

## Gesamtwirkungen der UEFA EURO 2008<sup>TM</sup> – Der wissenschaftliche Schlussbericht zur Nachhaltigkeit des Grossevents liegt vor.

**Die Publikation:** Hansruedi Müller, Heinz Rütter, Jürg Stettler: UEFA EURO 2008<sup>TM</sup> und Nachhaltigkeit – Erkenntnisse zu Auswirkungen und Einschätzungen in der Schweiz, Berner Studien zu Freizeit und Tourismus Nr. 52, Bern 2010, ISBN 978-3-905666-12-0, CHF 78.- (zu bestellen unter: [info@fif.unibe.ch](mailto:info@fif.unibe.ch), Tel. +41 31 631 37 11)

### Zusammenfassung

#### Einleitung und Zielsetzung (Kap. 1)

Sportevents sind immer häufiger Gegenstand von wissenschaftlichen Untersuchungen. Oft konzentrieren sich diese Studien auf die Frage, ob eine Veranstaltung im ökonomischen Sinn profitabel ist bzw., ob die ausgelösten Erträge in einem vernünftigen Verhältnis zu den Kosten stehen. (Vgl. Preuss et. al. 2010)

In der vorliegenden Studie ging man einen Schritt weiter und versuchte, in möglichst umfassender Weise die vielfältigen Wirkungen der EURO 2008 auf die nachhaltige Entwicklung zu quantifizieren. Bereits 2004 beauftragte das BASPO im Rahmen des Mehrjahresforschungsprogramms ‚Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit im Sportsystem Schweiz‘ das Forschungsnetzwerk FIF der Universität Bern, Rütter+Partner Rüschlikon sowie das ITW der Hochschule Luzern mit dieser umfassenden Evaluation.

Die beiden Hauptziele der Studie waren,

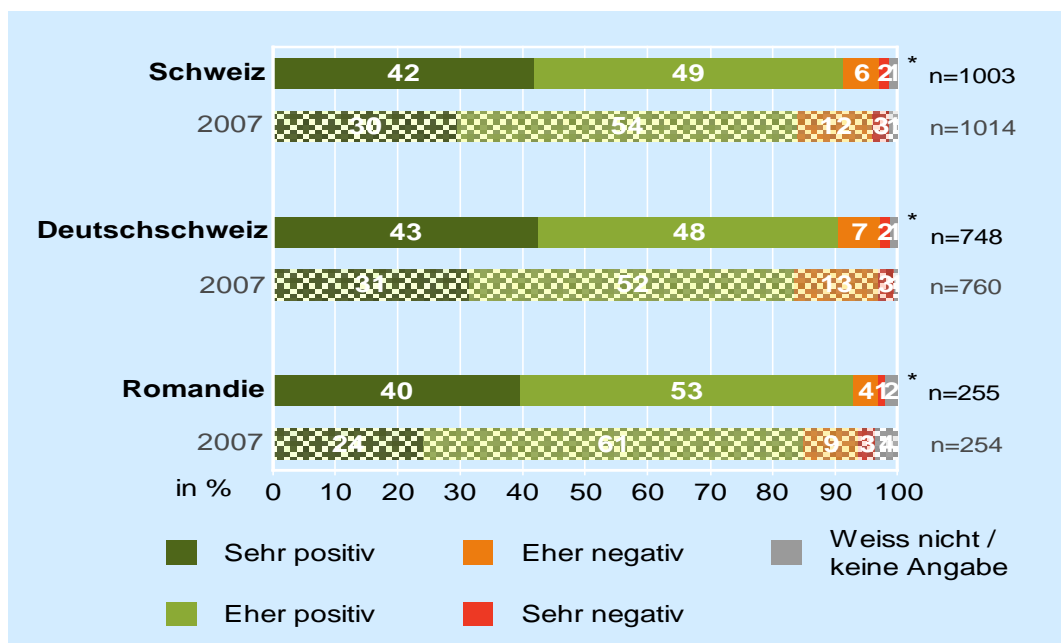
- die zentralen ökonomischen, ökologischen und sozialen Nachhaltigkeitseffekte der EURO 2008 in ihrer Dynamik zu erfassen,
- Messmethoden zu entwickeln, die längerfristige Vergleiche zulassen und auf andere Sport-Grossveranstaltungen übertragen werden können.

Es wurde versucht, den Beitrag des sportlichen Megaevents zur längerfristigen Stärkung der ökonomischen Leistungsfähigkeit, der ökologischen Verantwortung sowie der gesellschaftlichen Verträglichkeit zu messen. Für die untersuchten Bereiche wurden Indikatoren ausgewählt, mit Hilfe derer die relevanten Dimensionen der Wirklichkeit in ihrer Dynamik abgebildet werden konnten.

## Bevölkerungsbefragungen (Kap. 2 mit Zusammenfassung 2.7)

In den Jahren 2005, 2007 und kurz nach der EURO 2008 wurden die Akzeptanz und die Beurteilung des Sport-Megaevents in der Bevölkerung untersucht. Die Ergebnisse zeigen, dass die EURO 2008 eine sehr hohe Akzeptanz hatte: 91% der Schweizer Bevölkerung stand rückblickend der EURO 2008 positiv gegenüber, 42% sogar sehr. 2007 waren es erst 84%. Auch die meisten Teilaspekte wurden von der Bevölkerung nach dem Event klar besser beurteilt als im Vorfeld. Die gesamtschweizerischen Ergebnisse waren jenen der vier Host Cities sehr ähnlich. Ein Jahr nach der EURO 2008 befürwortete eine grosse Mehrheit (79%) der Bevölkerung eine nochmalige Durchführung eines derartigen Grossevents in der Schweiz.

**Frage: Wie stehen Sie persönlich (und rückblickend) der EURO 2008 in der Schweiz gegenüber?**



Quelle: Rütter + Partner

## Medienberichterstattung und Image der Schweiz (Kap. 3 mit Zusammenfassungen 3.4)

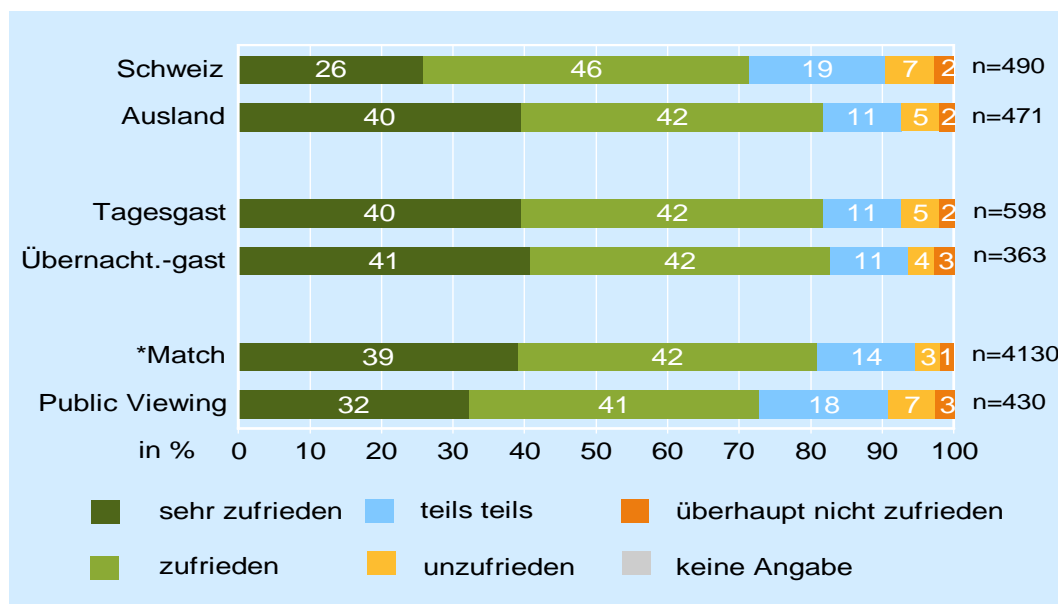
In den Print-Medien war das Thema ‚Fans‘ am dominantesten (20% aller Berichte), während in den TV-Medien die Sicherheit am häufigsten thematisiert wurde (22% aller Ausstrahlungen). Die Themen ‚Sicherheit‘ und ‚Finanzierung‘ waren vor allem 2006 präsent, haben aber anschliessend kontinuierlich an Bedeutung verloren.

In den beiden Nachbarländern Deutschland und Frankreich wurden die Bekanntheit und das Image der Schweiz untersucht. Es konnte eine leichte Steigerung der Bekanntheit und der Austragungsstädte festgestellt werden. Die Wahrnehmung der Schweiz vor und nach der EURO 2008 zeigte jedoch nur geringe Unterschiede. Das Image der Schweiz wurde auf hohem Niveau gefestigt.

## Besucherbefragungen (Kap. 4 mit Zusammenfassung 4.5)

Es wurden sehr unterschiedliche Besucherbefragungen durchgeführt: Mündlich und schriftlich in den Stadien, den UBS Arenen und den Fanzonen, telefonisch sowie online im Nachgang zur EURO 2008. Die Ergebnisse basieren auf insgesamt 17'600 Kontakten. Die EURO 2008 lockte viele Besucher zum ersten Mal in die Schweiz. Etwa die Hälfte der ausländischen EURO 2008-Besucher gab an, in den nächsten Jahren wieder in die Schweiz reisen zu wollen. Aspekte wie Gastfreundschaft, Sicherheit, Atmosphäre und Transport wurden von den in- und ausländischen Besuchern sehr positiv bewertet: 72% der Besucher waren im Rückblick mit dem Event ‚zufrieden‘ oder sogar ‚sehr zufrieden‘. Die Befragten haben sich in der Schweiz und in den Host Cities sehr sicher und willkommen gefühlt.

**Frage an Match- und Public Viewing-Besucher: Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit der EURO 2008 gewesen?**



Quelle: Rütter + Partner / sport+markt, Onlinebefragung nach der EURO 2008, Match- und Public Viewing-Besucher, Befragte aus dem In- und Ausland, n=961; \*telefonische Befragung nach der EURO 2008, Besucher mit Matchticket, Befragte aus dem In- und Ausland, n=3'599.

Die Studie zeigt auch, dass viele der Fussballfans kostengünstig oder gar kostenlos in den Host Cities übernachteten, beispielsweise in Gruppenunterkünften, bei Bekannten und Freunden oder gar im Auto.

**Volunteerbefragung** (Kap. 5 mit Zusammenfassung 5.5)

Die Chance, an einem Sportevent dieser Grösse dabei zu sein, erwies sich als Hauptmotivation der vielen Freiwilligen. Die Befragten bewerteten ihren Einsatz generell positiv. Sie schätzten in erster Linie die Atmosphäre, die Kameradschaft und den Spassfaktor. Kritischer schätzten sie den Knowhow-Transfer sowie den Nutzen für die eigene berufliche Tätigkeit ein (Netzwerke/Kontakte). Verbesserungspotenzial orteten sie vor allem bei der Schulung, bei der Information, bei der Verpflegung und in der Zusammenarbeit zwischen der UEFA und den Host Cities.

**Fussballnachwuchs** (Kap. 6 mit Zusammenfassung 6.5)

Mit über 30'000 neuen Juniorenspielern zwischen 2000 und 2007 verzeichnete der Schweizer Fussball ein grosses Wachstum. Die Studie zeigt, dass auch zwischen Mai 2007 und Juli 2008 der Zuwachs 4'200 Mitglieder (+3%) betrug. Der Mädchenanteil im Juniorenfussball lag bei 11% und war stabil.

**Ökologische Aspekte** (Kap. 7 und 8 mit Zusammenfassung 7.6 und 8.3)

Das Hauptaugenmerk musste auf den EURO-bedingten Zusatzverkehr gerichtet werden. Die ergriffenen Lenkungsmaßnahmen (v. a. Kombi-ticket) zeigten Wirkung: Für die Anreise zu den Host Cities resp. zu den Stadien wurde ein hoher ÖV-Anteil erreicht. Dabei fuhren die Schweizer wesentlich häufiger mit dem öffentlichen Verkehr als die ausländischen Besucher. Hingegen dominierte für die Anreise in die Schweiz je nach Herkunftsland das Auto resp. das Flugzeug.

Insgesamt löste die EURO 2008 in den Stadien, Fanzonen und UBS Arenen Treibhausgasemissionen von schätzungsweise 135'400 Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalente aus. Die Gesamtabfallmenge der UBS Arenen lag ungefähr bei 155 Tonnen. Per Saldo konnten die Auswirkungen der EURO 2008 als ökologisch verantwortbar eingestuft werden.

## Beitrag zu Wertschöpfung und Beschäftigung (Kap. 9 mit Zusammenfassung 9.5)

Die EURO 2008 generierte in der Schweiz volkswirtschaftlich relevante Umsätze in der Höhe von 1.7 Mia. CHF und eine Bruttowertschöpfung von rund 1.0 Mia. CHF. Somit wurde mehr als die maximal erwarteten Werte erreicht. Die Zahlen sind Nettowerte, bei denen Kompensationen, Budgetverlagerungen und Verdrängungen (Crowding out) abgezogen und der Event-Faktor berücksichtigt wurden, umfassen jedoch alle Ausgaben in den Stadien und in den Public Viewings/Fanzonen/resp. -meilen.

### **Gesamtwirkungen (netto): Totale Wirkungen (direkt und indirekt) auf Schweizer Volkswirtschaft**

Schweiz	in der Schweiz ausgelöste Umsätze (direkt+indirekt)		durch Umsätze in der Schweiz ausgelöste							
			BWS		Beschäftigung (VZÄ)		Lohneinkommen <sup>1</sup>		Einkommenssteuern	
	Mio. CHF		Mio. CHF		Anzahl		Mio. CHF		Mio. CHF	
Stadien	109	6%	59	6%	534	6%	36	6%	5	8%
EURO 2008 SA/UEFA/UMET	464	27%	306	31%	2168	25%	178	32%	23	34%
Bund, Host Cities	234	14%	144	14%	1142	13%	81	14%	11	17%
Besucher	552	32%	294	29%	3230	38%	164	28%	12	18%
Übrige Bereiche <sup>2</sup>	367	21%	204	20%	1534	18%	113	20%	16	23%
<b>Total Netto<sup>3</sup></b>	<b>1'726</b>	<b>100%</b>	<b>1'008</b>	<b>100%</b>	<b>8'608</b>	<b>100%</b>	<b>572</b>	<b>100%</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>

<sup>1</sup> Bruttolohneinkommen (ohne Arbeitgeberbeiträge)

<sup>2</sup> Werbung, Medien, Telekommunikation, SBB, SFV, Präsenz Schweiz, Sportfive, UBS-Arenas, andere Städte/Kantone

<sup>3</sup> Effektive volkswirtschaftliche Wirkungen (abzögl. interne Kompensationen, Budgetverlagerungen, Verdrängungen etc.)

BWS = Bruttowertschöpfung

VZÄ = Ausgelöstes Beschäftigungsvolumen, vollzeitäquivalente Beschäftigung

Info: Runderungsbereinigungen entsprechen die Gruppentotalen nicht immer den Summen der Einzelwerte

Quelle: Rütter + Partner

Die Wertschöpfungswirkung der EURO 2008 entsprach bezogen auf das gesamte Jahr 2008 einem Beitrag zum Bruttoinlandprodukt der Schweiz von 0.18%. Angesichts der Grösse der Schweizer Volkswirtschaft und der Tatsache, dass es sich um einen Event von nur rund einem Monat handelte, ist dieser Anteil beachtlich.

Vom Veranstalter (Euro 2008 SA, UEFA) und den Besuchern gingen mit einem Wertschöpfungsbeitrag von je rund 30% die grössten wirtschaftlichen Wirkungen aus. Dahinter folgten die 'übrigen Bereiche' (20%) sowie Bund und Host Cities mit 14%.

Zürich profitierte mit einer Wertschöpfung von 120 Mio. CHF dank der hohen Besucherfrequenzen wirtschaftlich am meisten. Dahinter folgten die Host Cities Basel mit 86 Mio. CHF und Bern mit rund 70 Mio. CHF. Genf erzielte wegen der vergleichsweise tieferen Besucherfrequenzen nur eine Wertschöpfung von 60 Mio. CHF.

In den Stadien, in Public Viewings/Fanzonen und Fanmeilen sowie in den UBS Arenen wurden gemäss Angaben/Schätzungen der Host Cities insgesamt 6.8 Mio. Besucher gezählt – unter Berücksichtigung der Eröffnungsfeste und spiellosen Tage. Die Besucher gaben rund 410 Mio. CHF aus. Dank der EURO 2008 kamen rund 1.4 Mio. ausländische Gäste (Besucher-Anteil: 20%) in die Schweiz. Verglichen mit ihrem Besucher-Anteil war der Anteil der Ausländer an den Besucherausgaben mit 56% bzw. 230 Mio. CHF überproportional gross. Damit wird auch die Bedeutung für den Schweizer Tourismus deutlich. Die Zahl der übernachtenden Besucher erreichte mit 1.09 Mio. den geschätzten Maximalwert. Die durch die EURO 2008 generierten Hotellogiernächte blieben allerdings mit rund 400'000 (bzw. 200'000 nach Berücksichtigung der Verdrängung) unter den Erwartungen. Demgegenüber gab es deutlich mehr Übernachtungen in anderen Unterkunftsarten, namentlich bei Bekannten und Freunden.

Nicht nur Hotels und Restaurants profitierten von der EURO 2008, sondern auch viele andere Branchen – vor allem über die Wirkungen der Budgets, der Investitionen in die Stadien sowie über die induzierten Vorleistungs- und Einkommenseffekte. Dazu zählen das Baugewerbe, die Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie, die Werbe- und Medienbranche, verschiedene Dienstleistungsunternehmen (z.B. Sicherheit, Consulting) und die Kulturbranche.

Die öffentliche Hand gab für die EURO 2008 rund 150 Mio. CHF aus und leistete damit einen wesentlichen Beitrag zum Gelingen des Fussballfestes. Gleichzeitig profitierte der Staat von Steuereinnahmen: Nahezu gleich viel (rund 140 Mio. CHF) floss über Steuern an die öffentliche Hand.

### **Makroökonomische Aspekte** (Kap. 12 mit Zusammenfassung 12.9)

Die EURO 2008 hatte – trotz der Grösse der Veranstaltung – keinen erkennbaren Einfluss auf das Gesamtschweizerische BIP. Es konnte auch kein erkennbarer Einfluss auf Nahrungsmittel- und Getränkepreise oder die Verkäufe im Detailhandel festgestellt werden. Die Indizien für positive Stimmungseffekte standen bereits unter den Einfluss der Finanzkrise: Sowohl der Konsumentenstimmungsindex des SECO als auch der Konsumindikator der UBS waren im Juni 2008 bereits rückläufig.

Bezüglich der Übernachtungen aus den Teilnehmerländern wurde in den Austragungsregionen ein deutliches Plus von bis zu 70% in den Vormonaten der EURO 2008 gegenüber dem Vorjahr erreicht. Deutlich war auch die Zunahme um +120'000 Hotellogiernächte im EURO-Monat Juni 2008 bei Nationen mit Gruppenspielen in der Schweiz. Trotz dieser Zuwächse bewirkten aber starke Verdrängungseffekte in den Austragungsregionen Genf, Bern und Zürich insgesamt einen Rückgang der Logiernächte. Auch die gesamte Schweiz war mit rückläufigen Übernachtungszahlen in Hotels aufgrund von Verdrängungs- und Währungseffekten konfrontiert, doch nahmen die Umsätze in der Hotellerie im 2. Quartal 2008 signifikant zu: Ein Indiz dafür, dass während der EURO 2008 höhere Preise erzielt werden konnten.

Auch der Werbemarkt profitierte von der EURO 2008: Von August 2007 bis Juni 2008 wurden total 85 Mio. CHF EURO-bezogene Werbeausgaben errechnet. Grösster Profiteur war in den Vormonaten die Unterhaltungselektronik. Im Juni 2008 jedoch verzeichnete die Werbung einen Rückgang um 8%.

### **Schlussfolgerungen** (Kap. 14)

Impact-Analysen zeigen – wie die vorliegende Untersuchung belegt – in vielen Details ökonomische, gesellschaftliche und auch ökologische Wirkungen auf. In wirtschaftlicher Hinsicht war die EURO 2008 ein Erfolg. Über ein Drittel der errechneten Wertschöpfung wurde aus dem Ausland induziert. Gleichzeitig wurde aber auch deutlich, dass die Kompensationswirkungen und Crowding out-Effekte erheblich waren, sie aber nur geschätzt und kaum wissenschaftlich berechnet werden konnten.

Die Erinnerung an die EURO 2008 als ein grossartiges Sporterlebnis, insbesondere mit dem unvergesslichen Oranje-Effekt, hat wohl gesellschaftlich betrachtet die langfristige Wirkung.

Unbehagen wurde bezüglich der Fremdbestimmung durch die starken Player im Netzwerk des sportlichen Megaevents offensichtlich: Trotz detailliertem Organisationshandbuch und klaren Vereinbarungen hatte die UEFA resp. die Euro 2008 SA mit ihren Anliegen in der öffentlichen Meinung einen schweren Stand.

Investitionen stellen den Schlüssel für längerfristige (nachhaltige) Wirkungen dar – positive oder negative: Von Investitionen mit einer optimalen Nachnutzung gehen die langfristigen Wirkungen aus. So betrachtet stellen Provisorien immer nur zweitbeste Lösungen dar.

Eventbedingte Umweltbelastungen sind stark abhängig von der Art der Veranstaltung. Bei den meisten Sport-Grossveranstaltungen werden jedoch die grössten Umweltbelastungen

durch den Verkehr verursacht. Klimaschutz gehört daher als ‚Must‘ in das Pflichtenheft jedes Sport-Grossevents.

Fazit: Die EURO 2008 brachte reichhaltige Erfahrungen

- in der Sportpolitik, insbesondere in der Sporteventförderung,
- in der Zusammenarbeit zwischen Departementen sowie zwischen Bund, Kantonen und Host Cities,
- im Eventmanagement resp. in der Erlebnis-Inszenierung.

Doch man stiess auch an Grenzen, insbesondere bezüglich

- der basisdemokratischen Entscheidungsfindung,
- den Forderungen und Verhaltensmerkmalen der Vertreter der Footloose Industry (z. B. hinsichtlich Ambush-Marketing oder Steuerfragen),
- der Bereitschaft für Unterstützungsleistungen durch die öffentliche Hand.

Die EURO 2008 war kurzfristig betrachtet bezüglich aller untersuchten Dimensionen weitestgehend nachhaltig. Bei einer längerfristigen Betrachtung waren die Effekte auf die nachhaltige Entwicklung jedoch eher bescheiden.

Die Studie zeigt, dass die vielseitigen Effekte von Sport-Grossevents auf die nachhaltige Entwicklung zu einem grossen Teil konkret beziffert werden können. Doch ist zu beachten, dass die nichtquantifizierbaren Werte nicht zu unterschätzen sind, denn Sport ist in erster Linie geprägt von Emotionen, Leidenschaft und Herzblut und erst dann ein rationales Geschäft, das wissenschaftlich quantifiziert werden kann.