

Wirtschaftliche Wirkungen der Euro 2008 in der Schweiz

Die Euro 2008 ist der grösste je in der Schweiz durchgeführte Sportanlass. Bund und Host Cities leisten einen namhaften finanziellen und organisatorischen Beitrag, um dieses Mega-Event zum Erfolg zu führen. Neben vielfältigen intangiblen Effekten – wie z.B. Imagewirkungen – werden auch namhafte wirtschaftliche Effekte erwartet. Aktuelle Berechnungen zeigen, dass die Euro 2008 in der Schweiz eine Bruttowertschöpfung zwischen 640 und 860 Mio. Franken generieren dürfte. Die grösste Unsicherheit besteht in Bezug auf den Erfolg des Public Viewing. Mit einem Beitrag zum Bruttoinlandsprodukt (BIP) von rund 0,14% bis 0,18% sind die makroökonomischen Wirkungen allerdings gering und nur punktuell nachweisbar.

Bei der Euro 2008 ist viel Geld im Spiel. Dies weckt gleichzeitig Erwartungen an einen wirtschaftlichen Nutzen dieses einmaligen Mega-Events für die Schweizer Volkswirtschaft. Die Uefa und der Schweizer Fussballverband hatten bereits im Jahre 2004 in einer Studie die wirtschaftlichen Wirkungen der Euro 2008 für die Schweiz und die vier Host Cities Basel, Bern, Genf und Zürich untersuchen lassen.¹ Seither hat die Euro 2008 im Vorbereitungsprozess jedoch eine Eigendynamik entwickelt, die zu wesentlich höheren Ausgaben bei nahezu allen involvierten Hauptakteuren – und entsprechend grösseren Wirkungen auf die Volkswirtschaft – führen wird (siehe *Kasten 1*).

Wie schon bei der Expo.02 deutet die Entwicklung im Vorbereitungsprozess der Euro 2008 darauf hin, dass einmalige Grossveranstaltungen anfällig sind für eine solche Dynamik – sei es, dass man nicht bereits in der Kandidaturphase das keimende Pflänzchen mit Finanzierungsdiskussionen ersticken möchte, sei es, dass im Laufe der Vorbereitung die Tragweite der Aufgaben nicht oder zu wenig erkannt wurde oder dass viele Akteure erst nach und nach die sich bietenden Chancen erkennen und deshalb entsprechend mehr investieren. Angesichts dieser erheblichen Veränderungen hat das Bundesamt für Sport (Baspo) zusammen mit dem Gesamtprojektkoordinator Öffentliche Hand Euro 2008 die Studie von 2004 aktualisieren lassen.²

Vielfältige Finanzflüsse

Die Finanzflüsse, welche die Euro 2008 auslöst, sind komplex, da viele Akteure involviert sind, die zum Teil auch finanziell miteinander verbunden sind. In die Analyse der wirtschaftlichen Wirkungen in der Schweiz

einbezogen sind die Finanzflüsse, welche ausgehen von den Stadien, den schweizbezogenen Budgets von Euro 2008 SA, Uefa und Uefa Media Technologies SA (Umet), den Budgets von Bund und Host Cities, den Besuchern von Spielen und Public Viewing³ (Tourismus) sowie von Werbe- und Medienaktivitäten, Telekommunikation und weiteren Bereichen (siehe *Grafik 1*).

Von zentraler Bedeutung sind die Einnahmen der Uefa aus dem Verkauf von Fernsehrechten sowie die Sponsoringeinnahmen. Ein Teil dieser Mittel fliesst an alle Mitgliederländer der Uefa – vor allem für die Förderung des Fussballnachwuchses – sowie speziell an die 16 an der Euro 2008 teilnehmenden Länder. Mit einem anderen Teil wird die im Hinblick auf die Organisation und Durchführung des Events gegründete Euro 2008 SA finanziert, welche ausserdem auch die Einnahmen aus dem Verkauf von Tickets und Hospitality-Angeboten erhält. Ein grosser Teil der finanziellen Mittel der Euro 2008 SA stammt aus dem Ausland (Fernsehrechte, Sponsoren, Ticketeinnahmen), stellt entsprechend Exporte von Dienstleistungen dar und führt in der Schweiz zu wirtschaftlichen Impulsen.

Wichtige Unterscheidung zwischen Brutto- und Nettowirkungen

Bei der Erfassung von wirtschaftlichen Wirkungen von Sportgrossveranstaltungen ist Vorsicht geboten. Es muss zwischen zwei unterschiedlichen Sichtweisen unterschieden werden: Den Wirkungen aus der Optik des Events und jenen aus der Optik der gesamten Volkswirtschaft. Entsprechend unterscheidet die aktuelle Studie zwischen Brutto- und Nettowirkungen. Die Bruttowirkungen umfassen alle für die Euro 2008 benötigten Ressourcen



Dr. Heinz Rütter
Geschäftsleiter, Rütter+Partner, Rüschiikon



Prof. Dr. Hansruedi Müller
Direktor des Forschungsinstituts für Freizeit und Tourismus (FIF) der Universität Bern



Prof. Dr. Jürg Stettler
Leiter ITW Institut für Tourismuswirtschaft und Prorektor der HSW Luzern

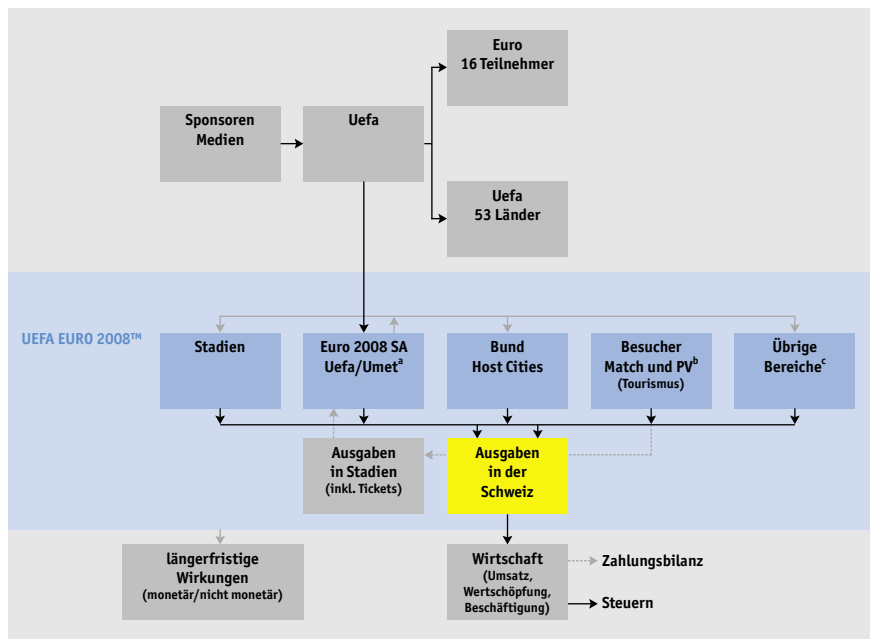
¹ Vgl. Rütter, H., Stettler, J., et al. (2004).

² Vgl. Rütter, H., Stettler, J., Müller, H. et al. (2007).

³ Unter Public Viewing versteht man das gemeinsame Verfolgen von Fussballspielen auf Grossleinwänden auf öffentlichen Plätzen.

Grafik 1

Geldflüsse und erfasste Wirkungen der Euro 2008



a Umet = Uefa Media Technologies SA. .
 b PV = Public Viewings.
 c Werbung, Medien, Telekommunikation, SBB, SFV, Präsenz Schweiz, Sportfive, Interkantonale Polizeiuunterstützung (IKAPOL), UBS-Arenas, andere Städte/Kantone usw.

Quelle: Rütter+Partner / Die Volkswirtschaft

- Performance der Schweizer Nationalmannschaft;
- Turnierverlauf generell (kritische Ereignisse, Sicherheitsprobleme etc.);
- Stimmung in Bevölkerung und bei Besuchern;
- Wetter.

Bis zu 5,4 Mio. Besucher und 1,1 Mio. Übernachtungen

Die Schätzung der Besucherfrequenzen geht von der erwarteten Anzahl Teams, Uefa-Offiziellen, Medienvertretern und Sponsoren/VIP sowie Besuchern von Spielen und Public Viewings (inklusive UBS-Arenas) aus. Die Frequenzzahlen in den Stadien sind relativ genau abschätzbar und für beide Szenarien gleich. In der Schweiz rechnet man mit rund 1 Mio. Besucherinnen und -besuchern aus dem Ausland. Beim Public Viewing basieren die minimalen und maximalen Frequenzen auf den Infrass-Schätzungen.⁵

Ausgehend von diesen Zahlen wurde ein detaillierteres Mengengerüst separat für Tage mit Spielen, Tage vor und nach einem Spiel sowie für die übrigen Tage mit Differenzierung verschiedener Besucherkategorien und entsprechend unterschiedlichen Tagesausgaben erstellt. Im Maximum werden in den Stadien sowie in den Public-Viewing-Zonen und Fan-Meilen 5,4 Mio. Besucher (Einheimische, Tages- und übernachtende Gäste) erwartet; im Minimum wird mit 2,8 Mio. gerechnet (siehe *Grafik 2* und *Tabelle 1*). Der Anteil der Tagesbesucher ist im Maximum-Szenario mit einem Anteil von 78% höher als im Minimum-Szenario (72%), weil bei gutem Verlauf mit wesentlich mehr einheimischen Public-Viewing-Besuchern gerechnet wird. Die hohen Anteile der lokalen Bevölkerung von 46% bzw. 55% zeigen, dass die Euro 2008 dank dem Public Viewing auch ein Event für die Schweizer Bevölkerung wird. Sie dürfte 800 000 bis 1 160 000 Logiernächte generieren – davon 500 000 bis 640 000 in Hotels. Dabei ist allerdings zu berücksichtigen, dass mit einer Verdrängung von 25 000 bis 50 000 Hotellogiernächten zu rechnen ist. Der grösste Teil der übernachtenden Gäste sind Ausländer.

Gesamtwirkungen der Euro 2008

Brutto generiert die Euro 2008 in der Schweiz Umsätze zwischen 1,6 und 2,2 Mrd. Franken. Rund ein Drittel davon sind jedoch volkswirtschaftlich nicht relevant, da es sich um Kompensationen beziehungsweise zeitliche oder/und ausgabenbezogene Verlagerungen der öffentlichen Hand und von Unternehmen handelt.

Kasten 1

Ausgabensteigernde Veränderungen seit 2004

- Aufstockung des Budgets der Euro 2008 SA deutlich über die ursprüngliche Höhe von 167 Mio. Franken.
- Direkte eigene Ausgaben der Uefa (u.a. Public Viewing in Host Cities).
- Erhebliche Erhöhung des früheren Finanzrahmens des Bundes von 3,5 Mio. auf 82,5 Mio. Franken für Sicherheit, Infrastruktur/Verkehr, Standortmarketing/Landeswerbung, Projekte/Anlässe sowie die Gesamtprojektleitung.
- Neue Dimension und Bedeutung des Public Viewing nach der WM 2006 sowohl in den Host Cities wie in 17 weiteren Städten mit UBS-Arenas. Dies bedeutet höhere Besucherfrequenzen mit entsprechenden touristischen Wirkungen.
- Neben Basel (Stadionerweiterung) hat auch Zürich ein spezielles Budget von 11 Mio. Franken für das neue Letzigrundstadion bewilligt und Genf erhält Beiträge vom Nationalen Sportanlagenkonzept (Nasak).
- Alle Host Cities haben bedeutende Budgets für Sicherheit, Infrastruktur/Verkehr, Standortmarketing/Landeswerbung und Anlässe vorgesehen.

bzw. die insgesamt ausgelösten Wirkungen (aus der Sicht des Events). Die Nettowirkungen geben Auskunft über die effektiven Wirkungen für die Schweizer Volkswirtschaft. Entsprechend werden hier Verdrängungen bzw. Crowding out (Hotellogiernächte), Budgetverlagerungen und (interne) Kompensationen abgezogen. Die Ausgaben der einheimischen Public-Viewing-Besucher werden gemäss der Methodik der Event-Scorecard⁴ nur in den Public-Viewing-Zonen als Teil der Nettowirkungen erfasst. Alle übrigen Ausgaben der Einheimischen ausserhalb dieser Zone (Ausgaben in lokalen Restaurants, Transportkosten etc.) werden nicht berücksichtigt.

Die berechneten Wirkungen beziehen sich auf die gesamte Zeitperiode von der Kandidatur bis zum Ende der Spiele. Dabei steigen die Ausgaben bis ins Jahr 2008 markant an. Da es sich um eine Perspektivstudie handelt, bestehen nach wie vor Unsicherheiten. Deshalb wird ein Minimum- und ein Maximum-Szenario ausgewiesen.

Die grösste Unsicherheit besteht bezüglich der Besucherfrequenzen beim Public Viewing. Diese werden namentlich durch folgende Faktoren beeinflusst:

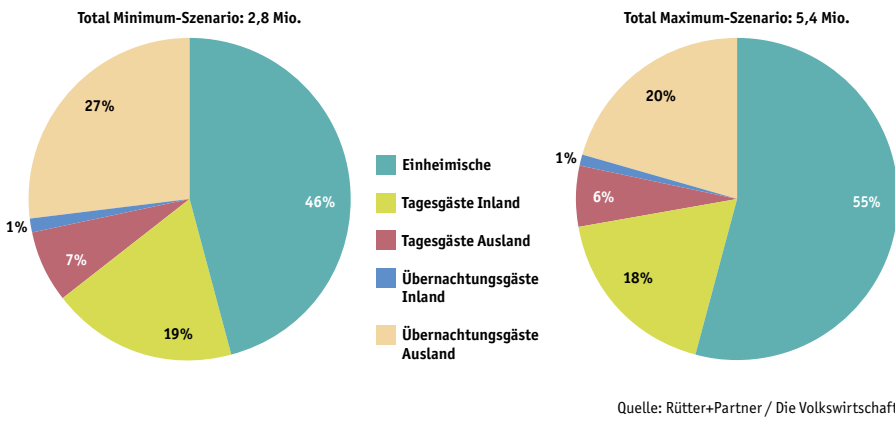
- Ergebnisse der Qualifikation;
- Auslösung der Mannschaften (insbesondere Deutschland) und Spielorte;
- Anzahl und Attraktivität der Public-Viewing-Zonen;

4 Die Event-Scorecard ist eine standardisierte Methodik zur Erfassung von wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und ökologischen Wirkungen von Sport- und Kulturveranstaltungen. Weitere Informationen: www.event-scorecard.ch.

5 Vgl. Sutter, D., Maibach, M. (2006).

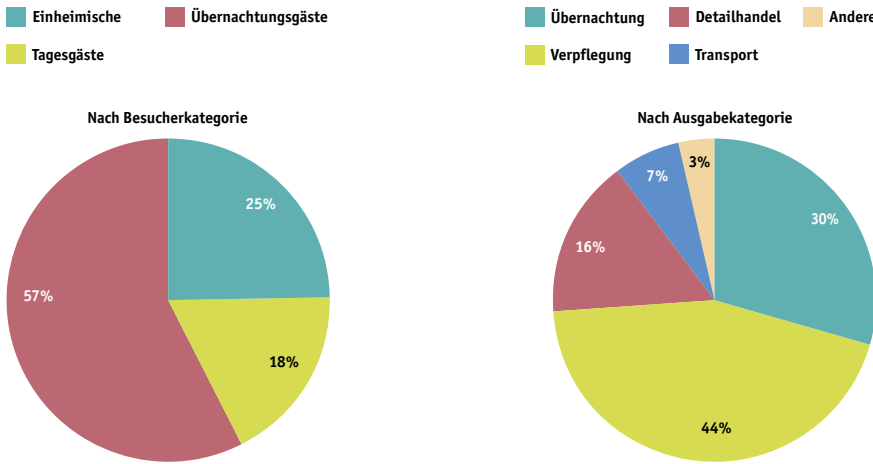
Grafik 2

Herkunft der Besucher der Euro 2008



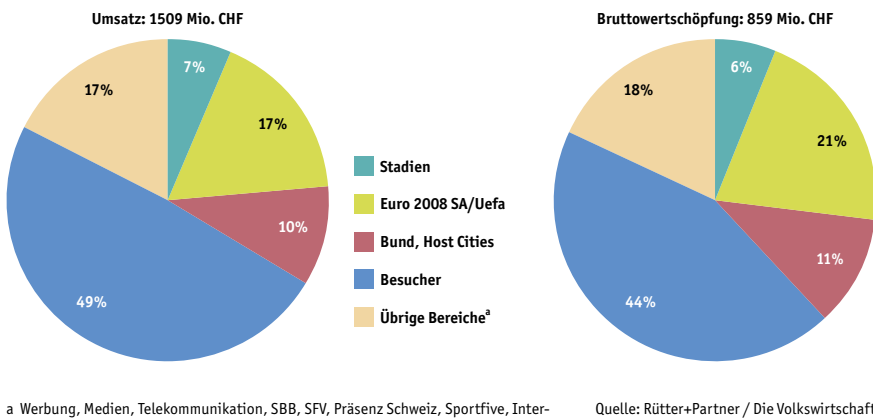
Grafik 3

Ausgaben nach Besucher- und Ausgabekategorie
Gesamtausgaben: 406 Mio. CHF (Maximum-Szenario)



Grafik 4

Durch die Euro 2008 ausgelöste Umsätze und Bruttowertschöpfung
Gesamtwirkungen (netto) nach Bereichen (Maximum-Szenario)



^a Werbung, Medien, Telekommunikation, SBB, SFV, Präsenz Schweiz, Sportfive, Interkantonaler Polizeierunterstützung (IKAPOL), UBS-Arenas, andere Städte/Kantone usw.

Die volkswirtschaftlich relevanten Umsätze (Nettowirkung) liegen zwischen 1,1 und 1,5 Mrd. Franken. Dabei entfallen 56% auf direkte Wirkungen. Die indirekten Umsätze (Multiplikatorwirkung) machen 44% aus und setzen sich zusammen aus von Dritten bezogenen Vorleistungen (31%) und den durch die Lohneinkommen induzierten Konsumausgaben (13%). Diese Umsätze lösen eine Bruttowertschöpfung in der Grössenordnung von 640 bis 860 Mio. Franken aus. Bezogen auf ein Jahr entspricht dies einem Beitrag zum BIP von nur 0,14% bis 0,18%. Angesichts zahlreicher anderer, wichtiger Einflüsse auf die Volkswirtschaft (Wechselkurs, Konjunktur etc.) wird deshalb diese Wirkung makroökonomisch kaum nachweisbar sein.

Die Beschäftigungswirkung ist im Vergleich zum Umsatz und zur Wertschöpfung unterproportional, da insbesondere im Gastgewerbe ein Teil der Mehrarbeit mit dem gleichen Personalbestand abgewickelt werden kann. Dies bedeutet, dass die Arbeitsproduktivität während der Euro 2008 leicht über dem Branchendurchschnitt liegen wird. Es wird mit einem zusätzlichen Beschäftigungsvolumen von rund 5300 bis 7350 vollzeitäquivalenten Stellen gerechnet.

Grösste Wirkungen gehen von Besuchern aus

Volkswirtschaftlich haben die 2,8 bis 5,4 Mio. Besucher mit Abstand die grösste Bedeutung. Diese werden insgesamt zwischen 250 und 400 Mio. Franken ausgeben, wovon in erster Linie die Tourismuswirtschaft profitieren wird. Die Anzahl ausländischer Besucher von 1,0 bis 1,4 Mio. ist dabei volkswirtschaftlich sehr relevant: Es wird ein positiver Beitrag zur Zahlungsbilanz zwischen 175 und 230 Mio. Franken geleistet. Im Maximum-Szenario entfallen 57% der Gesamtausgaben aller Besucher auf übernachtende Gäste (siehe Grafik 3). Die frequenzmässig mit Abstand wichtigste Besuchergruppe (72% bis 78%) der Tagesbesucher leistet nur einen Beitrag von 43% an die totalen Ausgaben. Der Anteil der Verpflegung an den Ausgaben beträgt 44%, gefolgt von den Ausgaben für die Übernachtungen (30%) und im Detailhandel (16%).

Unter Berücksichtigung der indirekten Wirkungen generieren die Besucher totale Umsätze bis 740 Mio. Franken (siehe Grafik 4). Der Anteil der Besucher am totalen von der Euro 2008 ausgelösten Umsatz von 1,5 Mrd. Franken liegt bei 49%.

Bedeutende Rolle der öffentlichen Hand

Ohne das Engagement der öffentlichen Hand liesse sich ein solches Mega-Event nicht

Tabelle 1

Gesamtwirkungen der Euro 2008 auf die Volkswirtschaft

	Minimum	Maximum
Umsatz (in Mio. CHF)	1100	1510
Bruttowertschöpfung (in Mio. CHF)	637	859
Beschäftigung (VZÄ)	5290	7350
Ausgaben öffentliche Hand (in Mio. CHF)	140	140
Steuereinnahmen ^a (in Mio. CHF)	79	108
Besucherfrequenzen (Mio. Personen)	2.8	5.4
davon Ausländer	1.0	1.4
Logiernächte	780 000	1 110 000
davon in Hotels	480 000	600 000
Beitrag ausländischer Besucher zur Zahlungsbilanz (in Mio. CHF)	175	230

a Einkommens- und Mehrwertsteuern; bei Besuchern inkl. Spezialsteuern.

Quelle: Rütter+Partner / Die Volkswirtschaft

realisieren. Insgesamt gibt die öffentliche Hand (Bund, Kantone, Host Cities und andere Städte) netto rund 140 Mio. Franken für die Euro 2008 aus. Dabei entfallen auf den Bund rund 70 Mio. (ohne Reserve), auf die Host Cities 60 Mio. und auf die übrigen Kantone und Städte 10 Mio. Franken. Gleichzeitig erzielt die öffentliche Hand geschätzte Steuereinnahmen zwischen 80 und 110 Mio. Franken, davon rund 40 bzw. 55 Mio. Franken Einkommenssteuern sowie 30 bis 40 Mio. Franken Mehrwertsteuern.

Wirtschaftliche Wirkungen für die Host Cities wichtiger

Aufgrund der zum aktuellen Zeitpunkt zuordnungsbaaren Finanzflüsse entfallen bereits heute mehr als ein Drittel der Umsatz- und Wertschöpfungswirkungen auf die Host Cities. Entsprechend sind hier im Vergleich zur gesamten Schweiz die wirtschaftlichen Wirkungen der Euro 2008 grösser. Dies gilt insbesondere für die Tourismusbranche. In Zürich und Basel wird unter Einbezug der direkten und indirekten Wirkungen im Maximum mit Umsätzen bis zu 170 Mio. Franken, einer Wertschöpfung bis zu 90 Mio. Franken und einem induzierten Beschäftigungsvolumen von gegen 900 vollzeitäquivalenten Stellen gerechnet. Die Wirkungen in Bern und Genf liegen infolge der geringeren Anzahl Matches bzw. des bevölkerungsmässig kleineren Einzugsgebietes tiefer.

Fazit

Die Euro 2008 hat als grösste je in der Schweiz durchgeführte Sportveranstaltung kurz- bis mittelfristig eindeutig positive wirtschaftliche Effekte. Die Bruttowirkungen, welche insgesamt von der Euro 2008 ausgehen, sind jedoch deutlich grösser als die volkswirtschaftlich relevanten Nettowirkungen,

bei denen Kompensationen, Budgetverlagerungen und Verdrängungen (crowding out) abgezogen werden.

Von der Euro 2008 gehen auch längerfristige – teils monetäre, teils nicht monetäre – Wirkungen aus, die schwierig abzuschätzen und nachzuweisen sind. Dazu gehören insbesondere die beachtlichen internationalen Image- und Werbewirkungen, die einen Einfluss auf den Tourismus und die Standortattraktivität haben. Die Euro 2008 leistet ferner einen wichtigen Beitrag zur Zusammenarbeit zwischen Tourismus, Behörden und der übrigen Wirtschaft und schafft entsprechendes Know-how, welches für künftige Veranstaltungen genutzt werden kann. Die Schweiz kann sich damit im Veranstaltungsmarkt als kompetenter Organisator profilieren.

Schliesslich ist die Euro 2008 auch für die Schweizer Bevölkerung wichtig. Das «Fussball-Fest» schafft ein Gemeinschaftserlebnis, das verbindet, integriert und zu sportlichen Aktivitäten animiert. ■

Kasten 2

Literatur

- Rütter, H., Stettler, J., et al. (2004): Economic impact of the UEFA EURO 2008™ in Switzerland; Study on behalf of the Uefa and Swiss Football Association.
- Rütter, H., Stettler, J., Müller, H. et al. (2007): Wirtschaftliche Wirkungen der UEFA EURO 2008™ in der Schweiz, Aktualisierung der Studie von 2004, Baspo.
- Sutter, D., Maibach, M. (2006): Euro 2008: Public Viewing – Mengengerüst und Empfehlungen für den Verkehr.