁾		1999 ⁴⁾	
	Reise	Tag	Reise	Tag	Reise	Tag	Reise	Tag	Reise	Tag	Reise	Tag	Reise	Tag	Reise	Tag
Burgenland	3.760	210	4.044	292	4.086	292	5.607	540	5.194	429	5.796	453	6.003	585	6.731	671
Kärnten	4.500	338	4.871	427	5.290	470	6.452	625	6.731	303	5.445	439	4.731	358	5.445	439
Niederösterreich	3.940	248	3.780	249	4.295	339	5.091	358	4.728	397	5.988	583	4.728	397	5.988	583
Oberösterreich	3.570	253	4.164	343	3.956	356	5.348	470	5.452	669	6.416	724	5.452	669	6.416	724
Salzburg	4.370	411	4.961	524	5.017	549	6.831	823	5.312	513	5.935	619	5.312	513	5.935	619
Steiermark	3.760	282	4.285	363	4.487	416	6.467	614	5.222	567	6.971	847	5.222	567	6.971	847
Tirol	4.620	385	4.878	514	5.539	591	6.665	809	4.153	484	7.560	908	4.153	484	7.560	908
Vorarlberg	4.250	351	4.576	446	5.110	423	6.617	706	2.767	419	4.652	575	2.767	419	4.652	575
Wien	3.260	201	3.688	437	3.201	411	4.187	525	5.294	513	6.346	654	5.294	513	6.346	654
Inland zusammen	4.210	317	4.578	404	4.872	453	6.243	616	11.703	968	10.243	936	11.703	968	10.243	936
Frankreich inkl. Monaco	7.700	591	8.954	659	9.045	699	9.744	958								
Griechenland	10.160	642	10.596	687	12.269	898	13.257	990	11.507	967	14.047	1.220	11.507	967	14.047	1.220
Italien	5.730	441	6.243	584	6.419	629	7.739	793	7.038	737	8.475	921	7.038	737	8.475	921
Ehemaliges Jugoslawien	5.050	334	5.534	402	4.450	332	6.229	461	5.922	432	6.166	489	5.922	432	6.166	489
Schweiz, Liechtenstein	5.850	428	5.034	482	5.247	399	6.910	689	6.760	661	8.092	828	6.760	661	8.092	828
Türkei	9.300	445	9.734	619	9.698	632	12.954	744	10.775	556	11.278	589	10.775	556	11.278	589
Ungarn	3.200	257	3.775	374	4.344	396	4.742	516	4.389	453	5.410	498	4.389	453	5.410	498
Spanien, Portugal	12.070	800	12.133	844	11.981	947	13.762	1.163	11.687	850	14.553	1.180	11.687	850	14.553	1.180
USA	25.130	916	23.868	944	23.993	1.132	25.795	1.259	21.827	1.131	22.770	1.295	21.827	1.131	22.770	1.295
Kanada	21.440	822	27.006	1.038	25.427	1.185	23.052	1.063	23.834	932	25.565	1.319	23.834	932	25.565	1.319
Tunesien	11.520	805	11.772	862	11.932	935	12.065	1.111	10.187	787	12.000	1.061	10.187	787	12.000	1.061
Ausland zusammen	7.630	501	9.000	640	9.614	721	11.125	865	9.636	726	11.821	964	9.636	726	11.821	964
Insgesamt	6.160	428	7.172	552	7.562	611	9.438	792	8.203	667	9.779	865	8.203	667	9.779	865

1 Urlaubsreisen mit vier oder mehr Übernachtungen. - 2 Bis zu drei Reisen einer Person. - 3 Bis zu zwei Reisen einer Person. 4 1996, 1998 und 1999: Unbekanntwerte bei Reiseausgaben imputiert. 1999: Bis zu 18 Reisen einer Person.

Quelle: Urlaubsreisen der Österreicher im Jahre 1999, Statistik Austria

Tabelle A 15: Betriebe im Sommer 2000 nach Bundesländern

Hotels und ähnliche Betriebe	Bgld.	Ktn.	N.Ö.	O.Ö.	Sbg.	Stmk.	Tirol	Vbg.	Wien	Summe
Kat. 5/4 Sterne, Betriebe	33	233	103	113	324	142	571	118	132	1.769
Betten	4.155	21.065	12.027	10.677	31.487	12.981	58.681	9.800	25.251	186.124
Kat. 3 Sterne, Betriebe	107	1.034	466	345	1.070	842	1.419	309	126	5.718
Betten	4.311	36.708	18.245	15.785	43.056	28.654	65.571	12.650	10.284	235.264
Kat. 2/1 Sterne, Betriebe	219	1.082	579	795	903	750	2.725	451	90	7.594
Betten	4.839	21.496	11.991	17.750	21.331	14.279	67.532	10.368	5.649	175.235
Betriebe	359	2.349	1.148	1.253	2.297	1.734	4.715	878	348	15.081
Betten	13.305	79.269	42.263	44.212	95.874	55.914	191.784	32.818	41.184	596.623

Quelle: Wirtschaftskammer Österreich

Tabelle A 16: Entwicklung der Heimelektronik 1986 — 2000

Haushaltsbesitz in Österreich in Prozent	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	i.T.
TV Geräte	94	97	97	97	97	97	97	96	96	96	96	96	96	97	97	3.136
Autoradio	50	54	57	57	57	54	61	71	72	73	75	74	77	77	79	2.557
HiFi-Stereoanlage	39	43	46	51	45	52	54	63	65	69	72	73	74	77	79	2.546
CD-Player	3	4	7	12	17	17	17	45	52	61	68	71	75	78	81	2.620
Handy														52	68	2.200
PC/Heimcomputer **)	3	4	6	5	7	8	9	12	14	17	24	38	41	47	55	1.760
Online-Dienste, Internet **)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	5	7	14	27	864
Farb-TV *)	82	84	88	91	92	93	95	98	98	99	99	99	100	100	100	3.136
Videorekorder *)	13	18	25	30	36	42	49	58	62	64	68	69	72	73	75	2.371
Farb-TV/CR mit Teletext *)	6	8	11	14	20	26	33	43	50	55	59	63	67	73	71	2.252
Sat-Anlage, eigen *)	0	0	0	0	0	0	10	15	19	23	26	27	29	31	32	1.010
Sat-Anlage, gemeinsam *)	0	0	0	0	0	0	4	6	7	8	9	9	9	9	10	322
Sat-Anlage gesamt *)	0	0	1	1	2	6	14	21	27	31	36	36	38	40	42	1.329
Empfang über Kabel *)	13	15	17	19	22	25	28	34	35	36	37	38	38	39	38	1.193
Kabel und/oder Satellit *) ***)	13	15	18	20	24	31	42	55	61	67	71	73	75	77	78	2.477

*) bis 1992: Besitz prozentuiert auf alle Haushalte, ab 1993 prozentuiert auf TV-Haushalte;

**) bis 1992 persönl. Besitz ab 14 J., 1993: Besitz im Haushalt, ab 1994: persönlicher Besitz ab 10 J.; in allen Jahren auf Personen prozentuiert; ab 1996 Austrian Internet Monitor (AIM), Angaben in % = Personen über 14 J. Angaben in Tsd. = approximative Projektion auf die 3,2 Mio. Privat-H-H in Österreich.

***) bis 1995: Summe von Kabel und Satellit, ab 1996 ohne Doppelrechnung;
Quelle: ORF

Authors: Daniela Grozea-Helmenstein, Ursula Hauser-Rethaller, Christian Helmenstein, Andrea Weber

Case Study: Fußball-Europameisterschaft 2008
Projektbericht/Research Report

© 2002 Institute for Advanced Studies (IHS),
Stumpergasse 56, A-1060 Vienna • ☎ +43 1 59991-0 • Fax +43 1 59991-555 • <http://www.ihs.ac.at>
