

Wirtschaftliche Auswirkungen der Fußball-Europameisterschaft



Der Kick für NRW – Chancen der UEFA EURO 2024 für Tourismus und Handel

Bad Homburg, 30.01.2024

Kurz zum Hintergrund: Die accadis Hochschule und die UEFA EURO 2024

Beiträge und Konferenzen zur Fußball- Europameisterschaft ...

... mit dem Fokus auf die (wirtschaftlichen) Auswirkungen eines solchen Events und auf dessen Nachhaltigkeit

Die UEFA EURO 2024™ aus sportökonomischer Perspektive

Management, Organisation und Wirkung
einer Sportgroßveranstaltung

ESV
ERICH
SCHMIDT
VERLAG

Bezold | Pfefferl (Hrsg.)



EURO 2024 - Erwartungen und Auswirkungen in der Metropolregion FrankfurtRheinMain

Liebe Befragungs-Teilnehmer,

die Sportmanagement-Forschungsgruppe der accadis Hochschule Bad Homburg führt zusammen mit der Mainova AG und der Frankfurter Neuen Presse eine Studie über die Erwartungen und sozio-ökonomischen Auswirkungen der kommenden Fußball-Europameisterschaft 2024 in der Metropolregion FrankfurtRheinMain durch. Dazu befragen wir jetzt und noch einmal im Spätsommer die Bewohner der Metropolregion FrankfurtRheinMain - sowohl Fußballfans als auch nicht so sehr am Fußball Interessierte.

Vegetarisch, kulturell und nachhaltig

Beim Sportmanagement-Symposium blicken Zuhörer hinter die Kulissen einer Fußball-Europameisterschaft

Von unserem Redaktionsmitglied
Laura Bernert

KÖNIGSLAU Deutschland steht eine Fußball-Europameisterschaft ins Haus. Wer es miterlebt hat, hofft auf ein Sommermärchen wie bei der Weltmeisterschaft im Jahr 2006. „Von der Stimmung her ist das durchaus möglich, aber nicht wirtschaftlich“, sagt Thomas Bezold, Der Sportökonom und Professor für Sportmanagement an der Reinhold-Würth-Hochschule führt in das Symposium zur EM 2024 ein, das vergangene Woche am Campus Künzelsau stattfand. Das Sportmanagement-Symposium hat das Ziel, die Großevent aus sportökonomischer Perspektive zu analysieren.

Die Weltmeisterschaft vor 18 Jahren habe 0,3 Prozent des Bruttoinlandsprodukts ausgemacht, so Bezold weiter. Das gesamte Land habe demnach nicht profitiert, sondern nur die Bereiche um die Gastgeber-Städte. Dennoch seien solche Großveranstaltungen „wichtige Impulsgeber“. Etwa, um Konzepte für mehr Nachhaltigkeit bei solchen Events zu entwickeln.

Kategorien Umwelt, Soziales und Regierungspraxis geht Florian Pfefferl, Präsident der Accadis Hochschule Bad Homburg, in seinem Vortrag ein. So soll etwa das Essensangebot in Städten nicht nur vegetarische und vegane Gerichte enthalten, sondern auch kulturell vielfältig sein, fasst Pfefferl zusammen. Das vegetarisch-vegane Angebot sei in vielen Städten schon etabliert. Dieses erfülle auch die Anforderungen von religiösen Zielgruppen wie Muslimen, die kein Schweinefleisch

essen. Ein interkulturelles Angebot sieht er kritisch: Hätten Gäste bei der vergangenen Fußball-Weltmeisterschaft in Katar südamerikanisches Essen bestellen wollen?

Um Fan- und Mannschaffsverkehr zu reduzieren, hat die UEFA ein Zonen-Konzept entwickelt. Dazu wurde Deutschland in drei Bereiche eingeteilt: Norden-Osten mit den Austragungsorten Hamburg, Berlin und Leipzig, Mitte-West mit Gelsenkirchen, Dortmund, Düsseldorf und Köln sowie Mitte-Süd mit

Frankfurt, Stuttgart und München. Ziel sei es, dass die Teams sich in der Gruppenphase primär in einer Zone aufhalten und für maximal ein Spiel in eine andere Zone fahren müssen, erklärt Pfefferl. So müssen nicht nur die Mannschaften wenig durch das Land reisen. Auch die Fans können sich in der Zone niederlassen. Doch nicht jede Nationalmannschaft wird ihr Camp in der entsprechenden Zone aufschlagen - in Deutschland sei das wegen der überschaubaren Landesgröße für die CO₂-Emissio-

nen aber nicht entscheidend. „Deshalb stand Katar gar nicht so schlecht da“, resümiert Pfefferl, mit Blick auf die Landesgröße.

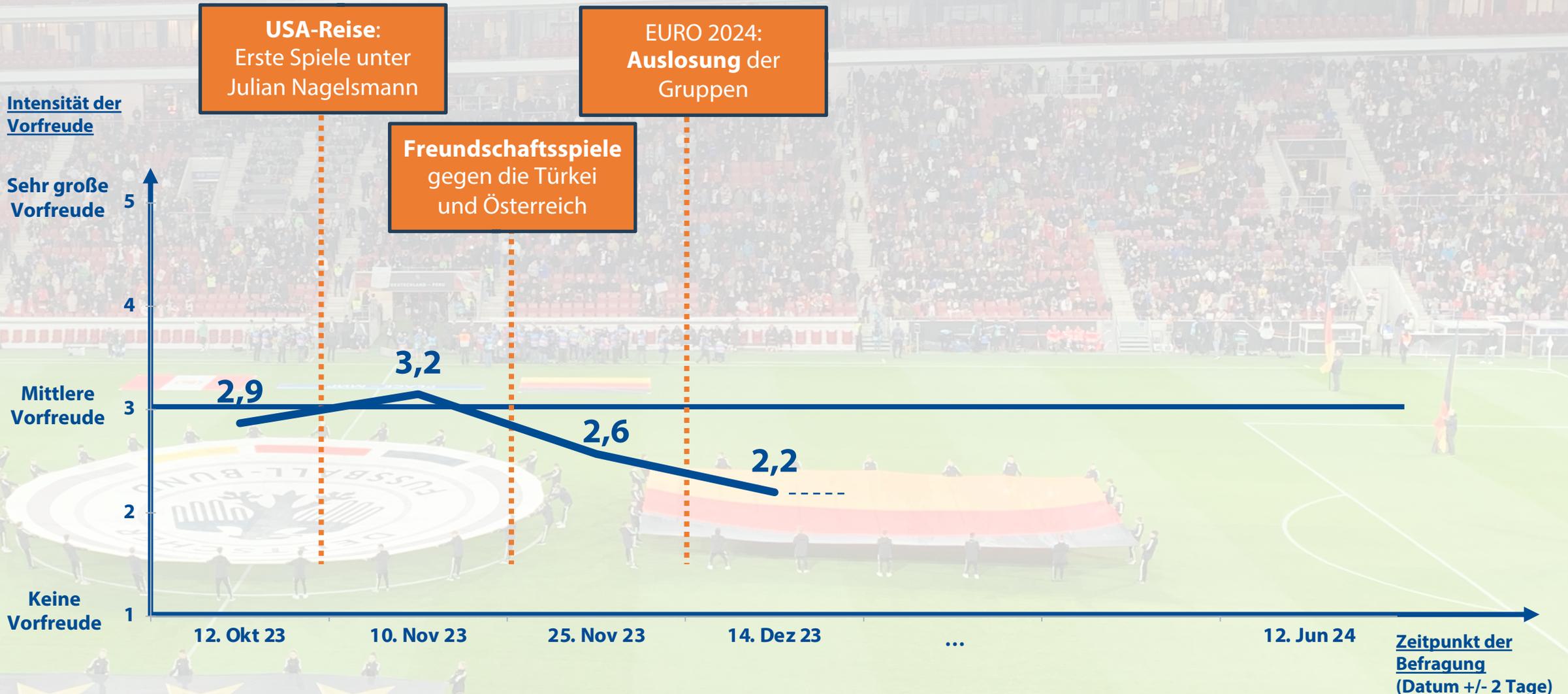
Zonen Dennoch sei es ein Konzept, das künftig an Bedeutung gewinnen könnte. Die nächste Fußball-Weltmeisterschaft soll im Jahr 2030 in Kanada, den USA und Mexiko stattfinden. Für einen solch großen Bereich ergebe die Einteilung in Zonen durchaus Sinn.

Wird die Euro 2024 also die nachhaltigste bisher? Laut Pfefferl ja, aber eine solch detaillierte Strategie habe es bislang nicht gegeben. Die Ansprüche seien sehr hoch, manche müsse man auch hinterfragen: „Verteilt man sich da in Kleinteilen?“ Eine Frage, die Pfefferl unbeantwortet lässt. Thomas Bezold, Organisator des Sportmanagement-Symposiums, hofft zunächst für das kommende Sportevent: Dass „wir uns nicht nur ökonomisch, sondern auch sportlich am Fußball erfreuen können“.

INFO Vorträge
Das Symposium thematisiert außer-



Der FNP-Vorfreude-Puls: Noch steht die UEFA EURO 2024 nicht im Mittelpunkt des Geschehens!



Wer könnte von einer Fußballeuropameisterschaft profitieren?

1. Verband (und Verbände)



2. Öffentliche Hand



3. Privatwirtschaft



1. Für die UEFA ist eine Europameisterschaft ein lukratives Geschäft

(in Mio. EUR)	EURO 2004	EURO 2008	EURO 2012	EURO 2016	EURO 2020
Einnahmen Medienrechte	560	801,6	837,2	1.024,2	1.135
Einnahmen Kommerzielle Rechte	182,2	289,8	313,9	483,3	520,8
Einnahmen aus Rechteverkauf	742,2	1.091,4	1.151,1	1.507,5	1.655,8
Ticketing-Einnahmen	81,5	100,6	136,1	269,2	148,9
Hospitality-Einnahmen	29,9	155	102	128,1	77,3
Übrige Einnahmen	1,6	3,9	1,7	11,2	0,5
Bruttoeinnahmen	855,2	1.350,9	1.390,9	1.916	1.882,5
Wettbewerbskosten	-187,7	-464,5	-499,2	-595,2	-703,9
Nettoeinnahmen	667,5	886,4	891,7	1.320,8	1.178,6
Ausschüttungen an Verbände	-128,9	-184	-196	-301	-331
Solidaritätszahlungen an Klubs	0	-43,3	-100	-150	-200
Übrige Solidarität und Spenden	-1	-0,9	-2	-22,5	-1,8
Nettoergebnis	537,6	658,2	593,7	847,3	645,8
in % der Bruttoeinnahmen	62,9	48,7	42,7	44,2	34,3

Tab. 1.2: Betriebswirtschaftliche Kennzahlen der EURO 2004 bis 2020
(eigene Darstellung)

2. Die UEFA EURO 2024 wird sich wirtschaftlich für Deutschland lohnen!

- **Stadion- und Verkehrsinfrastruktur weitgehend vorhanden**
- **Kaufkräftige Nachbarländer**
(Ticketbewerbungen aus 206 Ländern)
- Das „**Crowding out**“ ist gering



Aber:

- BIP-Wachstum zwar messbar, aber überschaubar
- Ökonomische Vorteile konzentrieren sich auf die Host-Cities und/oder Verkehrsknotenpunkte

2. Überblick Impact-Analyse (Auszug)

Untersuchungsbereiche

Direkte Wirkung

Langfristige Wirkung

Ökono-
mische
Faktoren

Infrastruktur-Investitionen
(Sportstätten, Verkehr etc.)

Tourismus und Fanaktivitäten (Hotels,
Gastronomie etc.)

Image der Region als Standortfaktor

Wertschöpfungs- u. Beschäfti-
gungseffekte (Angebot)

Wertschöpfungs- u. Beschäfti-
gungseffekte (Nachfrage)

Wahrnehmung durch
internationale Presse

Attraktivität für zukünftige
Sportevents

Attraktivität als Tourismus-
Region

Attraktivität als
Wirtschaftsstandort

Soziale
Faktoren

Glück und positives Lebensgefühl

Zusammenhalt, Stolz und
Engagement für die Region

Weltoffenheit und interkulturelle
Toleranz

Sportbeteiligung und Gesundheit

Positivere Lebenseinstellung
der Einwohner

Effekte für Identifikation und
Ehrenamt

Einstellungsänderung der
Einwohner

Transfereffekte Amateursport
+ Gesundheitswirkung

Investitionen/Kosten

- Infrastruktur-Investitionen
- Sicherheit
- Abfallentsorgung
- ...

2. Lehren aus 2006: Was kam beim Sommermärchen unter dem Strich raus?

2300 Mrd. EUR

(BIP 2006)

2,8 Mrd. EUR bis

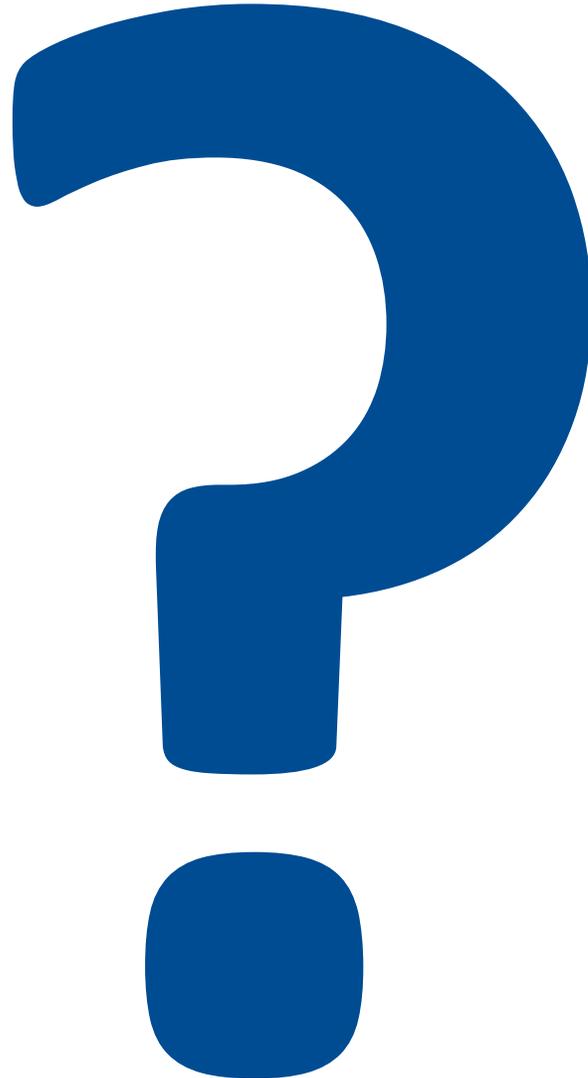
3,2 Mrd. EUR

(Beitrag WM 2006)

- Unterschiedliche Studien kommen zu unterschiedlichen Ergebnissen.
- Den meisten gemein ist, dass es ein BIP-Wachstum in der Zeit vor und während des Events gab. Erhöhung der Konsumausgaben (vor allem Tourismus).
- Dieser Effekt ist gesamtwirtschaftlich aber eher überschaubar (ca. 1-5 % des BIP-Wachstums)
- Daraus resultierende Steuereinnahmen decken die Ausgaben (UND die Investitionen).
- Kaum über das Event hinausgehende langfristig messbare Effekte (Arbeitsplätze, BIP)

→ **Man bekommt ein tolles Event inkl. positiver - aber schwierig messbarer - Langfrist-Effekte (Image, interkultureller Austausch etc.) zum Nulltarif.**

3. Und wie profitiert die deutsche Privatwirtschaft davon?



f.pfeffel@accadis.com