

ITW Institut für Tourismuswirtschaft
Rösslimatte 48, CH-6002 Luzern
T +41 41 228 41 45, F + 41 41 228 41 44
www.hochschuleluzern.ch

Luzern, 22. Januar 2008

**Bundesamt für Sport (BASPO) Ressortforschung
„Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit im Sportsystem Schweiz“**

**Wirtschaftliche Bedeutung der Sportveranstaltungen in
der Schweiz**

Auftraggeber: Eidg. Departement für Verteidigung, Bevölkerungsschutz und Sport
VBS
Bundesamt für Sport (BASPO)
2532 Magglingen

Auftragnehmer: Institut für Tourismuswirtschaft ITW
Hochschule Wirtschaft - Luzern
6002 Luzern

Projektleitung: Jürg Stettler, Prof. Dr. rer. pol.
Projektbearbeitung: Claudia Erni Baumann, M.A. HSG
Philippe Linder, lic.oec. HSG
Rebekka Mehr, lic.rer.publ. HSG
Christian Stofer, lic.oec. HSG

Zusammenfassung

Ausgangslage, Ziele und Methodik

Die Bedeutung des Sports hat in den vergangenen Jahren kontinuierlich zugenommen. Sei es aus Sicht all jener, die in der Sportbranche (Produktion von Sportgeräten, Sportartikeln und Sportbekleidung, Sporttourismus, Sportanlagen etc.) tätig sind, oder aber aus Sicht aller Sportbegeisterten, die selber jedes Wochenende an Tausenden von Sportveranstaltungen als Athlet¹, Zuschauer, Helfer oder Funktionär teilnehmen oder Sport zu Hause am Fernsehen, im Radio oder im Internet konsumieren. Im Rahmen der vom Bundesamt für Sport (BASPO) initiierten Ressortforschung befassen sich verschiedene Forschungsprojekte mit der „Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit im Sportsystem Schweiz“.

Das Projekt „Wirtschaftliche Bedeutung der Sportveranstaltungen in der Schweiz“ hatte zum Ziel, die Veranstaltungslandschaft in der Schweiz zu strukturieren, die Anzahl der Veranstaltungen zu zählen und deren ökonomische Bedeutung zu berechnen. Der Fokus lag auf den direkten ökonomischen Wirkungen (Umsatz und Wertschöpfung). Andere bedeutende Aspekte von Sportveranstaltungen wie ökologische und gesellschaftliche Wirkungen wurden von der Untersuchung ausgeklammert. Die Zählung der Sportveranstaltungen basierte auf Literatur- und Internetrecherche sowie Expertengesprächen (Verband- und Vereinsvertreter). Die Berechnung der volkswirtschaftlichen Bedeutung der gezählten Sportveranstaltungen bediente sich zweier unterschiedlicher Methodiken. Während die 68 Sportgrossveranstaltungen mit Hilfe der Auswertungsmethodik der Event-Scorecard (www.event-scorecard.ch) untersucht wurden, kam bei den übrigen Sportveranstaltungen ein mehrstufiges Schätzverfahren basierend auf Verband- und Vereinsdaten sowie Expertengesprächen zur Anwendung.

In dieser Studie sind die Veranstaltungen von 99 Sportarten oder Aktivitäten erfasst worden, die gemäss Sportarten-Radar als Sport im engeren Sinne definiert sind². Unter einer Sportveranstaltung wird ein Anlass verstanden, der durch einen Veranstalter oder ein Organisationskomitee vorbereitet, durchgeführt und ausgewertet wird. An der Veranstaltung erbringen Personen in Anwesenheit von Zuschauern sportliche Leistungen, unterstützt von Betreuern, Funktionären und Helfern. Medien übernehmen eine Mittlerfunktion zwischen der Veranstaltung und der breiten Öffentlichkeit. Eine Sportveranstaltung wurde in dieser Studie dann als einzelne Veranstaltung erfasst, wenn die Akteure für eine Teilnahme eine An- und Rückreise unternehmen müssen.

Die Sportveranstaltungen wurden aufgrund von fünf Beurteilungskriterien (Veranstaltungsbudget, mediale Attraktivität und Verbreitung im Medium Fernsehen, Anzahl Sportler, Anzahl Funktionäre/Betreuer/Volunteers sowie Anzahl Zuschauer) und unterschiedlich festgelegter Grenzwerte in fünf verschiedene Grössenklassen (XS, S, M, L, XL) unterteilt. Zur weiteren Vereinfachung der Berechnung der ökonomischen Bedeutung wurden daraus zwei Kategorien gebildet: die übrigen Sportveranstaltungen mit den Grössenklassen XS, S und M sowie die Sportgrossveranstaltungen mit den Grössenklassen L und XL. Damit eine Veranstaltung als „gross“ eingestuft wurde, musste sie bei den so genannten „Muss-Kriterien“ ein Budget von mindestens einer Million Franken aufweisen und im Fernsehen direkt oder als Teilaufzeichnung ausgestrahlt werden sowie noch mindestens einen weiteren Grenzwert der anderen als „Kann-Kriterien“ definierten Beurteilungskriterien Anzahl Sportler (mind. 10'000), Funktionäre (mind. 1'000) oder Zuschauer (mind. 20'000) übertreffen.

Ergebnisse

In der Schweiz sind im Jahr 2006 230'000 Veranstaltungen durchgeführt worden. Davon sind 68 Sportgrossveranstaltungen. Dies entspricht einem Anteil von 0.03%.

¹ Der sprachlichen Einfachheit halber wird in diesem Bericht fortan nur die männliche Form verwendet. Sofern kein besonderer Hinweis erfolgt, sind damit immer sowohl Frauen als auch Männer gemeint.

² Berwert/Zehnder/Stofer, 2006.

Die 230'000 Sportveranstaltungen generieren einen direkten Gesamtumsatz von CHF 1.2 Mrd. Die daraus resultierende direkte Bruttowertschöpfung beläuft sich auf CHF 299 Mio., was rund 0.1% des BIP entspricht. Der Wertschöpfungsanteil ist mit 0.25 im Vergleich zu andern Branchen relativ tief. Ein wesentlicher Erklärungsansatz liegt darin, dass die Vorleistungen im Vergleich zum Umsatz hoch sind und deshalb eine geringe Wertschöpfung übrig bleibt. Durch die Sportveranstaltungen wird eine Beschäftigung ausgelöst, die 5'350 Vollzeitstellen entspricht.

Die aus ökonomischer Sicht mit Abstand wichtigste Sportart ist der Fussball. Mit rund 107'000 Veranstaltungen vereinen die Fussballveranstaltungen 47% sämtlicher Sportveranstaltungen auf sich. Der direkte Gesamtumsatz des Fussballs beträgt CHF 367 Mio. oder relativ gesehen 31% des totalen direkten Gesamtumsatzes aller Sportveranstaltungen. Auf dem zweiten Platz folgt die Sportart Eishockey mit rund 10'000 Veranstaltungen (5% der Sportveranstaltungen) und CHF 158 Mio. direktem Gesamtumsatz (13% des direkten Gesamtumsatzes aller Sportveranstaltungen), an dritter Stelle Tennis, das mit 17'000 Veranstaltungen (7% aller Sportveranstaltungen) CHF 109 Mio. direkten Gesamtumsatz erwirtschaftet (9% des direkten Gesamtumsatzes).

Der direkte Gesamtumsatz der Sportgrossveranstaltungen beträgt CHF 355 Mio., wobei CHF 193 Mio. davon auf die 14 Sportgrossveranstaltungen der Vereinigung Swiss Top Sport entfallen.

Im Weiteren konnten Spezialindikatoren in Zusammenhang mit der EURO 2008 bestimmt werden. Unter der Annahme, dass alle 40 Jahre eine EURO in der Schweiz stattfindet, macht der jährliche Anteil des direkten Gesamtumsatzes der EURO 2008 an allen Sportveranstaltungen 3% aus.

Ökonomische Bedeutung der Sportveranstaltungen in der Schweiz 2006		
Anzahl Sportveranstaltungen		Anteil
Anzahl Sportveranstaltungen pro Jahr (gerundet)	230'000	100%
davon: Anzahl Sportgrossveranstaltungen pro Jahr	68	0.03%
Umsatz der Sportveranstaltungen		
Direkter Gesamtumsatz aller Sportveranstaltungen [CHF]	1.2 Mrd.	100%
davon: Umsatz der Veranstalter [CHF]	878 Mio.	73%
davon: Umsatz ausserhalb der Veranstaltungen [CHF]	156 Mio.	13%
davon: Transportkosten [CHF]	168 Mio.	14%
davon: Direkter Gesamtumsatz der Sportgrossveranstaltungen [CHF]	355 Mio.	30%
Durchschnittlicher direkter Gesamtumsatz einer Sportveranstaltung [CHF]	5'250	
Durchschnittlicher direkter Gesamtumsatz einer Sportgrossveranstaltung [CHF]	4.7 Mio.	
Wertschöpfung der Sportveranstaltungen		
Direkte Bruttowertschöpfung der Sportveranstaltungen [CHF]	299 Mio.	100%
davon: Direkte Bruttowertschöpfung der Sportgrossveranstaltungen [CHF]	136 Mio.	45%
Beschäftigung durch die Sportveranstaltungen		
Anzahl Arbeitsplätze [VZÄ] ³	5'350	100%
davon: Anzahl Arbeitsplätze durch Sportgrossveranstaltungen [VZÄ]	1'790	33%

³ VZÄ ist die Abkürzung für Vollzeitäquivalent. Ein VZÄ entspricht einer 100%-Stelle während einem Jahr.

Schlussfolgerungen

Anzahl Sportveranstaltungen und deren ökonomische Bedeutung

Die Schweizer Sportveranstaltungslandschaft ist geprägt von einer Vielzahl kleiner und mittlerer Veranstaltungen sowie nur wenigen Grossveranstaltungen, die aber aufgrund ihrer Medienpräsenz in der Öffentlichkeit viel stärker wahrgenommen werden. Die meisten Veranstaltungen werden in populären Spportsportarten durchgeführt, bei denen die Mehrheit der Sportler aktiv an Sportveranstaltungen teilnehmen, jeder dieser Sportler viele Wettkämpfe bestreitet und zudem pro Wettkampf nur wenige Sportler teilnehmen. Trotz beachtlichen direkten Umsätzen von CHF 1.2 Mrd. ist die direkte Wertschöpfung der Sportveranstaltungen mit CHF 299 Mio. gering, entspricht dies doch nur 4% der direkten Wertschöpfung des gesamten Sportsystems.

Ökonomische Bedeutung der Sportgrossveranstaltungen

Trotz dem extrem geringen Anteil der Sportgrossveranstaltungen (0.03%) an der Gesamtzahl aller Veranstaltungen liegt ihr Anteil gemessen am direkten Umsatz bei 30%. Dies zeigt die sehr hohe wirtschaftliche Bedeutung der Sportgrossveranstaltungen. Viele Sportgrossveranstaltungen haben eine hohe regionalökonomische Bedeutung. Besonders wertvoll sind die jährlich durchgeführten internationalen Sportgrossveranstaltungen mit einer hohen medialen Beachtung. Auch Mega-Sportevents wie z.B. die Ski WM in St. Moritz 2003 oder die Eishockey WM 2009 haben überwiegend eine regionalökonomische Bedeutung. Eine nationale Bedeutung erreichen nur die EURO 2008 oder Olympische Winterspiele. Aber trotz ihrer Grösse und internationalen Ausstrahlung sowie einer daraus resultierenden beachtlichen Wertschöpfung leisten auch sie nur einen marginalen Anteil zum Bruttoinlandprodukt der Schweiz.

Indirekte Effekte

Sportgrossveranstaltungen haben auch indirekte Effekte auf der zweiten Wertschöpfungsstufe, die über die Vorleistungen, Investitionen und Einkommen entstehen sowie intangible Effekte, wie beispielsweise positive Effekte auf die Popularität der Sportart oder die Steigerung der Bekanntheit und die Verbesserung des Images des Veranstaltungsortes. Die Medien (insbesondere das Fernsehen) spielen dabei eine zentrale Rolle. Sportveranstaltungen haben auch positive Wirkungen auf den Spitzensport- und Breitensport. Sie bilden für viele Sportler einen Anreiz Sport zu treiben. In der Schweiz durchgeführte internationale Spitzensportveranstaltungen leisten einen wichtigen Beitrag zur internationalen Wettbewerbsfähigkeit einer Sportart.

Rolle und Aufgaben der öffentlichen Hand

Sportveranstaltungen sind Teil eines funktionierenden Marktes und generieren unterschiedlich hohe direkte und indirekte ökonomische Wirkungen. Sie unterliegen damit den Markt Kräften von Angebot und Nachfrage. Somit sind primär die Organisatoren verantwortlich für eine wirtschaftlich erfolgreiche Durchführung einer Sportveranstaltung. Die öffentliche Hand hat grundsätzlich nur eine subsidiäre Rolle, die sich vor allem aus den ausgelösten indirekten und intangiblen ökonomischen Effekten sowie den gesellschaftlichen Wirkungen der Sportveranstaltungen legitimiert.

Trotz dieser subsidiären Rolle hat die öffentliche Hand eine wichtige und tendenziell unterschätzte Bedeutung bei der Förderung der Sportveranstaltungen. Diese Förderung erfolgt einerseits direkt über finanzielle Beiträge oder Sachleistungen bei der Durchführung der Sportveranstaltung sowie andererseits indirekt über die finanzielle Beteiligung am Bau oder Betrieb von Sportanlagen. Davon profitieren sowohl die kleinen und mittleren Sportveranstaltungen als auch viele Sportgrossveranstaltungen. Bei Mega-Sportevents müssen unter anderem die Kosten für die Infrastruktur und Sicherheit mehrheitlich von der öffentlichen Hand getragen werden.

Weil verschiedene Departemente des Bundes sowie Kantone und Gemeinden Sportveranstaltungen auf verschiedene Arten direkt und indirekt unterstützen, fehlt die Transparenz und damit eine umfassende Übersicht über den Umfang und die Form der Unterstützung durch die öffentliche Hand. Zudem zeigt sich gerade bei Mega-Sportveranstaltungen (wie der EURO 2008), dass zum Teil die Rollen und die Aufgaben zwischen Bund, Kantonen und Gemeinden unklar sind.

Für die öffentliche Hand stellt sich die Frage, welche Art Sportanlässe sie durch wen und in welcher Form unterstützen soll. Nach welchen Kriterien die Unterstützung festgelegt wird, hängt von den angestrebten politischen Zielen ab.

Die Förderung von hoch kommerziellen und profitablen Sportveranstaltungen (z.B. der EURO 2008) durch die öffentliche Hand führt oft zu politischen Diskussionen. Dabei wird kritisiert, dass die Gewinne der Veranstaltung privatisiert würden, die Kosten dagegen von der öffentlichen Hand übernommen werden müssten. Wie im Einzelfall entschieden wird, ist letztlich immer auch eine politische Frage. Wichtig ist, dass die zuständigen Instanzen über ausreichende Grundlagen und Informationen verfügen, um ihren Entscheid transparent und nachvollziehbar begründen zu können

Perspektiven

Die Erforschung der ökonomischen Wirkungen von Sportveranstaltungen hat in der Schweiz noch keine lange Tradition. Mit dieser Studie wurde zum ersten Mal eine Gesamtbetrachtung der ökonomischen Wirkungen von allen Sportveranstaltungen in der Schweiz erstellt. Basierend auf diesen Ergebnissen ist eine Kontinuität und gezielte Vertiefung in der sportökonomischen Forschung zu diesem Thema anzustreben. Die indirekten und intangiblen ökonomischen sowie die gesellschaftlichen Effekte konnten in dieser Studie nicht näher analysiert werden. In diesem Bereich bestehen daher noch relevante Forschungslücken. Diese werden im Rahmen der Forschungsperiode 2008-11 des Bundesamtes für Sport genauer untersucht, einerseits generell für alle Sportveranstaltungen und andererseits spezifisch anhand differenzierter Analysen zur EURO 2008.

Weiterer Forschungsbedarf besteht im Bereich der Förderstrategien der Sportveranstaltungen durch die öffentliche Hand.

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung	I
Inhaltsverzeichnis	V
1. Einleitung	1
1.1 Ausgangslage und Problemstellung	1
1.2 Zielsetzung und Forschungsfragen	2
1.3 Definitionen und Abgrenzungen	2
1.3.1 Der Begriff der Sportveranstaltung	2
1.3.2 Abgrenzung der Sportarten	4
2. Methodisches Vorgehen	5
2.1 Übersicht über das methodische Vorgehen	5
2.2 Typologisierung von Sportveranstaltungen	6
2.3 Ökonomischer Bezugsrahmen für Sportveranstaltungen	6
2.4 Bestandesaufnahme der Sportveranstaltungen in der Schweiz	9
2.4.1 Sportgrossveranstaltungen	9
2.4.2 Übrige Sportveranstaltungen	9
2.5 Berechnung der ökonomischen Bedeutung der Sportveranstaltungen	10
2.5.1 Abgrenzungen direkte, indirekte und intangible Effekte und Event-Faktor	10
2.5.2 Berechnung der ökonomischen Bedeutung der Sportgrossveranstaltungen	11
2.5.3 Berechnung der ökonomischen Bedeutung aller Sportveranstaltungen (Sportgrossveranstaltungen und übrige Sportveranstaltungen)	12
3. Typologisierung von Sportveranstaltungen	18
3.1 Einleitung	18
3.2 Mögliche Typologisierungskriterien	18
3.3 Ansätze zur Typologisierung	19
3.3.1 Regionalwirtschaftlich-geografischer Ansatz	19
3.3.2 Sportartengruppen nach Swiss Olympic	19
3.3.3 Grenzwertorientierter Ansatz	21
3.3.4 Erweiterter grenzwertorientierter Ansatz	22
3.4 Schlussfolgerungen	23
4. Die ökonomische Bedeutung von Sportveranstaltungen in der Schweiz	24
4.1 Überblick der Ergebnisse	24
4.2 Anzahl Sportveranstaltungen	25
4.3 Direkter Gesamtumsatz	27
4.4 Struktur des direkten Gesamtumsatzes	31
4.5 Direkte Bruttowertschöpfung	35
4.6 Direkte Beschäftigung	36
5. Sportgrossveranstaltungen in der Schweiz	38
5.1 Übersicht über die Struktur der Sportgrossveranstaltungen	38
5.2 Ökonomische Bedeutung der Sportgrossveranstaltungen	41
5.3 Ökonomische Bedeutung der Swiss Top Sport-Veranstaltungen	44
5.4 Ökonomische Bedeutung der Mega-Sportveranstaltungen am Beispiel der Fussball EURO 2008	46
5.5 Indirekte und intangible Effekte von Sportgrossveranstaltungen	49

6. Ökonomische Bedeutung der Sportveranstaltungen ausgewiesener Sportarten	52
6.1 Fussball	52
6.2 Eishockey	54
6.3 Tennis	57
6.4 Pferdesport	59
6.5 Leichtathletik	62
6.6 Schiessen	64
6.7 Ski Alpin	66
6.8 Handball	69
6.9 Golf	71
6.10 Volleyball	73
7. Schlussfolgerungen und Perspektiven	76
7.1 Datenlage und Methodik	76
7.2 Anzahl Sportveranstaltungen	77
7.3 Ökonomische Bedeutung der Sportveranstaltungen	77
7.4 Ökonomische Bedeutung der Sportgrossveranstaltungen	79
7.5 Indirekte und intangible Effekte	79
7.6 Rolle und Aufgaben der öffentlichen Hand	81
7.7 Indikatoren für das Observatorium Sport und Bewegung Schweiz	82
7.8 Perspektiven	83
Literaturverzeichnis	85
Internetquellen-Verzeichnis	87
Abbildungsverzeichnis	88
Tabellenverzeichnis	90
Anhang 1: Berücksichtigte Sportarten	91
Anhang 2: Legende Sportarten-Radar	92
Anhang 3: Fragebogen Sportgrossveranstaltungen	93

1. Einleitung

1.1 Ausgangslage und Problemstellung

Die wirtschaftliche Bedeutung des Sportes und die besondere Bedeutung der Sportveranstaltungen im wirtschaftlichen Kontext wurden in den letzten 20 Jahren zunehmend erkannt. Nicht nur Unternehmen bemühen sich heute um die besten Sponsoringgelegenheiten, auch Städte und Länder bewerben sich, manchmal sogar bei geringer Aussicht auf Erfolg, um die Ausrichtung von grossen Sportveranstaltungen. Der Wissenschaft hat sich daher ein neues Gebiet im Spannungsfeld von Wirtschaft, Sport und Medien eröffnet, wodurch der Sport aus einer völlig neuen Perspektive betrachtet werden kann.

Es ist von breitem Interesse, die wirtschaftliche Bedeutung einzelner Sportgrossveranstaltungen nachzuweisen. Die unterlegten Motive dazu sind vielschichtig. Die (potenziellen) Veranstalter führen die wirtschaftliche Bedeutung ihrer Anlässe als Argument an, um bei der öffentlichen Hand für Unterstützungsbegehren positiv beurteilt zu werden. Politiker und Behörden wiederum verlangen einen wissenschaftlichen Nachweis im Sinne einer Legitimation der Investition von öffentlichen Mitteln in Form von Geld-, Sach- oder Dienstleistungen zu Gunsten von privaten Sportveranstaltern. Der volkswirtschaftliche Nutzen von Sportveranstaltungen ist dabei ein geeignetes Kriterium, Sportveranstaltungen nicht nur im Lichte einer Sportinszenierung, sondern insbesondere auch als Element der regionalen Wirtschaft und Wirtschaftsförderung zu sehen.

Der Sport wird also zunehmend als ein produzierendes Unternehmen verstanden, in welchem alle Teile, und darunter stellen die Sportveranstaltungen ein Schlüsselement dar, zusammen zu mehr Beschäftigung, Einkommen, Wertschöpfung, Steuereinnahmen und weiteren makroökonomischen Effekten beitragen können. Neben diesen ökonomisch messbaren Grössen und deren Veränderungen, können durch die Organisation von Sportveranstaltungen auch nicht-ökonomische Effekte nachgewiesen werden. Als Beispiele solcher Grössen angeführt seien hier die Steigerung der Bekanntheit und die Verbesserung des Images des Austragungsortes, die Neumitgliedschaften von Kindern und Jugendlichen in Sportvereinen, ein erhöhtes Selbstwertgefühl der Einwohner von Veranstaltungsorten und die Publizität, die sonst nie im gleichen Ausmass hätte erreicht werden können.

Sportgrossveranstaltungen wie Olympische Spiele oder Fussball-Weltmeisterschaften wurden bereits in den 1980er Jahren als Fallbeispiele mit besonders hohem Interessenpotenzial für die wissenschaftliche Begleitforschung beigezogen. In der Schweiz sind die Arbeiten von Müller/Stettler sowie die Fallstudien zu acht Sportgrossanlässen des Instituts für Tourismuswirtschaft ITW der Hochschule Luzern - Wirtschaft in Zusammenarbeit mit Rütter + Partner, Rüschiikon und weiteren Institutionen von besonderer Bedeutung. Nebst den Resultaten zu den einzelnen Sportveranstaltungen, resultierte insbesondere auch die Event-Scorecard als Untersuchungsmethodik von Sportanlässen mit empirischem Fundament.

Auffällig bei all diesen Arbeiten ist jedoch, dass immer grosse, bekannte und öffentlichkeitswirksame Sportveranstaltungen als Untersuchungsgegenstand dienen. Die vielen kleinen und mittelgrossen Sportveranstaltungen, die wöchentlich zu beobachten sind, bleiben von den Überlegungen zur wirtschaftlichen Bedeutsamkeit von Sportveranstaltungen ausgeblendet. Daher fokussiert diese Untersuchung die wirtschaftliche Bedeutung der Sportveranstaltungen in der Schweiz auf die gesamte Breite an Sportveranstaltungen.

Das Teilprojekt „Wirtschaftliche Bedeutung der Sportveranstaltungen in der Schweiz“ ist im Gesamtrahmen des Ressortforschungsprogramms „Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit im Sportsystem Schweiz“ zu sehen. Betrachtet werden dabei die Sportveranstaltungen und ihre Ökonomie in einem systemischen Umfeld. Ausgehend von einem wirtschaftlich relevanten Sportsystem (vgl. das Teilprojekt „Wirtschaftliche Bedeutung des Sports in der Schweiz“ des Ressortforschungsprogramms „Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit im Sportsystem Schweiz“), das alles, was mit Sport zu tun hat, beinhaltet (Sportvereine, Produktion von Sportgeräten, Sportartikeln und Sportbekleidung, Sporttourismus, Sportanlagen etc.), sind die Sportveranstaltungen ein Teilgebiet mit entsprechender wirtschaftlicher Relevanz.

1.2 Zielsetzung und Forschungsfragen

Um das Gesamtziel des Projektes – die Quantifizierung der wirtschaftlichen Bedeutung aller Sportveranstaltungen in der Schweiz – zu erreichen, müssen vier Teilziele umgesetzt werden.

Ein erstes Teilziel besteht in der Erhebung des Bestandes, sämtlicher in der Schweiz während eines Jahres stattfindender Sportveranstaltungen, unter Berücksichtigung aller als Sportarten bezeichneten Tätigkeiten.

Als zweites Teilergebnis sollen die Sportveranstaltungen anhand ökonomisch geeigneter Kriterien zu einer Typologie von Sportveranstaltungen klassifiziert werden.

Drittes Teilziel bilden die ökonomischen Berechnungen, welche die wirtschaftliche Bedeutung von Sportveranstaltungen ausgewählter Sportarten darstellen und beschreiben. Als Resultat ergeben sich Aussagen zur wirtschaftlichen Bedeutung von Sportveranstaltungen unterschiedlicher Grössen und Sportarten.

In einem vierten Teil werden Ergebnisse präsentiert, die im Nachgang zu dieser Studie im Sinne einer ständigen Beobachtung als Indikatoren für die Entwicklung der Sportveranstaltungslandschaft Schweiz empfohlen werden können. Die Resultate fliessen zudem in das Teilprojekt „Wirtschaftliche Bedeutung des Sports in der Schweiz“ des Ressortforschungsprogramms „Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit im Sportsystem Schweiz“ ein.

1.3 Definitionen und Abgrenzungen

1.3.1 Der Begriff der Sportveranstaltung

Je nach Betrachtungsweise kann eine andere Wahrnehmung einer Sportveranstaltung entstehen. Darum braucht es für ein gemeinsames Verständnis des Hauptbetrachtungsgegenstandes dieser Arbeit eine Annäherung an die Definition einer Sportveranstaltung. Es scheint geeignet, den Fokus aus unterschiedlichen Perspektiven auf Sportveranstaltungen zu richten. Der nachfolgende Mehrperspektivenansatz trägt sowohl den eher eigenschaftsbezogenen Definitionen wie den eher wirkungsorientierten Definitionsvorschlägen der Literatur Rechnung.

Während unter den eigenschaftsbezogenen Ansätzen von einigen Autoren dem zeitlichen Aspekt von Sportveranstaltungen grosse Bedeutung zugemessen wird, indem sie auf dessen zeitliche Befristung, die Vor- und Nachbereitungsphasen, die regelmässige Durchführung sowie den Zeithorizont der Wirkung hinweisen,⁴ stellen andere Autoren in ihrer Definition der Sportanlässe die Menschen in ihren verschiedenen Rollen an einem Sportanlass ins Zentrum.⁵ Müller/Stettler verstehen unter einer Sportveranstaltung „einen Anlass, an dem Personen, unterstützt von Betreuern, Funktionären und Helfern, sportliche Leistungen vollbringen, die von Zuschauern vor Ort und via Medien zu Hause mitverfolgt werden.“⁶

Kontradiktorisch zu diesen eher eigenschaftsbezogenen Ansätzen sind in der Literatur auch Vorschläge zur Berücksichtigung von wirkungsorientierten Ansätzen auszumachen. Als Wirkungen gelten in diesem Zusammenhang beispielsweise, wenn Sportveranstaltungen als Mittel der Tourismusförderung oder als Instrumente der Regionalentwicklung betrachtet werden. Besondere Bedeutung kommt in diesem Zusammenhang dem Einzugsgebiet der Besucher zu, nach welchem sich in einem zweiten Schritt Veranstaltungen von lokaler, regionaler, überregionaler, nationaler und internationaler Relevanz ergeben.⁷

Im Rahmen des multiperspektivischen Ansatzes werden zusätzlich zu den Dimensionen Zeit, Menschen, Leistungen, Organisation und Ökonomie auch juristische, risikoorientierte und mediale Aspekte berücksichtigt. Ab-

⁴ vgl. Gans/Horn/Zemann, 2004, S. 81.

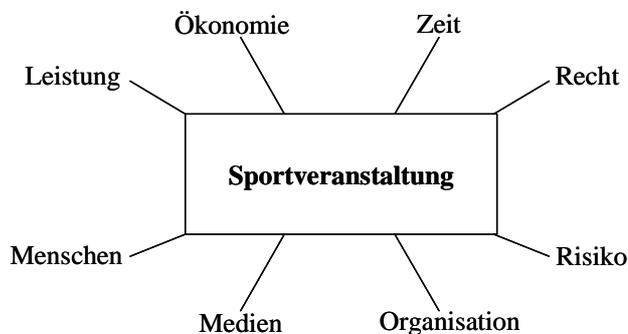
⁵ vgl. Müller/Stettler, 1999, S. 6.

⁶ vgl. Müller/Stettler, 1999, S. 6.

⁷ vgl. Schneider, 1993, S. 82.

Abbildung 1 zeigt die verschiedenen Dimensionen des Spannungsfeldes auf, in welchem sich Sportveranstaltungen bewegen.

Abbildung 1: Multiperspektiven einer Sportveranstaltung im Spannungsfeld



Quelle: eigene Darstellung in Anlehnung an Scherrer, 2004, S. 51

Aus juristischer Sicht interessiert vor allem der Begriff des Sportveranstalters, der sowohl Verwertungsrechte an der Veranstaltung besitzt, aber auch mit Haftungsfragen konfrontiert werden kann. In diesem Zusammenhang wird auf die besondere Problematik aufmerksam gemacht, wer als Veranstalter zu qualifizieren ist, wenn ein Rechteinhaber die Durchführung einzelner Teilveranstaltungen an ein lokales Organisationskomitee übergibt.

Aus Risiko orientierter Perspektive definiert sich eine Sportveranstaltung etwa als „Ereignis, bei welchem Zuschauer anwesend sind und ein grösserer Organisationsaufwand notwendig ist. Sie wird planmässig durchgeführt und vorbereitet und ist zeitlich begrenzt durch den sportlichen Wettkampf der Sportler bzw. der Erreichung des leistungsbezogenen Zweckes. Durch die Anwesenheit von Zuschauern und die Abwicklung organisatorischer Massnahmen vor und nach dem Sportbetrieb ist eine Sportveranstaltung ein zusätzlicher Gefahrenbereich.“⁸

Aus medialer Perspektive sind sowohl die Sportler selbst als auch die Sportanlässe Hauptberichterstattungsmotivation. Den Medien obliegt also die Funktion der Sportpräsentation für ein interessiertes und breites Publikum. Kleinste Sportveranstaltungen auf lokaler Ebene haben nur wenige Zuschauer und praktisch keine mediale Beachtung. Für die Medien von besonderem Interesse sind die Sportgrossveranstaltungen und die national sowie international bedeutenden Sportanlässe. Den Medien kommt somit über ihre Präsentationsfunktion eine zentrale Rolle zu, um einerseits beim Publikum wahrgenommen zu werden und andererseits um den Organisatoren des Anlasses durch die Medienpräsenz Entwicklungsperspektiven zu eröffnen.

Aus dieser multiperspektivischen Betrachtung lässt sich für diese Arbeit eine eigene Arbeitsdefinition ableiten, die sowohl auf die Eigenschaften wie die Wirkungen von Sportveranstaltungen eingeht:

Unter einer Sportveranstaltung wird ein Anlass verstanden, der durch einen Veranstalter oder ein Organisationskomitee vorbereitet, durchgeführt und ausgewertet wird. An der Veranstaltung erbringen Personen, in Anwesenheit von Zuschauern, sportliche Leistungen, unterstützt von Betreuern, Funktionären und Helfern. Medien übernehmen eine Mittlerfunktion zwischen der Veranstaltung und der breiten Öffentlichkeit.

Eine Sportveranstaltung wird in dieser Studie dann als einzelne Veranstaltung erfasst, wenn die Akteure für eine Teilnahme eine An- und Rückreise unternehmen müssen. Sind mehrere An- und Rückreisen vonnöten, werden diese Veranstaltungen als mehrere Sportveranstaltungen betrachtet. Findet also beispielsweise ein zweitägiges Handballturnier statt, bei dem die Teilnehmenden vor Ort übernachten, wird dies als eine Sportveranstaltung

⁸ vgl. Scherrer, 2004, S. 51.

gezählt. Kommt es hingegen innerhalb einer Liga zu mehreren Begegnungen während eines Zeitraums von einigen Monaten (die Anreise erfolgt immer wieder von neuem), wird jede Begegnung als Sportveranstaltung gewertet.

Generell werden in dieser Arbeit die Begriffe Sportanlass, Sportevent und Sportveranstaltung synonym verwendet.

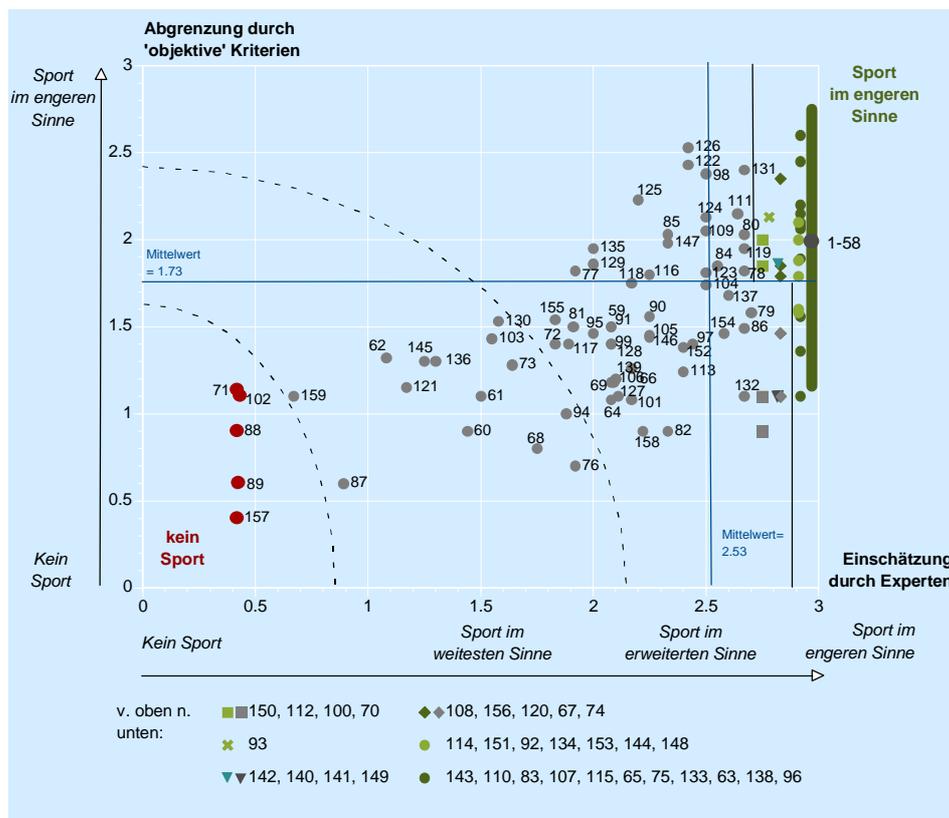
1.3.2 Abgrenzung der Sportarten

Die Abgrenzung der berücksichtigten Sportarten erfolgt gestützt auf die Definition Sport von Berwert/Zehnder/Stofer, die im Rahmen des Projektes zur wirtschaftlichen Bedeutung des Sports in der Schweiz erarbeitet wurde. Die Definition wurde mit Hilfe eines so genannten Sportarten-Radars vorgenommen.

In Abbildung 2 ist dieser Sportarten-Radar dargestellt. Er zeigt in einem zweidimensionalen Koordinatensystem die Abgrenzung, inwieweit eine Aktivität als Sportart gewertet werden kann oder nicht. Die verwendete Klassifizierung der verschiedenen Aktivitäten reicht von „Sport im engeren Sinne“ bis zu „kein Sport“. Dazwischen existieren verschiedene Abstufungen.⁹ Die Zahlen im Sportarten-Radar stehen für bestimmte Sportarten, eine entsprechende Legende befindet sich im Anhang 2.

Die Definition von Sportveranstaltungen mit Hilfe des Sportarten-Radars beruht also darauf, welche Sportart wie stark als Sportart betrachtet wird. Die entsprechenden Sportveranstaltungen (Sport im engeren Sinne) werden deshalb in die Untersuchung zur wirtschaftlichen Bedeutung von Sportveranstaltungen einbezogen.

Abbildung 2: Sportarten-Radar (Liste der Sportarten im Anhang)



Quelle: Berwert/Zehnder/Stofer, 2006, S. 12

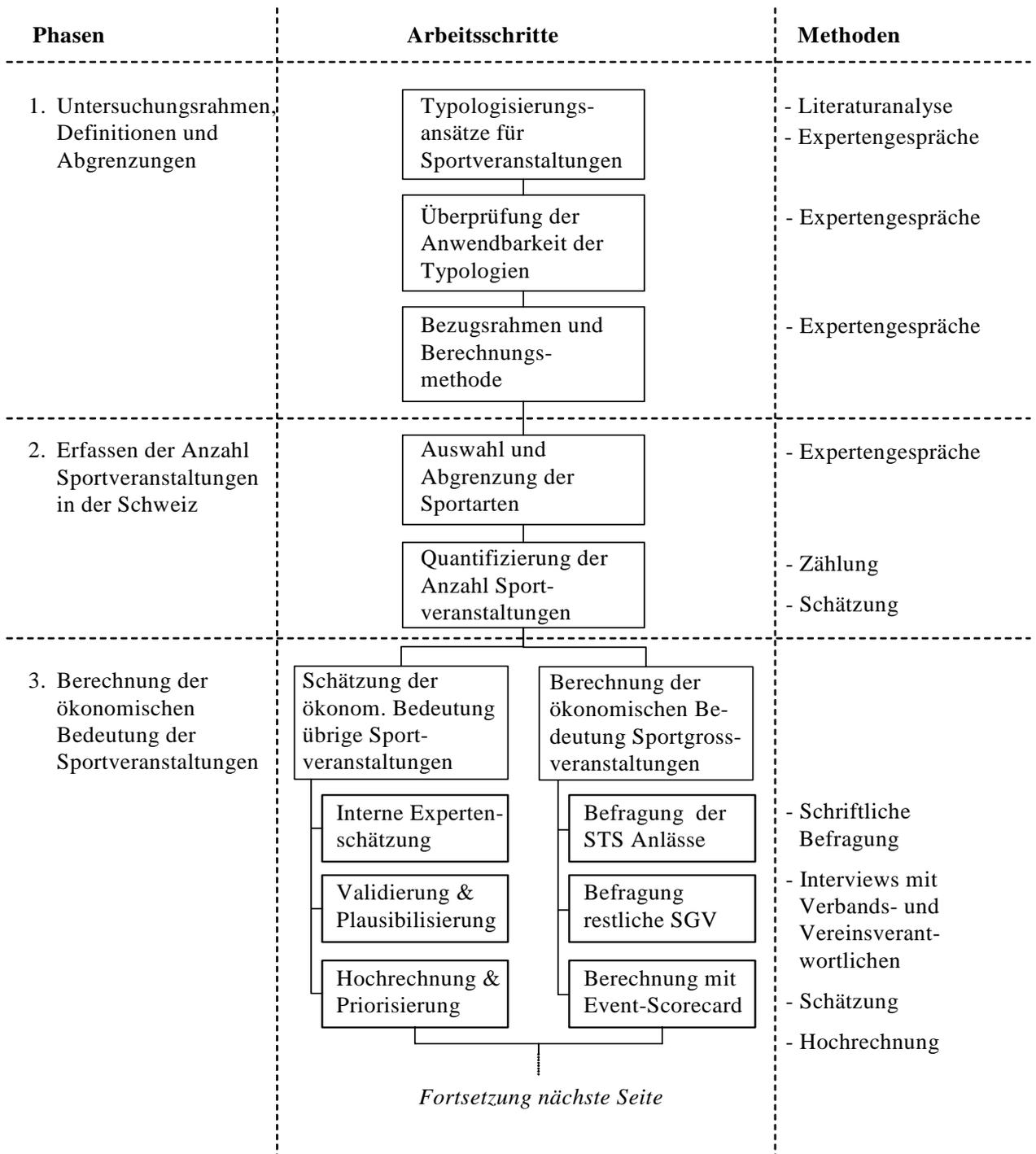
⁹ vgl. Berwert/Zehnder/Stofer, 2006, S. 5ff.

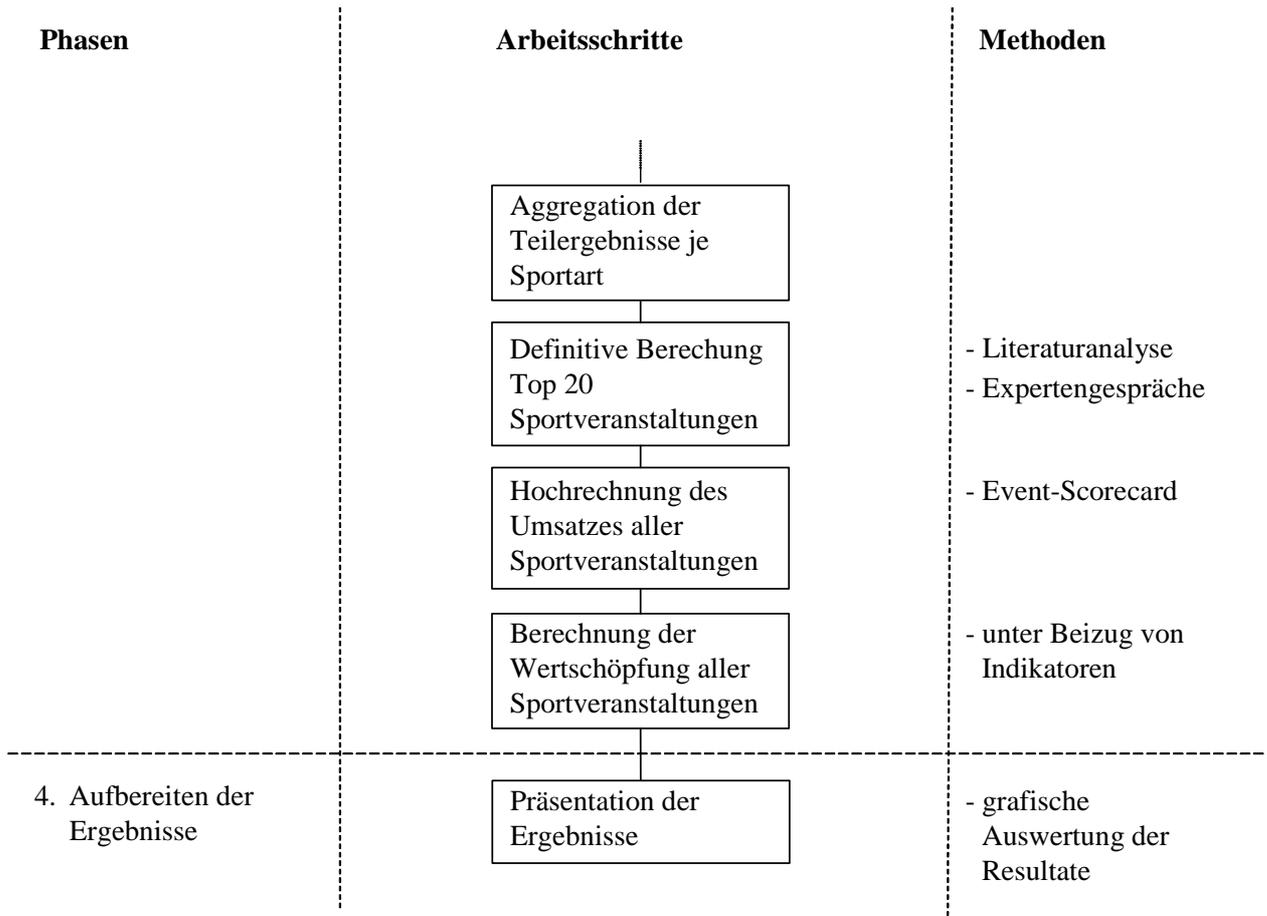
2. Methodisches Vorgehen

In diesem Kapitel wird das methodische Vorgehen, das den Ergebnissen zugrunde liegt, beschrieben. In Kapitel 2.1 ist das Vorgehen in den verschiedenen Phasen übersichtlich abgebildet. In den Kapiteln 2.2 bis 2.5 werden die einzelnen Schritte in den Phasen detailliert erläutert.

2.1 Übersicht über das methodische Vorgehen

Abbildung 3: Schematischer Aufbau der Arbeit





2.2 Typologisierung von Sportveranstaltungen

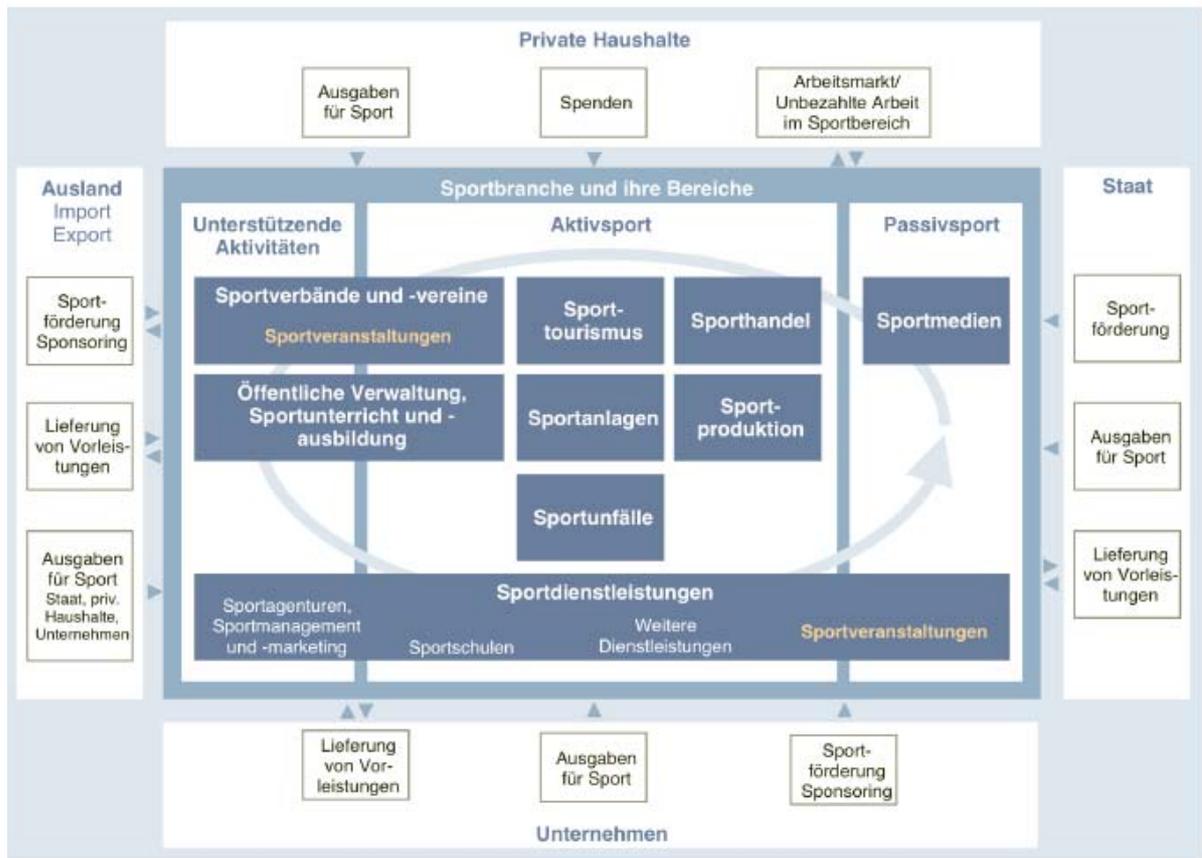
Um die Komplexität der Grundgesamtheit aller Sportveranstaltungen im Jahr 2006 in der Schweiz zu reduzieren, wird als erster Schritt eine Typologisierung der Sportveranstaltungen vorgenommen. Ziel der Typologisierung ist die Zuteilung der Sportveranstaltungen auf verschiedene Typen mit unterschiedlicher ökonomischer Bedeutung. Basierend auf der Einteilung sollen dann die ökonomischen Wirkungen pro Typ und insgesamt berechnet werden können. Die Festlegung der für diese Arbeit gültigen Typologisierung erfolgt durch eine Weiterentwicklung von diversen bereits bestehenden Ansätzen in der Literatur. Die Typologien werden unter Einbezug von Experten auf ihre Anwendbarkeit in den verschiedenen Sportarten sowie die Nützlichkeit für die Hochrechnung überprüft.

2.3 Ökonomischer Bezugsrahmen für Sportveranstaltungen

Um die volkswirtschaftliche Bedeutung sämtlicher in der Schweiz während eines Jahres stattfindenden Sportveranstaltungen aus ökonomischer Sicht zu erheben, ist ein Bezugsrahmen, der das Gesamtsystem Sport modelliert, unerlässlich. Der hier verwendete Bezugsrahmen stammt aus einem früheren Projekt, das die Entwicklung einer Methodik zur Erhebung der ökonomischen, ökologischen und sozialen Wirkung einer einzelnen Sportveranstaltung zum Ziel hatte.¹⁰

¹⁰ vgl. Stettler/Rütter et al., 2005, S. 1ff.

Abbildung 4: Das Sportsystem Schweiz im ökonomischen Bezugsrahmen



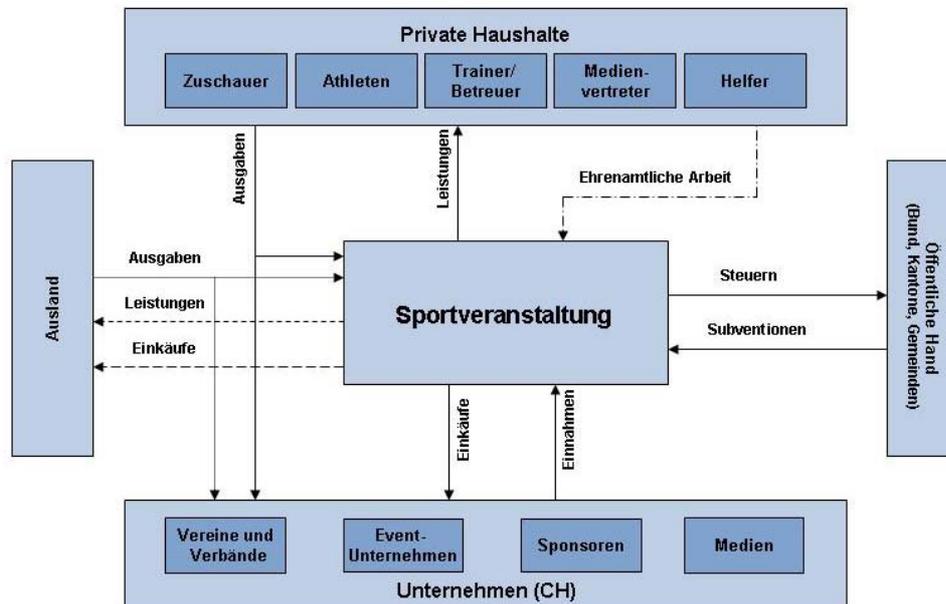
Quelle: Rütter/Berwert, 2007, S. 31

Das Gesamtsystem Sport orientiert sich an der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (VGR) und wird im Rahmen der BASPO Ressortforschung in einem eigenständigen Projekt vertieft analysiert.¹¹

Mit Hilfe des ökonomischen Bezugsrahmens, welcher die Sportveranstaltung ins Zentrum rückt und die Wechselwirkungen in Bezug auf die verschiedenen Sektoren private Haushalte, Unternehmen, öffentliche Hand und Ausland aufzeigt, werden die volkswirtschaftlichen Wirkungen aller Sportveranstaltungen untersucht.

¹¹ vgl. Rütter/Berwert, 2007.

Abbildung 5: Die Sportveranstaltung im ökonomischen Bezugsrahmen



Quelle: modifiziert nach Stettler/Rütter et al., 2005, S. 13

- Bei den privaten Haushalten sind vor allem die Ausgaben der inländischen Zuschauer sowie die persönlichen Ausgaben aller übrigen Personengruppen aus dem Inland wichtig. Gleichzeitig profitieren die privaten Haushalte und die Medienvertreter von der Veranstaltung insbesondere durch Arbeits- und Verdienstmöglichkeiten (Leistungen an private Haushalte). Zu erwähnen sind ferner die für die Veranstaltung sehr wichtigen ehrenamtlichen Arbeitsleistungen.
- Die öffentliche Hand (Bund, Kantone und Gemeinden) unterstützt einerseits die Veranstaltung mit Subventionen, andererseits fließen Steuereinnahmen zurück.
- Im Unternehmenssektor sind einerseits die Event-, Sponsor-, Medienunternehmen und Vereine/Verbände wichtig, die dem Veranstalter Standgebühren, Sponsoringgelder, Entschädigung für TV-Rechte, Lizenzgebühren etc. bezahlen (Einnahmen). Andererseits erzielen diverse Firmen Umsätze, indem der Veranstalter sowie die Event- und Sponsorunternehmen von ihnen Güter und Dienstleistungen beziehen (Einkäufe). Die Akteure Athleten und Trainer/Betreuer sowie die Medien erscheinen neben den privaten Haushalten (vgl. oben) auch im Unternehmenssektor. Es handelt sich dabei um die nicht persönlichen Ausgaben, welche in der Funktion als Unternehmen getätigt werden (z.B. Ausgaben aus dem Teambudget, von Medienunternehmen etc.).
- Bei Grossveranstaltungen mit internationaler Bedeutung spielt auch der Sektor Ausland eine wichtige Rolle. Einerseits kommen Zuschauer, Athleten, Trainer/Betreuer und Medienvertreter aus dem Ausland und geben Geld in der Schweiz aus, andererseits werden vom Veranstalter aus dem Ausland Güter und Dienstleistungen bezogen (Einkäufe) und es werden Preisgelder an Ausländer ausbezahlt (Leistungen ans Ausland).

2.4 Bestandesaufnahme der Sportveranstaltungen in der Schweiz

2.4.1 Sportgrossveranstaltungen

Die Sportgrossveranstaltungen sind von besonderer Bedeutung, weil bei diesem Typ von Veranstaltung meistens eigenständige Organisationskomitees bestehen, die auch eine eigene Veranstaltungsrechnung führen und somit über viel Wissen und Daten bezüglich ihrer Anlässe verfügen. Einige der Sportgrossveranstaltungen in der Schweiz sind aufgrund ihrer Rechtsformen und Grösse auch im Betriebs- und Unternehmensregister (BUR) des Bundesamts für Statistik erfasst und somit ein Teil der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (VGR). Diejenigen Veranstalter, die nicht im BUR verzeichnet sind – dies können zum Beispiel Vereine sein, die vor allem auf dem Prinzip der Ehrenamtlichkeit basieren – sind in der nationalen Buchhaltung nicht als eigenständiger Betrieb oder eigenständige Unternehmung erfasst. Ihre wirtschaftlichen Leistungen fliessen unter anderen Rubriken bei der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung in die Berechnung des Bruttoinlandprodukts und der Beschäftigung ein. Im Gegensatz zum Projekt „Wirtschaftliche Bedeutung des Sports in der Schweiz“, bei dem die wirtschaftlichen Wirkungen der einzelnen Träger (die z.B. mehrere Events veranstalten können) betrachtet werden, wird bei diesem Projekt von der einzelnen Veranstaltung ausgegangen. Im Wissen, dass die Liste der Sportgrossveranstaltungen in der Schweiz länger ist als diejenige der im BUR verzeichneten Sportveranstalter, wird die Grundgesamtheit der Sportgrossveranstaltungen einerseits aus dem BUR entnommen und durch weitere Veranstaltungen (u.a. aufgrund der Liste von Swiss Olympic über die Mega-Events) ergänzt, die gemäss den Definitionskriterien (Budget > CHF 1 Mio. und Verbreitung im Medium Fernsehen; siehe Kap. 3.3.4) als Sportgrossveranstaltung gezählt werden können. Die Zuteilung ist insbesondere bei Veranstaltungen ohne eigene Veranstaltungsrechnung nicht ganz einfach. Dies ist z.B. der Fall bei Spielen im Fussball (Champions League, Uefa-Cup, Swisscom-Cup sowie einzelne Super League Spiele). Die Zuteilung bei Veranstaltungen ohne eigene Veranstaltungsrechnung erfolgt aufgrund der verfügbaren Daten und Informationen.

Die regelmässigen Sportgrossveranstaltungen des Jahres 2006 können auf diese Art und Weise verhältnismässig einfach erhoben werden. Bei der Erfassung der unregelmässigen Sportgrossveranstaltungen konzentriert man sich auf einen Zeitraum von elf Jahren (2000-2010). Dadurch können auch Veranstaltungen erfasst werden die selten stattfinden.

2.4.2 Übrige Sportveranstaltungen

Die Sportveranstaltungslandschaft der Schweiz präsentiert sich sehr heterogen. Das Wissen über die Anzahl und die wirtschaftlichen Kennzahlen von Sportveranstaltungen ist dezentralisiert und nur partiell vorhanden.

Das Fundament zur Berechnung der gemäss den Forschungsfragen gesetzten Ziele bildet eine möglichst vollständige Bestandesaufnahme sämtlicher, während eines Jahres in der Schweiz stattfindender Sportveranstaltungen. Für die Zählung wird das Jahr 2006 resp. für all jene Sportarten, die eine Saison über zwei Kalenderjahre spielen, die Saison 2005/06 als Basis genommen. Der Einfachheit halber wird dessen ungeachtet jeweils das Jahr 2006 als Referenzjahr in dieser Studie aufgeführt.

Die Erfassung der Sportveranstaltungen erfolgt im Rahmen eines iterativen Prozesses. Die zur Verfügung stehenden Hilfsmittel sind je nach Sportart und Art der Veranstaltung unterschiedlich. In persönlichen Interviews und Telefonaten mit Vertretern von Sportverbänden stellt sich heraus, dass die Daten selbst innerhalb einer Sportart teilweise nur fragmentarisch vorhanden sind. Auch im Vergleich zwischen den verschiedenen Sportarten können erhebliche Unterschiede festgestellt werden. Während bei einzelnen Mannschaftssportarten auch für kleine Sportveranstaltungen präzise Grundlagen auf der Basis von Spielplänen, Resultatdatenbanken oder Ligenadministrationen verfügbar sind, müssen bei anderen Sportarten teilweise Zählungen auf der Basis manueller Auswertungen von Veranstaltungskalendern getätigt werden.

Die Diversität der verschiedenen, existierenden Veranstaltungsformen ist enorm gross. Während die Sportarten ihre Wettkämpfe in Spiel- und oder Turnierformen austragen, funktionieren andere Sportarten dadurch, dass eine einzige Veranstaltung oder ein einzelnes Rennen eine Veranstaltung ausmacht. Bei den Sportarten

wird jedes einzelne Spiel oder Turnier als Sportveranstaltung betrachtet, für welches die teilnehmenden Akteure eine separate Anreise zum Wettkampfgelände unternehmen. Diese Grundlogik mit dem Kriterium der Anreise zur Sportveranstaltung wird bei der Zählung auch allen andern Sportarten unterstellt.

Die Bestandesaufnahme der Sportveranstaltungen in der Schweiz entspricht folge dessen also einer Zählung der Sportveranstaltungen durch Analyse von Veranstaltungskalendern, Spielplänen, Medienplänen, Resultatdatenbanken, Verbands- und Eventinformationen. Diese Datenbanken und Kalender werden primär auf den entsprechenden Veranstalter- und Verbandsinternetseiten recherchiert und identifiziert.

Der Recherchier- und Zählprozess ist nicht nur aufgrund der heterogenen Datenlage sehr aufwändig und kompliziert, sondern auch deshalb, weil die Strukturierung der Kalender auf die Bedürfnisse der Sportarten zugeschnitten ist und nicht auf die Erfordernisse, eine komplette Abbildung der Sportveranstaltungslandschaft je Sportart widerzugeben. Die Sportvereine als zentrale Akteure im Gesamtgefüge des Schweizer Sports nehmen hier eine zentrale Rolle ein. Viele Sportveranstaltungen werden zwar durch die Vereine organisiert und durchgeführt, sind aber mitunter in einer anderen Struktur (z.B. Datenbank, Spielplan oder ähnliches) erfasst. Bei den kleinen Sportveranstaltungen stellt sich die Frage, inwiefern die Anlässe in den öffentlich zugänglichen Informationsquellen überhaupt verzeichnet sind. Es besteht die Vermutung, dass ein Teil der auf Club oder regionaler Basis organisierten und durchgeführten Veranstaltungen in keinem offiziellen Kalender erscheinen und somit eine entsprechende Grauzone besteht, was den Bestand an Sportveranstaltungen in der Schweiz betrifft.

Die Resultate der - bezogen auf die ökonomische Bedeutung - wichtigsten Sportarten werden Experten aus den entsprechenden Verbänden der jeweiligen Sportart zur Validierung vorgelegt.

2.5 Berechnung der ökonomischen Bedeutung der Sportveranstaltungen

2.5.1 Abgrenzungen direkte, indirekte und intangible Effekte und Event-Faktor

Die Zielgrössen, um Aussagen über die ökonomische Bedeutung von Sportveranstaltungen zu machen, sind der direkte Umsatz und die direkte Bruttowertschöpfung. Die Bruttowertschöpfung errechnet sich, indem vom Umsatz die Vorleistungen abgezogen werden. Vorleistungen sind Leistungen – Güter und Dienstleistungen – die von Dritten bezogen werden. Dies können bei Sportveranstaltungen beispielsweise Nahrungsmittel, Material, Werbendienstleistungen usw. sein. Die Bruttowertschöpfung ist somit nach Abzug der Vorleistungen der effektiv durch die Durchführung der Veranstaltung generierte Mehrwert. Es ist zu beachten, dass in den ausgewiesenen Resultaten (ab Kapitel 4) nur der direkte Umsatz, die direkte Bruttowertschöpfung und die direkte Beschäftigungswirkung berechnet und ausgewiesen werden. Das heisst, indirekte ökonomische Wirkungen werden nicht betrachtet. Die indirekten ökonomischen Wirkungen könnten zusätzlich berechnet werden, indem der Umsatz und die Wertschöpfung auf der zweiten Wertschöpfungsstufe noch hinzugezählt werden. Auf der zweiten Wertschöpfungsstufe werden die zusätzlichen Konsumausgaben, die sich über die Vorleistungen der Veranstalter und der Ausgaben der Akteure ausserhalb der Veranstaltung ergeben (Beispiel: Wirkungen des Einkaufs von Brot beim lokalen Bäcker durch ein Hotel) und die Wirkungen der erzielten Einkommen (Beispiel: Ausgaben, die ein Mitarbeiter der Rezeption eines Hotels privat tätigt) analysiert. Diese Wirkungen werden – wie oben erwähnt – im vorliegenden Bericht nicht berechnet. Weitere indirekte Wirkungen können z.B. die Verbesserung der touristischen Infrastruktur in einer Region sein, die über die Investitionen verbunden mit der Durchführung einer Sportveranstaltung entstehen.

Nebst den direkten und indirekten Wirkungen gibt es noch intangible ökonomische Wirkungen einer Sportveranstaltung, die schwer oder nicht quantifizierbar sind. Zu diesen intangiblen Effekten sind z.B. die Erhöhung der Bekanntheit und die Veränderung des Images eines Veranstaltungsortes aufgrund der Berichterstattung in den Medien zu zählen. Ohne Zweifel erhöhen insb. Sportgrossveranstaltungen die Bekanntheit des durchführenden Ortes. Eine gut geplante und wirksam durchgeführte Vermarktung des Veranstaltungsortes im Rahmen des Anlasses vermag daher die Zahl der Touristen nach dem Event zu steigern. Neben den Bekanntheits- und Image-Effekten gibt es weitere gesellschaftliche intangible Effekte. Dazu ist die Freude der Bevölkerung einer Region

bei einem Sportanlass zu zählen. Die Organisation eines Sportanlasses kann zudem den Zusammenhalt der Bevölkerung stärken und die Kooperation zwischen verschiedenen Akteuren verbessern. Weiter kann das Know-how in der Organisation von Veranstaltungen und die Kompetenz von Mitarbeitern (Sicherheitskräfte, Volunteers, Personal im Verkaufs- und Tourismusgewerbe etc.) erhöht und für die Zukunft genutzt werden. Die Dynamik einer Sportveranstaltung kann zudem dazu führen, die Popularität des Sports oder einer bestimmten Sportart zu steigern. Auswirkungen können eine gesteigerte Ausübungshäufigkeit der Sportart, mehr Sportler und insb. eine Steigerung der Anzahl Nachwuchssportler sein. Dies kann dazu beitragen, das Gesundheitsbewusstsein und die Gesundheit der Bevölkerung zu erhöhen sowie dem Spitzensport eine breitere Basis für die Zukunft zu sichern. Um das Bild der Effekte einer Sportveranstaltung zu komplettieren, müssten auch mögliche negative Effekte wie z.B. die Erhöhung der Lebenshaltungskosten (u.a. Mieten und Baupreise), mögliche Folgekosten der Infrastruktur sowie die Umweltbelastung in eine Gesamtanalyse einbezogen werden.¹² Da das vorliegende Projekt die Analyse der direkten wirtschaftlichen Effekte zum Ziel hat, werden die intangiblen Effekte nicht untersucht und quantifiziert. Die Analyse der intangiblen Effekte einer Sportveranstaltung auf die Bekanntheit und das Image einer Region werden im Rahmen eines anderen Forschungsprojektes des Bundesamtes für Sport analysiert. Im Projekt „UEFA Euro 2008TM: Gesamtevaluation und Effekte auf die nachhaltige Entwicklung“ werden diese Wirkungen erstmals mit einer systematisch quantifizierten Zeitreihenanalyse genauer betrachtet.

Die Ausgaben von Akteuren (Zuschauer, Betreuer etc.), die ausserhalb der Veranstaltung anfallen, werden anteilmässig zur Veranstaltung hinzugezählt. Der entsprechende Anteil wird als Event-Faktor bezeichnet. Ist der Event-Faktor 100%, so fliessen die Ausgaben vollumfänglich in die Berechnung ein. Bei den übrigen Veranstaltungen wird von einem Event-Faktor von 100% ausgegangen. Bei den Sportgrossveranstaltungen hingegen ist der Event-Faktor nicht 100% und die Ausgaben ausserhalb werden nur teilweise – entsprechend der Wichtigkeit des Anlasses für den Besuch der Region - miteinbezogen.

Die Berechnung der ökonomischen Wirkungen ist bei den Sportgrossveranstaltungen und den übrigen Sportveranstaltungen unterschiedlich und wird deshalb in den folgenden Kapiteln separat erläutert.

2.5.2 Berechnung der ökonomischen Bedeutung der Sportgrossveranstaltungen

Bei den Sportveranstaltungen die entsprechend der Typologisierung (siehe Kap. 3.3.4) als Sportgrossveranstaltungen bezeichnet werden, wird mit Hilfe der Event-Scorecard (vgl. www.event-scorecard.ch) für jede Veranstaltung eine individuelle Berechnung der ökonomischen Bedeutung vorgenommen. Die Methodik der Event-Scorecard wurde in einem gemeinsamen Forschungsprojekt vom ITW Institut für Tourismuswirtschaft der Hochschule Luzern - Wirtschaft und Rütter + Partner entwickelt.¹³

Das verwendete Event-Scorecard-Modell ermöglicht die Berechnung der volkswirtschaftlichen Wirkungen (totaler direkter Gesamtumsatz, totale direkte Bruttowertschöpfung) aufgrund der Inputdaten der Veranstalter sowie abgeleiteten Indikatoren aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung des Bundesamtes für Statistik.

Die Grundlage zur Erhebung der Veranstaltungsdaten bildet ein zweiseitiger Fragebogen, der von den Veranstaltungsorganisations auszufüllt wird (vgl. Fragebogen im Anhang 3). Um dem einzelnen Veranstalter die Einschätzung der verschiedenen Parameter (bspw. Anzahl Logiernächte oder Ausgaben eines übernachtenden Gastes ausserhalb des Veranstaltungsgeländes) zu vereinfachen, werden Indikatoren, basierend auf bisherigen Primärerhebungen in vergleichbaren Analysen, zur Verfügung gestellt. 68 Veranstalter werden mit einem Fragebogen zu den ökonomischen Wirkungen befragt. Insgesamt wird ein Rücklauf von 57% (39 Veranstalter) erreicht.

Der Ablauf des Auswertungsprozesses des Event-Scorecard-Modells ist in Abbildung 6 schematisch dargestellt. Die Berechnung der ökonomischen Wirkungen beruht im Event-Scorecard-Modell auf der Erhebung mittels Fragebogen beim Veranstalter (FB-Veranstalter-SM.xls). Nach Eintreffen des vom Veranstalter ausgefüllten

¹² vgl. Preuss, in Krüger/Dreyer, 2004, S. 169ff.

¹³ vgl. Stettler/Rütter et al., 2005, S. 18ff.

schaftssportarten eine zentrale Rolle. Für diese Kategorien von Veranstaltungen bestehen wenige bis keine detaillierten Budgets oder Abrechnungen der Ein- und Ausgaben. Wird zum Beispiel ein F-Junioren Match im Fussball oder ein Bambini Spiel im Eishockey durchgeführt, so laufen die anfallenden Aufwände und Erträge über eine Gesamtnachwuchsrechnung (bei den grösseren Vereinen) oder über die Gesamtvereinsrechnung. Es ist deshalb sehr schwierig, detailliertes Datenmaterial der einzelnen Veranstaltungen zu erhalten.

2.5.3.2 Erhebung der Effekte mit einer vereinfachten Version der Event-Scorecard

Analog dem Vorgehen bei den Sportgrossveranstaltungen (siehe Kapitel 2.5.2), besteht die Idee, auch bei den übrigen Sportveranstaltungen mit Hilfe einer vereinfachten Version der Event-Scorecard vorzugehen. Diese Vorgehensweise setzt das Vorhandensein der notwendigen Daten voraus. Das Studium von Literatur, Onlinequellen und anderen verfügbaren Publikationen führt jedoch zu keiner qualitativ ausreichend guten Datenlage, um das Schätzmodell der Event-Scorecard entsprechend einzusetzen.

Um die mangelhafte Datenlage zu kompensieren, wird in einem zweiten Schritt versucht, mit verschiedenen Vertretern der unterschiedlichen Sportarten Interviews zu führen. Mit Hilfe eines vordefinierten, einheitlichen Fragerasters erhofft man sich durch Gespräche mit Vereins- und Verbandsverantwortlichen an die nötigen Daten zu gelangen. Es stellt sich aber bald heraus, dass die angesprochenen Verantwortlichen aufgrund der ihnen vorliegenden Vereins- oder Verbandsrechnungen nicht in der Lage sind, die mannigfaltigen finanziellen Effekte einzelner Veranstaltungen einzuschätzen. Dies hängt damit zusammen, dass die Vereine ihre Erfolgsrechnungen nicht nach Veranstaltungen strukturieren, sondern nach einzelnen Ausgabepositionen wie bspw. Material, Spielbetrieb oder Sponsoringeinnahmen. Ab einem gewissen Spielniveau (in den Mannschaftssportarten vielfach ab der 1. Liga) werden zwar die ersten Mannschaften oder aber spezielle Einzelanlässe (wie bspw. der Spengler Cup) in separaten Rechnungen geführt. Aber auch hier gilt, dass nicht nach einzelnen Veranstaltungen, sondern nach Ausgabepositionen und meistens über eine ganze Saison oder ein ganzes Turnier (bspw. Spengler Cup) gerechnet wird. In der Regel werden erhaltene Sponsorengelder pauschal auf die verschiedenen Mannschaften aufgeteilt. In einigen Fällen wird ein Anteil jener Gelder, die durch die erste Mannschaft generiert werden, auf die tiefer klassierten Mannschaften oder Nachwuchsmannschaften verteilt. Es ist äusserst schwierig, einen genauen Betrag einer einzelnen Veranstaltung einer einzelnen Mannschaft zuzuordnen. Anders kann der Fall bei Einzelveranstaltungen aussehen, wie beispielsweise einem Volkslauf oder einem Velorennen. Wird der Anlass als eigenständige Veranstaltung (meistens in der juristischen Form eines Vereins) durchgeführt, so existieren eine Bilanz und eine Erfolgsrechnung. In der Mehrheit aller Fälle werden derartige Veranstaltungen aber nicht eigenständig geführt und sind Teil eines Sportvereins, das heisst, es liegt in den seltensten Fällen eine separate Buchführung vor.

Die grosse Anzahl an Veranstaltungen, lückenhafte oder inexistente Grundlagendaten sowie die Schwierigkeit, eine klare grössenbezogene Abgrenzung zwischen den einzelnen Veranstaltungen vorzunehmen, verlangt nach einem neuen Weg, um die wirtschaftliche Bedeutung der rund 230'000 Sportveranstaltungen zu berechnen.

Das Vorgehen mittels eines iterativen Schätzprozesses stellt die einzige handhabbare Vorgehensweise dar. Das erste Ziel des stufenweisen Schätzvorgangs besteht darin, durch eine Experten-Schätzung eine ungefähre Grössenordnung der einzelnen Sportarten und deren Auswirkung zu erhalten. In weiteren Arbeitsschritten werden die einzelnen Zahlen detaillierter geschätzt und wo vorhanden, mit empirischen Daten belegt. Nachfolgend wird das gewählte Vorgehen Schritt für Schritt erläutert.

2.5.3.3 Zählung der Veranstaltungen

Die Grundlage für die Schätzung der wirtschaftlichen Bedeutung sämtlicher, während eines Jahres in der Schweiz stattfindender Sportveranstaltungen bildet die detaillierte Erhebung aller Veranstaltungen des Jahres 2006 resp. der Saison 2005/06 (siehe Kapitel 2.4). Neben den übrigen Sportveranstaltungen wird jeder Sportart in einem separaten Zählverfahren die Anzahl Sportgrossveranstaltungen pro Sportart zugeordnet. Dies ist deshalb von Bedeutung, da deren wirtschaftlicher Einfluss (mit der Event-Scorecard berechnet, siehe Kapitel 2.5.2) bei den später folgenden Umsatzschätzungen sämtlicher Sportveranstaltungen mit einbezogen wird. Neben den jährlich stattfindenden Veranstaltungen gilt es auch unregelmässig stattfindende Veranstaltungen wie bspw. die

UEFA EURO 2008 oder die Strassen Rad WM 1996 in Lugano zu berücksichtigen. Obwohl die Mehrheit dieser Anlässe nicht im betrachteten Untersuchungsfenster stattgefunden hat, sind diese aufgrund ihrer wirtschaftlichen Ausstrahlung in der vorliegenden Forschungsarbeit berücksichtigt. Gestützt auf eine Auflistung des BASPO werden diese Veranstaltungen erfasst und entsprechend ihrer Austragungshäufigkeit gewichtet.

2.5.3.4 Festlegen der einzelnen Inputkategorien

In einem nächsten Schritt gilt es die verschiedenen Indikatoren festzulegen, anhand welcher die für das Forschungsprojekt relevanten Endgrössen (totaler direkter Gesamtumsatz, totale direkte Bruttowertschöpfung, direkte Beschäftigung) berechnet werden können. Folgende Indikatoren sind für die Schätzung notwendig:

- *Durchschnittlicher Umsatz der Veranstaltungen in CHF:* anhand des durchschnittlichen Umsatzes einer einzelnen Veranstaltung (Veranstalter und an der Veranstaltung ansässige Event-Unternehmen) wird der Gesamtumsatz sämtlicher Veranstaltungen hochgerechnet. Dabei werden Investitionen in Immobilien (Stadion, etc.) nicht berücksichtigt, hingegen wird ein Mietpreis für die Benutzung der Sportstätten unterlegt. Schwierig ist die Lohnzurechnung der Sportler: Der Lohn wird nach Spielanteil an der gesamten Präsenzzeit der Sportler in die Berechnung miteinbezogen.
- *Durchschnittliche Anzahl Akteure (Zuschauer, Sportler, Trainer, Funktionäre, Helfer, Medienvertreter) der Veranstaltung:* dieser Wert wird gebraucht, um die Transportkosten (monetarisierter Km-Leistung für Hin- und Rückreise) zu berechnen.
- *Durchschnittliche Anzahl Akteure an der Veranstaltung ohne Einheimische:* in der dem Projekt zugrunde liegenden Methodik wird davon ausgegangen, dass sämtliche Ausgaben der einheimischen Akteure ausserhalb des Veranstaltungsgeländes¹⁴ auch ohne die Veranstaltung getätigt worden wären. Aus diesem Grund werden nur die Ausgaben der nicht-einheimischen Akteure ausserhalb des Veranstaltungsgeländes berücksichtigt.
- *Durchschnittliche Ausgaben nicht-einheimischer Akteure ausserhalb des Veranstaltungsgeländes:* Betrag in CHF der ausserhalb des Veranstaltungsgeländes von nicht-einheimischen Akteuren ausgegeben wird, sei es für Verpflegung, Shopping, Übernachtung etc.
- *Durchschnittlich zurückgelegte Kilometer für Transport:* dieser Wert wird zur Berechnung der Transportkosten gebraucht.

2.5.3.5 Erste qualifizierte Schätzung und interne Validierung

Die definierten Indikatoren (siehe vorangehender Abschnitt) zur Berechnung der ökonomischen Bedeutung der Veranstaltungen je Sportart werden in einem ersten Schritt einzeln geschätzt. So soll bspw. für den Fussball ein durchschnittliches Budget über jede Veranstaltungsgrösse geschätzt werden. Die Schätzungen werden von verschiedenen Experten vorgenommen und finden unabhängig voneinander statt. Sämtliche mit der Schätzung betrauten Personen verfügen über eine breite Erfahrung im Bereiche der Sportökonomie.

Damit nur jener Teil der ökonomischen Effekte der Akteure den einzelnen Sportveranstaltungen zugerechnet wird, welcher tatsächlich auf die Veranstaltung zurückzuführen ist, wird eine Abgrenzung vorgenommen. Die durch die verschiedenen Personengruppen unmittelbar an der Veranstaltung getätigten Ausgaben werden zu 100% dem Anlass zugerechnet. Anders verhält es sich hingegen bei den Ausgaben ausserhalb des Veranstaltungsgeländes. Wie im vorangehenden Abschnitt bereits erwähnt, werden die anwesenden Akteure getrennt, nach einheimisch und nicht-einheimisch geschätzt. Generell wird davon ausgegangen, dass sämtliche anwesenden Akteure ausschliesslich wegen der Sportveranstaltung an den Austragungsort gereist sind. Diese Annahme ist insofern von Bedeutung, als das damit unterstellt wird, dass alle Ausgaben der nicht-einheimischen Akteure ausserhalb des Veranstaltungsgeländes zu 100% aufgrund der Veranstaltung in der Region ausgegeben werden (vgl. Event-Faktor, Kap. 2.5.1). Die Schätzungen der durchschnittlichen Ausgaben der nicht-einheimischen

¹⁴ Unter dem Veranstaltungsgelände wird jener Teil des Veranstaltungsortes verstanden, der direkt zur Veranstaltung gehört, bspw. die gesamte Stadionanlage bei einem Fussballmatch.

Akteure ausserhalb des Veranstaltungsgeländes basieren auf Erfahrungswissen aus früheren Untersuchungen einzelner Sport- und Kulturveranstaltungen.

Die durchschnittlichen Reisedistanzen zu den jeweiligen Sportveranstaltungen basieren auf Angaben einer Studie von Stettler zum sportmotivierten Verkehrsaufkommen in der Schweiz.¹⁵ Für zurückgelegte Kilometer wird mit einem Km-Ansatz von CHF 0.30 pro Kilometer gerechnet. Diese Zahl stützt sich auf einen gängigen Modalsplit, bei welchem den anreisenden Akteuren die Anreise per öffentlichem Verkehr (ÖV) oder dem Individualverkehr unterstellt wird.

Sämtliche Einzelresultate der Schätzung werden in einer Excel-Datei zusammengetragen und entsprechend ihrer Abhängigkeit verknüpft. Durch den Zusammenzug der einzelnen Teilresultate entsteht ein Gesamtergebnis, das den direkt ausgelösten Gesamtumsatz sämtlicher in der Schweiz während eines Jahres stattfindender Sportveranstaltungen aufzeigt.

Im Anschluss an die erste Schätzung werden die verschiedenen Resultate einander gegenübergestellt. Durch den Bezug von Sekundärliteratur und der Diskussion der verschiedenen Ergebnisse im Rahmen gemeinsamer Workshops werden die verschiedenen Resultate verglichen. Besondere Beachtung wird jenen Resultaten geschenkt, bei denen grosse Abweichungen offensichtlich sind.

2.5.3.6 Priorisierung der Top 20 Sportarten und disaggregierte Berechnung derer Umsätze

In einem nächsten Schritt werden die verschiedenen Sportarten entsprechend ihrer ökonomischen Bedeutung geordnet. Massgebende Grösse ist dabei der Gesamtumsatz pro Sportart, bestehend aus den totalen Umsätzen sämtlicher Sportveranstaltungen, sämtlichen Ausgaben ausserhalb des Veranstaltungsgeländes der nicht-einheimischen Akteure sowie der totalen Transportkosten. Die von Gesamtumsatz her betrachtet bedeutendsten 20 Sportarten werden in einem nächsten Arbeitsschritt disaggregiert untersucht.

Jede der 20 bedeutendsten Sportarten wird anhand eines einheitlichen Analyserasters bewertet. Dieses Analyseraster deckt die wichtigsten Ausgabekategorien pro Sportveranstaltung ab. Für Angaben betreffend der Ausgaben zu den „Platzmieten/Miete Infrastruktur“ wird neben den Vereinen auch mit verschiedenen kommunalen Sportämtern Kontakt aufgenommen. In der Rubrik „Gastronomie“ werden sämtliche Ausgaben in Zusammenhang mit der Bewirtschaftung der anwesenden Akteure subsumiert. Die eingesetzten Werte basieren auf Angaben vorliegender Vereinsrechnungen oder Erfahrungswerten anderer Untersuchungen. Die eingesetzten Grössen für „Material- sowie Sicherheitskosten“ basieren auf Interviews mit diversen Vereinsvertretern sowie eigenen Schätzungen. Die „Lizenz-Aufwände“ orientieren sich an den von den verschiedenen Verbänden festgelegten Tarifen. Bei den „Lohnkosten“ werden sämtliche Löhne aller an einer Veranstaltung anwesenden Akteure berücksichtigt. Allfällige Ausgaben, die nicht explizit einer Kategorie zugeordnet werden können, werden unter der Position „Diverses“ zusammengefasst. Die Tabelle 1 zeigt die verschiedenen Analysedimensionen auf.

¹⁵ vgl. Stettler, 1997, S. 90ff.

Tabelle 1: Disaggregierte Budgetberechnung pro Sportart

Abschätzung Budget *rote Felder können ausgefüllt werden*

Sportart:	Anzahl Veranstaltungen pro Jahr:								Total 0
	Veranstaltung auf internationalem Niveau	Veranstaltung auf höchstem nationalen Niveau	Veranstaltung auf mittlerem nationalen Niveau	Veranstaltung auf tiefstem nationalen Niveau	Veranstaltung auf regionalem Niveau	Veranstaltung im Nachwuchsbereich	sonstige (nämlich:)		
Budgetposten/Ausgaben:									
*Platzmiete/ Miet Infrastruktur									
Gastronomie									
Material									
Lizenzen									
Lohn Schiedsrichter									
Lohn Sportler/Trainer									
Lohn Helfer									
Sicherheitskosten									
Diverses									
Total (falls anderweitig bekannt)	0	0	0	0	0	0	0	0	
Medien /TV (insgesamt)									
Bottom up	Budget pro Teilbereich								0
	Budget total								0
									Budget pro Veranst. #DIV/0!

ist zu definieren, was darunter fällt

Bem. all in (inkl. Verbrauchsmaterial und Materialmiete) (anteilmässig, pro Person, ev. pro Team)

inkl. Aufwände für alle Teams/Sportler

Zur Vereinfachung der Berechnungen werden folgende Annahmen getroffen:

- Es wird kein Gewinn erzielt, d.h. der Ertrag entspricht dem Aufwand.
- Der tatsächlich erzielte Umsatz an der Veranstaltung entspricht dem Budget.

Gestützt auf diese Annahmen werden die aus der disaggregierten Analyse resultierenden Budgets pro Veranstaltung und Sportart mit den aggregiert geschätzten Umsätzen pro Veranstaltung der jeweiligen Sportart verglichen. Werden in einer Sportart besonders grosse Abweichungen festgestellt, so wird diese Sportart erneut detailliert betrachtet.

2.5.3.7 Berechnung der Bruttowertschöpfung und der Beschäftigung

Die Berechnung der Bruttowertschöpfung erfolgt aufgrund der hohen Komplexität auf sehr vereinfachte Art und Weise. Für die Sportgrossveranstaltungen wird die direkte Bruttowertschöpfung mit Hilfe des Schätzmodells der Event-Scorecard berechnet (vgl. Kapitel 2.5.2). Bei den übrigen Sportveranstaltungen kann dieses Vorgehen aufgrund der hohen Anzahl an Veranstaltungen und der ungenügenden Datenlage nicht eingesetzt werden. Es wäre nur mit unverhältnismässig grossem Aufwand möglich, jede der 230'000 Veranstaltungen mit dem Schätzmodell der Event-Scorecard durchzurechnen. Bei sehr kleinen Anlässen, die nur wenige hundert Franken Umsatz generieren, stünden Aufwand und die daraus resultierenden Resultate in keinem vertretbaren Verhältnis. Dies hat zur Folge, dass die Wertschöpfung all jener Veranstaltungen, die nicht als Sportgrossveranstaltung gelten, mit Hilfe von Indikatoren annäherungsweise berechnet wird.

Der durchschnittliche Wert für den Wertschöpfungsanteil, der aufgrund der Zahlen der empirisch erhobenen Sportgrossveranstaltungen resultierte, wird für alle Sportgrossveranstaltungen verwendet. Dieser Anteil beträgt 0.38. Dies bedeutet, dass bei einem Umsatz von CHF 100, der Veranstalter Vorleistungen im Umfang von CHF 62 bezog (dies unter der Annahme, dass die Ausgaben den Einnahmen entsprechen und somit auch die Ausgaben dem Umsatz) und somit eine Wertschöpfung von CHF 38 verbleibt.

Für die übrigen fast 230'000 Sportveranstaltungen wurde von einem Wertschöpfungsanteil von 0.2 ausgegangen. Dieser Wert des Wertschöpfungsanteils erscheint bei einer ersten Betrachtung tief. Es gilt jedoch zu bedenken, dass die Mehrheit der übrigen Sportveranstaltungen kleinste Anlässe sind, an denen ökonomisch gesehen nur wenig geschieht. Es werden praktisch nur Vorleistungen bezogen, wenig Löhne und Steuern bezahlt sowie fast keine Gewinne erzielt. Durch die überwiegende Anzahl dieser Kleinst-Sportveranstaltungen ist der Wertschöpfungsanteil im Durchschnitt kleiner als bei Sportgrossveranstaltungen.

Die Beschäftigungswirkungen, die durch die Umsätze der Veranstalter inkl. Event-Unternehmen, durch den Transport sowie durch die Ausgaben ausserhalb der Veranstaltung ausgelöst werden, werden in Vollzeitäquivalenten (VZÄ) gemessen. Ein VZÄ entspricht einer 100%-Stelle während einem Jahr. Um die Beschäftigungswirkungen zu berechnen wird die ausgelöste Wertschöpfung durch die Produktivität pro Branche (= Wertschöpfung pro VZÄ) dividiert.

2.5.3.8 Beschreibung der wichtigsten Sportarten

Im Schlussbericht gilt jenen Sportarten, die summiert an den totalen Umsätzen insgesamt 80% ausmachen, ein besonderes Augenmerk. Dies sind die zehn Sportarten Fussball, Eishockey, Tennis, Pferdesport, Leichtathletik, Schiessen, Ski Alpin, Handball, Golf und Volleyball. Jede dieser Sportarten wird in einem eigenen Kapitel detailliert untersucht und beschrieben. Die Beschreibung soll sowohl einen Eindruck bezüglich der Verbandsstruktur, den Spielligen, der Saisondauer, etc. geben, als auch die wichtigsten Zahlen der betreffenden Sportart anhand diverser grafischer Auswertungen detailliert dokumentieren.

3. Typologisierung von Sportveranstaltungen

3.1 Einleitung

Die Typologisierung von Sportveranstaltungen bezweckt die Möglichkeit zur ex-ante Bewertung der potenziellen (ökonomischen) Wirkung einer bestimmten Sportveranstaltung. Die Typen von Sportveranstaltungen lassen charakteristische Ausprägungen erwarten, die in der praktischen Anwendung der ökonomischen Berechnungen dienen können.

Mit Hilfe einer Typologisierung der Sportveranstaltungen wird versucht, unabhängig von den sportartenspezifischen Eigenschaften auf die ökonomisch relevanten Aspekte zu fokussieren. Als Idealvorstellung dient dabei die sportartenübergreifende Zusammenfassung von, aus ökonomischer Sicht gesehen ähnlich gelagerten Veranstaltungen. Typologien dienen als Orientierungshilfen zur Schaffung von Ordnung und Systematik in einem ansonsten unübersichtlichen Gebiet.

Die Vielzahl von Sportveranstaltungen in der Schweiz stellt eine sehr heterogene Grundgesamtheit dar, bei welcher sich die Systematisierung über eine Sportveranstaltungstypologie aufzwingt. Die Frage stellt sich jedoch nach dem Nutzen einer solchen Typologie. Wenn man sich das Ziel der Untersuchung vor Augen hält, so besteht dieses in der Generierung von Aussagen über die wirtschaftliche Bedeutung von Sportveranstaltungen verschiedener Grössenordnungen. Um diesem Ziel einen entscheidenden Schritt näher zu kommen, kann eine geeignete Sportveranstaltungstypologie wertvolle Dienste leisten, indem die Grundgesamtheit dahingehend segmentiert wird, dass diesen einzelnen Typen für die ökonomische Berechnung gleiche Grundlagenwerte unterstellt werden können. Der primäre Nutzen einer solchen Typologie besteht demnach darin, dass aufgrund von Strukturmerkmalen sowie klaren Kriterien Gruppen gebildet werden können, welche die durch die Vielzahl von Sportveranstaltungen hervorgerufene Komplexität reduzieren helfen.

3.2 Mögliche Typologisierungskriterien

Bei Versuchen einer Typologie von Sportveranstaltungen geht es nicht um die Frage der Richtigkeit eines Vorgehens, sondern eher um die Beantwortung der Frage, welches Vorgehen für die Erreichung einer Zielsetzung der Untersuchung von Sportveranstaltungen am besten geeignet ist.

An ganz spezifischen Kriterien orientierte Typologien haben den Vorteil, dass sich Sportveranstaltungen systematisch in ganz bestimmte Kategorien einordnen lassen. Jedoch kann aufgrund der Vielzahl von Ausprägungen die Ordnung und Übersichtlichkeit schnell verloren gehen. Typologisierungen, die sich auf weniger Systematisierungskriterien reduzieren lassen, bleiben hingegen übersichtlich, sind aber innerhalb des einzelnen Typs schwieriger zu verstehen, da die Typisierungskriterien vielleicht weniger streuend wirken und heterogenere Typen oder Gruppen in ihren Ausprägungen entstehen.

Die nachfolgende Aufzählungsliste stellt eine nicht abgeschlossene Übersicht über mögliche Typisierungskriterien dar. Mit der Auswahl von Kriterien kann eine beliebig fein verästelte Typologie von Sportveranstaltungen aufgebaut werden. Die Problematik besteht jedoch in einer Vielzahl von Typen, die sich durch die Variation einzelner Merkmale unterscheiden, dem Anliegen einer besseren Übersicht über die Grundgesamtheit aber nur bedingt positiv nachkommen.

Neben der Sportart selbst spielt die Bedeutung der betrachteten Sportveranstaltung innerhalb der Sportart eine zentrale Rolle. Die folgenden beispielhaften und nicht abschliessenden Kriterien sind grundsätzlich geeignet für eine Typologisierung:

- Teilnahme bekannter Sportler
- Bekanntheit und Image der Sportveranstaltung
- Dauer der Sportveranstaltung

- Anzahl Zuschauer
- Anzahl Athleten
- Anzahl Betreuer und Funktionäre
- Anzahl Medienschaffende
- Anzahl freiwillige Helfer
- Regelmässigkeit der Austragung der Sportveranstaltung an diesem Standort
- Medieninteresse (Anzahl Sendeminuten bzw. Presseartikel, Bedeutung der berichtenden Medien, Preise für die Werbung)
- Zeitliche Positionierung der Sportveranstaltung im Jahreskalender
- Ort der Veranstaltung (indoor/outdoor, etc.)
- Räumliche Verteilung der Wettkämpfe anlässlich dieser Sportveranstaltung
- Strukturkennzahlen des Austragungsortes der Sportveranstaltung
- Bekanntheit und Image des Veranstaltungsortes bei Zuschauern, Gesamtbevölkerung und Medien
- Umfang der vorhandenen und einzurichtenden Infrastruktur auf dem Veranstaltungsgelände
- Umfang an privater und öffentlicher Finanzierung der Sportveranstaltung
- Höhe des Budgets der Sportveranstaltung

3.3 Ansätze zur Typologisierung

Der Literatur nach beschäftigen sich verschiedene Forscher mit der Strukturierung und Systematisierung von Sportveranstaltungen. Besonders zu erwähnen sind dabei die Ansätze von Gans/Horn/Zemann, die einen regionalwirtschaftlich-geografischen Ansatz geprägt haben sowie von Müller/Stettler, die einen grenzwertorientierten Ansatz entwickelt haben.

3.3.1 Regionalwirtschaftlich-geografischer Ansatz

In den Arbeiten von Gans/Horn/Zemann wird ein regionalwirtschaftlich-geographischer Fokus gewählt. Über die vier Strukturmerkmale (1) Zuschauer- und Teilnehmerzahl (< 1000 ; $\geq 1000 \leq 6000$; ≥ 6000), (2) Regelmässigkeit der Austragung am selben Ort (einmalig oder dauerhaft), (3) Dauer (eintägig oder mehrtägig) und (4) Siedlungsstruktur (ländlicher Raum, verdichteter Raum, oder Grossstadt) entsteht eine Art Entscheidungsbaum, an dessen Enden sich jeweils ein bestimmter Typ einer Sportveranstaltung befindet. Dieses Vorgehen führt zu 36 Typen von Sportveranstaltungen, die zwar eindeutig definiert sind, jedoch keine Alleinstellungsmerkmale aufweisen.¹⁶

Die Erfahrungen mit dieser Typologie haben gezeigt, dass die Auswahl der Beurteilungskriterien bereits zu Beginn stark eingeschränkt werden muss und diese ebenfalls subjektiv erfolgen muss, um nicht eine unübersichtliche Vielzahl von nur leicht differenzierenden Typen als Ergebnis zu erhalten. Die Vorteile der Zuordnungsgenauigkeit einer Veranstaltung zu einem Sportveranstaltungstyp sind deshalb nur bedingt Ziel führend. In der Folge wurde deshalb für diese Studie diese Form der Typologiebildung nicht weiter verfolgt.

3.3.2 Sportartengruppen nach Swiss Olympic

Durch die Bildung von Sportartengruppen (SAG) wird die Annahme unterstellt, dass es Sportarten gibt, denen aufgrund ihrer Austragungsart eine Art Verwandtschaft unterstellt werden kann. Dabei wird versucht, diese Sportarten zu aggregierten Gruppen ähnlicher Sportarten zusammenzufassen, wie zum Beispiel Mannschaftssportarten. Innerhalb dieser Gruppen kann dann versucht werden, die ökonomische Bedeutung einer quasi idealtypischen Musterveranstaltung zu berechnen, anhand welcher dann eine Hochrechnung angestellt werden

¹⁶ vgl. Gans/Horn/Zemann, 2004, S. 32ff.

kann. Der Ansatz ist ambitiös, da trotz der Zusammenfassung noch zu viele sportartenspezifische Merkmale die Typenbildung beeinflussen.

Um weitere Genauigkeiten in den Aussagen zu bekommen oder um die Vergleichbarkeiten innerhalb einer Sportartengruppe herstellen zu können, müssten die Veranstaltungen jeder Sportart in weitere Subtypen aufgeteilt werden. Nur so wäre es möglich, die ökonomische Sichtweise noch mehr in die Analyse einfließen zu lassen und beispielsweise festzustellen, welchem ökonomischen Äquivalent ein Fussballspiel der zweiten Liga in den Sportarten Volleyball, Handball oder Basketball entsprechen würde.

Tabelle 2: Sportartengruppen

<p>SAG 1: Luftsport</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fallschirmspringen - Motorflug - Ballonfahren - Segelflug - Hängegleiten 	<p>SAG 2: Wassersport</p> <ul style="list-style-type: none"> - Schwimmen - Rudern - Kanu - Segeln - Synchronschwimmen - Wasserspringen - Wasserski - Unterwassersport 	<p>SAG 3: Mannschaftsspielsport</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fussball - Handball - Landhockey - Unihockey - Rollhockey - Volleyball - Wasserball - Basketball - Eishockey - Rugby - American Football - Base- und Softball - Tanzsport, Twirling
<p>SAG 4: Kampf- und Kraftsport</p> <ul style="list-style-type: none"> - Judo - Ringen - Karate - Fechten - Boxen - Tauziehen - Schwingen - Taekwondo - Gewichtheben 	<p>SAG 5: Rückschlagspielsport</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tennis - Beachvolleyball - Badminton - Tischtennis - Squash 	<p>SAG 6: Schneesport</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ski alpin/Grasski - Nordische Kombination - Skispringen - Skilanglauf - Snowboard - Snowbike - Freestyle - Biathlon - Skialpinismus
<p>SAG 7: Eissport</p> <ul style="list-style-type: none"> - Curling - Bob - Eislauf - Skeleton - Eisschnelllauf - Eisstock - Rodeln 	<p>SAG 8: Pferdesport</p> <ul style="list-style-type: none"> - Springreiten - Dressurreiten - Concours complet - Fahren - Voltige - Endurance 	<p>SAG 9: Präzisionssport</p> <ul style="list-style-type: none"> - Billiard - Boccia/Boules/Pétanque - Schach - Minigolf - Golf - Sportkegeln - Casting
<p>SAG 10: Motor- und Radsport</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mountainbike - Rad: Strasse - Rad: Bahn - Kunstrad - Radquer - Trial - Kunst/Speed Rollsport - Geländemotorrad - Strassenmotorrad 	<p>SAG 11: Schiesssport</p> <ul style="list-style-type: none"> - Schiessen (olympische Disziplinen) - Bogenschiessen - Schiessen 300 Meter - Schiessen auf dynamische Ziele - Armbrustschiessen 	<p>SAG 12: Laufsport i.w.S.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gehen - Marathon - Volksläufe - Waffelauf - Orientierungslauf - Triathlon - Moderner Fünfkampf - Duathlon

<p>SAG 13: Leichtathletik/Turnen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Stadionleichtathletik - Kunstturnen - Trampolin - Faustball - Rhythmische Sportgymnastik 		
--	--	--

Quelle: Swiss Olympic Association, 2004

Im Zusammenhang mit der Bildung von Sportartengruppen wurde zudem festgestellt, dass die Datengrundlage und die Datenverfügbarkeit, insbesondere von kleinen Veranstaltungen, eine weitere Schwierigkeit darstellt, weil im Gegensatz zu grossen Sportveranstaltungen nicht alle kleinen und mittleren Veranstaltungen eine Veranstaltungsrechnung aufweisen. Viele dieser kleinen Sportveranstaltungen werden im Rahmen von Vereinsbuchhaltungen abgewickelt und sind vielschichtigen Querfinanzierungen und Gewinnverwendungen ausgesetzt. Zudem ist die Systematisierung nach Sportartengruppen zwar hilfreich, im weiteren Sinne verwandte Sportarten zusammenzufassen, aber aus ökonomischer Sicht ist der sportliche Verwandtschaftsgrad von Sportarten von untergeordneter Bedeutung. Zudem wurde erkannt, dass die Typenbildung eine noch grössere Zahl von Typen zum Resultat hat, als dies über die Bildung von Sportartengruppen angestrebt würde. Der Sportartengruppen spezifische Ansatz wurde deshalb nicht weiter verfolgt.

3.3.3 Grenzwertorientierter Ansatz

Im Rahmen ihrer Untersuchungen zu den Sportgrossveranstaltungen haben Müller/Stettler bereits 1999 Kriterien zur Abgrenzung von Sportgrossanlässen gegenüber Nicht-Sportgrossanlässen im Sinne von Grenzwerten definiert. Damit eine Sportveranstaltung als „gross“ klassifiziert werden kann, muss mindestens einer der nachfolgenden fünf Grenzwerte erfüllt sein:

Tabelle 3: Kriterien zur Abgrenzung von Sportgrossanlässen

Indikatoren der Abgrenzung	Definierter Grenzwert
Anzahl aktive Sportler	≥ 10'000
Anzahl Betreuer/Helfer/Funktionäre	≥ 1'000
Anzahl Zuschauer	≥ 20'000
Veranstaltungsbudget	≥ 1 Mio.
Mediale Attraktivität und Verbreitung (TV)	Direktübertragung und/oder Teilaufzeichnung Schweizer Fernsehen

Quelle: Müller/Stettler, 1999, S. 11

Das heisst also konkret, dass eine Sportveranstaltung als Sportgrossanlass gilt, wenn die Zahl der aktiven Sportler über 10'000 Teilnehmern liegt, mehr als 1'000 Betreuende vor Ort sind, über 20'000 Zuschauer begeistert werden können, das Veranstaltungsbudget des Organizers über einer Million Franken liegt oder eine Fernseh-Direktübertragung resp. eigenständige Teilaufzeichnung des Anlasses im Schweizer Fernsehen gesendet wird.

Die vordefinierten Grenzwerte sowie die Anforderung, dass nur ein Grenzwert erfüllt sein muss, sind für die Typologiebildung für die gesamte Sportveranstaltungslandschaft nur bedingt weiter tauglich. Positiv für eine Erweiterung dieses Ansatzes ist die Grenzwertorientierung zur Bildung von trennscharfen Gruppen. Weniger geeignet ist, dass nur ein Grenzwert erfüllt sein muss.

Da im Rahmen des Projektes „Wirtschaftliche Bedeutung von Sportveranstaltungen“ nicht nur die Sportgrossveranstaltungen im Zentrum des Interesses stehen, ist für die Erstellung einer neuen Orientierungssystematik die

Wahl eines erweiterten Vorgehens angezeigt. Verschiedene Ansätze werden dabei in Erwägung gezogen. Trotz der Bildung verschiedener Typen von Sportveranstaltungen sollte das oberste Ziel letztlich darin bestehen, dass immer eine überschaubare Zahl an Typen von Veranstaltungen vorhanden ist.

3.3.4 Erweiterter grenzwertorientierter Ansatz

Nach ersten Modell-Rechnungen ist aufbauend auf dem grenzwertorientierten Ansatz eine erweiterte Sportveranstaltungstypologie mit Grenzwerten entstanden. Dabei werden die Sportveranstaltungen in fünf verschiedenen grosse Veranstaltungsausprägungen unterteilt und für jeden einzelnen Typ von Sportveranstaltung Grenzwerte je Beurteilungskriterium festgelegt. Die Erweiterung des grenzwertorientierten Ansatzes liegt darin, dass die Kriterien nicht nur für einen Sportgrossanlass (Typ L, XL) definiert sind, sondern auch für die kleinst Sportveranstaltungen (SV), kleinen SV und mittleren SV.

Tabelle 4: Erweiterte Sportveranstaltungstypologie mit Grenzwerten

		XS kleinst SV	S kleine SV	M mittlere SV	L grosse SV	XL mega SV
Muss-Kriterien	Veranstaltungsbudget (in CHF)	≥ 0 < 1'000	≥ 1'000 < 50'000	≥ 50'000 < 1'000'000	≥ 1'000'000 < 50'000'000	≥ 50'000'000
	Mediale Attraktivität und Verbreitung im Medium Fernsehen			Beitrag in einem Sportsendungs-Sammelgefäss	Sportdirektübertragung mit eigenem Sendegefäss (live oder Teilaufzeichnung)	Sportdirektübertragungen in mehr als 30 Länder
Kann-Kriterien	Anzahl Sportler	≥ 0 < 100	≥ 100 < 1'000	≥ 1'000 < 10'000	≥ 10'000 < 20'000	≥ 20'000
	Anzahl Funktionäre, Betreuer und Volunteers	≥ 0 < 50	≥ 50 < 100	≥ 100 < 1'000	≥ 1'000 < 5'000	≥ 5'000
	Anzahl Zuschauer	≥ 0 < 100	≥ 100 < 5'000	≥ 5'000 < 20'000	≥ 20'000 < 100'000	≥ 100'000
					übrige Sportveranstaltungen	
					Sportgrossveranstaltung	

Quelle: Eigene Darstellung, in Anlehnung an Müller/Stettler, 1999, S. 11

Um zu vermeiden, dass Events mit Spitzenwerten bei einzelnen Kriterien als unverhältnismässig grosse Sportveranstaltung bezeichnet werden, müssen mindestens drei Kriterien erfüllt sein. Dabei wird unterschieden zwischen absolut notwendigen und weiteren Kriterien. Als notwendige Bedingungen, den so genannten „Muss-Kriterien“, werden das Veranstaltungsbudget sowie die mediale Attraktivität und Verbreitung im Medium Fernsehen definiert. Die Anzahl der teilnehmenden Sportler sowie die Zahl der Funktionäre und der Zuschauer vor Ort haben den Status von „Kann-Kriterien“. Neben den beiden „Muss-Kriterien“ hat ein weiteres „Kann-Kriterium“ erfüllt zu sein, damit eine Sportveranstaltung dem entsprechenden Typ zugeordnet werden kann. Über die Festlegung von „Muss-Kriterien“ wird erreicht, dass Sportveranstaltungen, die grosse Teilnehmerfelder aufweisen, aber nicht über ein entsprechendes Budget oder die notwendige medialen Präsenz im Schweizer Fernsehen verfügen, nicht als Gross- oder Megaspportveranstaltung klassifiziert werden müssen.

Bei dieser Einteilung der Sportveranstaltungen taucht allerdings ein praktisches Problem auf: Die einzelnen Sportveranstaltungen werden grösstenteils von Vereinen organisiert. Oft ist die Vereinsbuchhaltung zu wenig genau aufgeschlüsselt, als dass man die Ausgaben einzelnen Veranstaltungen zuordnen kann. Hinzu kommt, dass viele Vereine nicht bereit sind, ihre Rechnung offen zu legen.

Daher wird für die weitere Arbeit eine zusätzliche Vereinfachung vorgenommen: Veranstaltungen der Grössen XS bis M werden als „übrige Sportveranstaltungen“ bezeichnet, Veranstaltungen der Grösse L und XL entsprechend als „Sportgrossveranstaltungen“. Mit dem Begriff Sportveranstaltungen sind sowohl die übrigen Sportveranstaltungen als auch die Sportgrossveranstaltungen gemeint.

3.4 Schlussfolgerungen

In der Literatur kann kein Ansatz gefunden werden, mit dessen Hilfe sich Sportveranstaltungen in vergleichbare Veranstaltungen einteilen lassen, um deren ökonomische Berechnung zu vereinfachen. Grund dafür ist einerseits die Heterogenität der Sportveranstaltungen bezüglich ihrer Ausprägungen, andererseits die mangelhafte Datenlage, die eine Einteilung erschwert. Eine Typologisierung der Sportveranstaltungen bringt daher nicht die erhoffte Vereinfachung bei der ökonomischen Berechnung.

Deswegen wird eine vereinfachte Unterscheidung zwischen Sportgrossveranstaltungen und übrigen Sportveranstaltungen angestrebt, die auf dem erweiterten grenzwertorientierten Ansatz beruht.

Die Sportgrossveranstaltungen können dank der begrenzten Anzahl und den vielen bekannten Daten empirisch erhoben werden. Die übrigen Sportveranstaltungen werden gesondert nach Sportart mittels eines Schätzverfahrens (disaggregierte Budgetberechnung pro Sportart, siehe Kap. 2.5.3) berechnet.

4. Die ökonomische Bedeutung von Sportveranstaltungen in der Schweiz

In diesem Kapitel werden die Gesamtergebnisse der ökonomischen Bedeutung aller in der Schweiz stattfindenden Sportveranstaltungen des Jahres 2006 erläutert. Das Kapitel startet mit einem Überblick, der die wichtigsten Ergebnisse in Kürze aufführt (Kapitel 4.1). Im Kapitel 4.2 wird die Bestandesaufnahme aller Sportveranstaltungen kommentiert. Ausgehend von der Bestandesaufnahme wird der direkte Gesamtumsatz aller Sportveranstaltungen (Kapitel 4.3) berechnet und dessen Struktur erläutert (Kapitel 4.4). Die Berechnung der Bruttowertschöpfung folgt in Kapitel 4.5. Das Kapitel 4 schliesst mit den Auswirkungen der Sportveranstaltungen auf die Beschäftigung (Kapitel 4.6).

4.1 Überblick der Ergebnisse

In der Schweiz finden jährlich 230'000 Sportveranstaltungen statt – das sind durchschnittlich fast 630 pro Tag. In jeder Gemeinde der Schweiz werden somit im Durchschnitt jährlich knapp 80 Sportveranstaltungen durchgeführt. Von den 230'000 Veranstaltungen sind 68 Sportgrossveranstaltungen, diese machen gerade einmal 0.03% aller Sportveranstaltungen aus, generieren jedoch knapp 30% des direkten Gesamtumsatzes aller Sportveranstaltungen. Der durchschnittliche direkte Gesamtumsatz einer Sportgrossveranstaltung beläuft sich auf CHF 4.7 Mio.

Der durchschnittliche direkte Gesamtumsatz einer Sportveranstaltung beträgt CHF 5'250. Über alle Sportveranstaltungen betrachtet ergibt dies einen direkten Gesamtumsatz aller Sportveranstaltungen in der Schweiz von CHF 1.2 Mrd. Der grösste Teil davon, nämlich CHF 878 Mio., wird durch den Umsatz des Veranstalters generiert.

Die direkte Bruttowertschöpfung aller Sportveranstaltungen beläuft sich auf CHF 299 Mio., das sind rund 25% des direkten Gesamtumsatzes.

Einen ersten Überblick über die ökonomische Bedeutung und die gesellschaftliche Relevanz von Sportveranstaltungen in der Schweiz gibt die nachfolgende Tabelle 5:

Tabelle 5: Ökonomische Bedeutung der Sportveranstaltungen in der Schweiz im Überblick im Jahr 2006

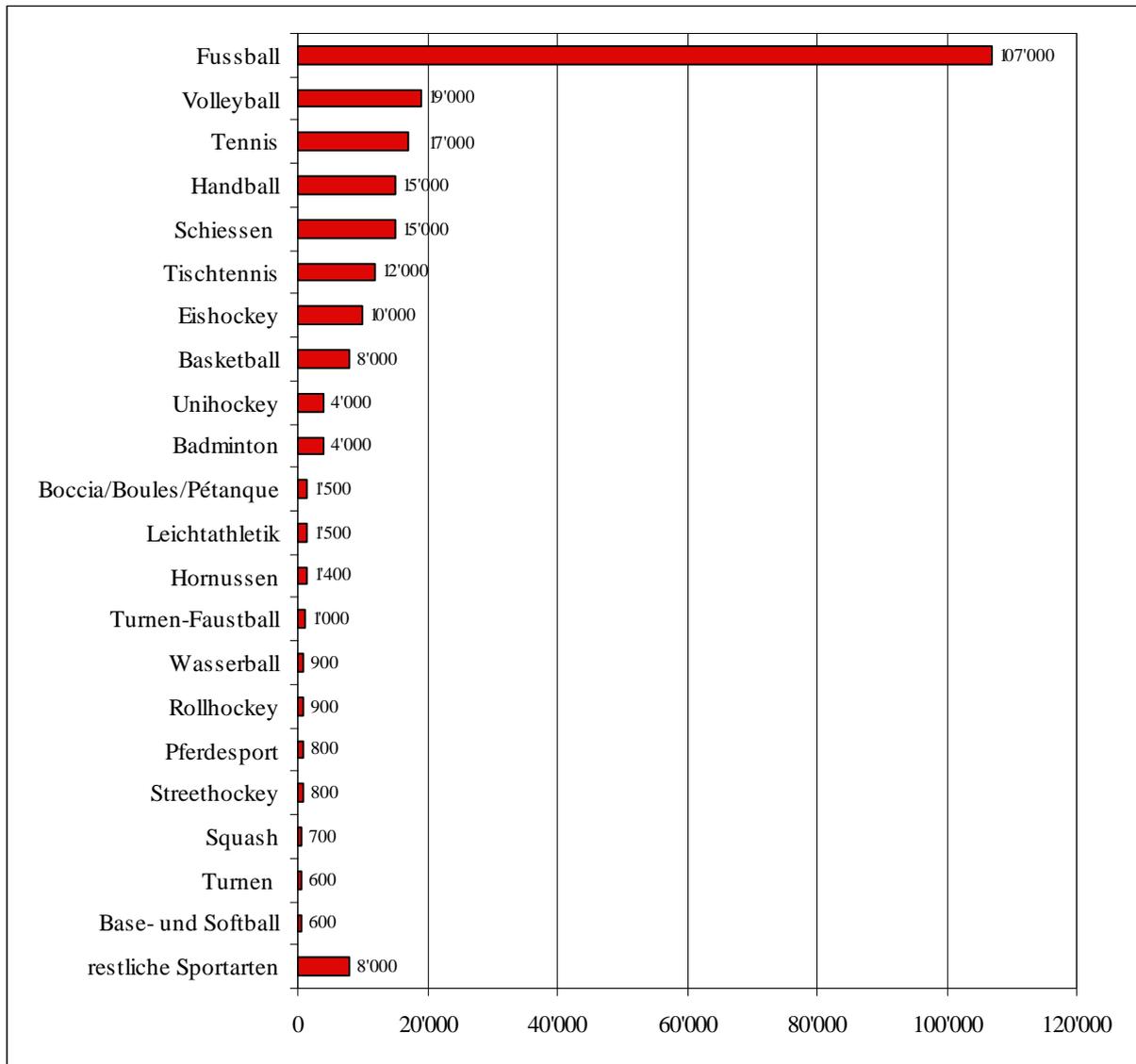
Anzahl Sportveranstaltungen		Anteil
Anzahl Sportveranstaltungen pro Jahr (gerundet)	230'000	100%
davon: Anzahl Sportgrossveranstaltungen pro Jahr	68	0.03%
Umsatz der Sportveranstaltungen		
Direkter Gesamtumsatz aller Sportveranstaltungen [CHF]	1.2 Mrd.	100%
davon: Umsatz der Veranstalter [CHF]	878 Mio.	73%
davon: Umsatz ausserhalb der Veranstaltungen [CHF]	156 Mio.	13%
davon: Transportkosten [CHF]	168 Mio.	14%
davon: Direkter Gesamtumsatz der Sportgrossveranstaltungen [CHF]	355 Mio.	30%
Durchschnittlicher direkter Gesamtumsatz einer Sportveranstaltung [CHF]	5'250	
Durchschnittlicher direkter Gesamtumsatz einer Sportgrossveranstaltung [CHF]	4.7 Mio.	
Wertschöpfung der Sportveranstaltungen		
Direkte Bruttowertschöpfung der Sportveranstaltungen [CHF]	299 Mio.	100%
davon: Direkte Bruttowertschöpfung der Sportgrossveranstaltungen [CHF]	136 Mio.	45%
Beschäftigung durch die Sportveranstaltungen		
Anzahl Arbeitsplätze [VZÄ] ¹⁷	5'350	100%
davon: Anzahl Arbeitsplätze durch Sportgrossveranstaltungen [VZÄ]	1'790	33%

4.2 Anzahl Sportveranstaltungen

Aufgrund der Definition der Sportarten, bei der Sportarten im engeren Sinne (vgl. Sportarten-Radar, Kap. 1.3.2) in die Betrachtung einfließen, werden insgesamt Veranstaltungen von 99 verschiedenen Sportarten gezählt. Die berücksichtigten Sportarten sind im Anhang 1 zu finden. In diesen 99 Sportarten wurden im Jahr 2006 insgesamt 230'000 Veranstaltungen (vgl. Definition Veranstaltung Kap. 1.3.1) durchgeführt. Diese teilen sich wie folgt auf die einzelnen Sportarten auf (vgl. Abbildung 7):

¹⁷ VZÄ ist die Abkürzung für Vollzeitäquivalent. Ein VZÄ entspricht einer 100%-Stelle während einem Jahr.

Abbildung 7: Absolute Verteilung der Anzahl Sportveranstaltungen im Jahr 2006, aufgeteilt nach Sportarten, Zahlen gerundet



Mit Abstand am meisten Sportveranstaltungen finden im Fussball statt (107'000). An zweiter Stelle steht Volleyball mit 19'000 Veranstaltungen, an dritter Stelle folgt Tennis mit 17'000 Events. Ebenfalls über 10'000 Veranstaltungen weisen die Sportarten Handball, Schiessen, Tischtennis und Eishockey auf. Bei allen anderen Sportarten in der Schweiz finden pro Jahr weniger als 10'000 Veranstaltungen statt.

Die acht Sportarten mit den meisten Veranstaltungen sind alles, ausser dem Schiessen, Spielsportarten. Meisterschaften in Spielsportarten werden normalerweise in einem Spielmodus durchgeführt, bei dem innerhalb der Spielklasse ein Hin- und ein Rückspiel gegen jedes andere Team resp. jeden anderen Sportler üblich ist. Jede dieser Begegnungen wird als Veranstaltung gezählt. Dieser Modus ist sicherlich ein Grund für die hohe Anzahl Veranstaltungen in diesen Sportarten.

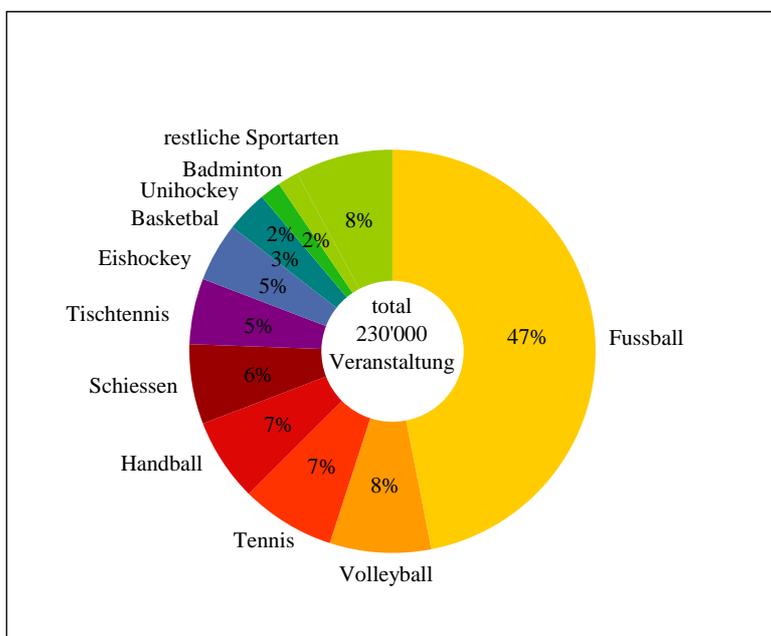
Eher wenige Veranstaltungen finden bei Sportarten statt, bei denen sich die Sportler für einen Wettkampf oder eine Meisterschaft an einem bestimmten Ort zu einer bestimmten Zeit zusammen finden müssen. Dazu gehören die meisten Individualsportarten (wie beispielsweise Ski Alpin) und einzelne Sportarten, die einzeln oder im Team ausgeübt werden können. Leichtathletik stellt dabei insofern eine Ausnahme dar, als dass unter dieser

Sportart viele Disziplinen zusammengefasst werden und Veranstaltungen nicht immer alle Disziplinen umfassen. Wettkämpfe in verschiedenen Disziplinen und an unterschiedlichen Orten werden als eigenständige Veranstaltungen betrachtet, daraus ergibt sich die recht hohe Anzahl Veranstaltungen in dieser Sportart verglichen mit den anderen Individualsportarten. Zudem fällt die recht hohe Anzahl an Laufsportveranstaltungen bei der Leichtathletik ins Gewicht.

Eine weitere Sonderstellung in der Schweiz nimmt das Schiessen ein. Auch hier werden unter dem gleichen Überbegriff unterschiedliche Disziplinen zusammengefasst, die zudem häufig gar nicht am selben Ort ausgeübt werden können. Dies wiederum führt, nebst der Vielzahl der verwurzelten Vereine in der Schweiz und deren regionalen Aktivitäten, zu einer hohen Veranstaltungszahl.

In einzelnen Sportarten finden sich ausgeprägte regionale Unterschiede. So ist beispielsweise Basketball in der Westschweiz viel populärer als in der übrigen Schweiz. Die Zahlen beziehen sich auf die ganze Schweiz, regionale Unterschiede werden nicht näher betrachtet.

Abbildung 8: Relative Verteilung der Anzahl Sportveranstaltungen im Jahr 2006, aufgeteilt nach Sportarten



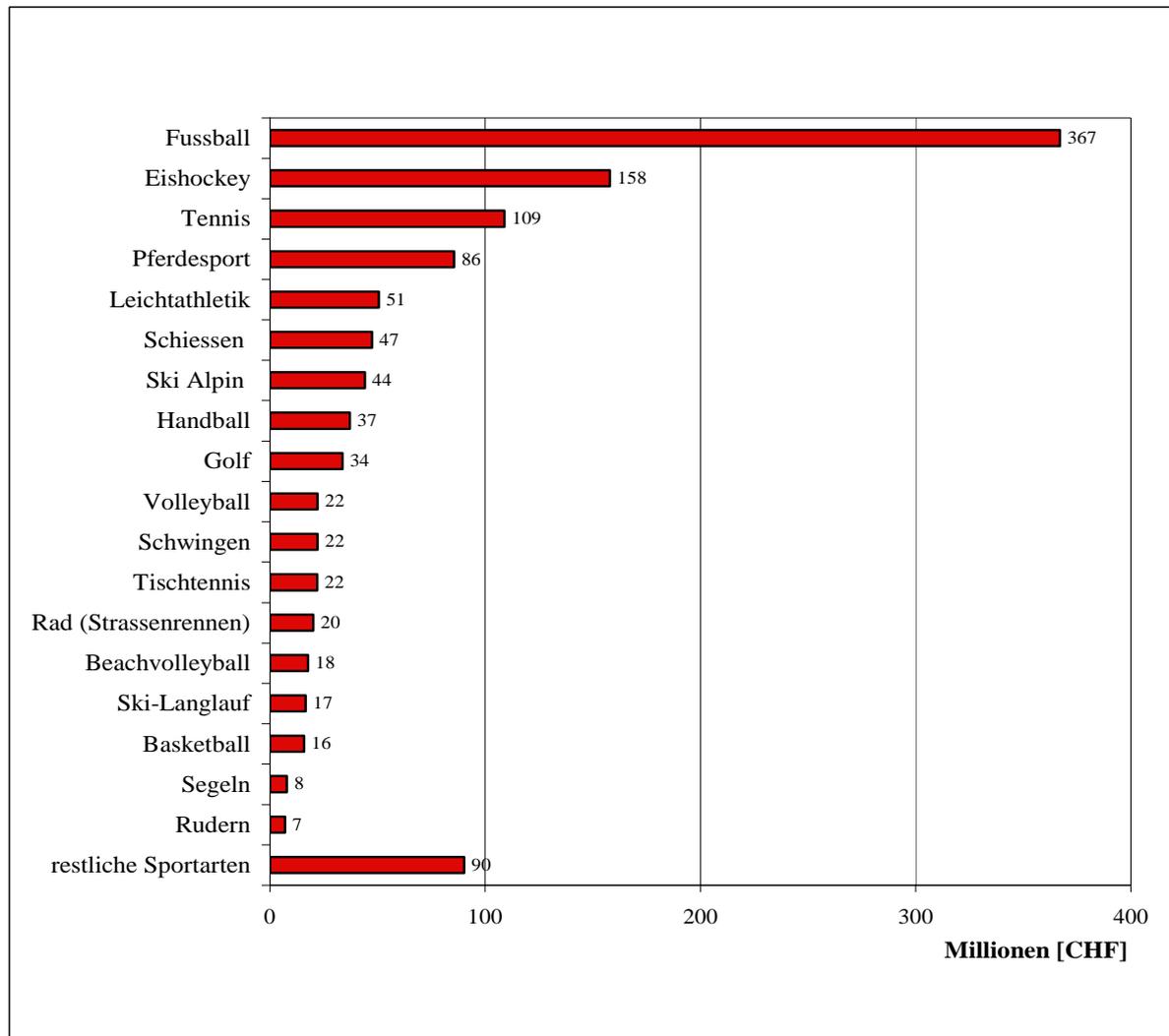
Mit knapp der Hälfte aller Sportveranstaltungen nimmt Fussball die unangefochtene Spitzenposition gemessen an der Anzahl Veranstaltungen ein. Bedingt durch den gängigen Spielmodus, bei dem naturgemäss viele Veranstaltungen stattfinden und die Popularität der Sportart, ist eine hohe Anzahl Veranstaltungen folgerichtig. Zudem wird im Fussball zwischen einem breiten Kategorien- resp. Ligenspektrum unterschieden (F-Junioren bis Super League), was sich nochmals steigernd auf die Veranstaltungsanzahl auswirkt (vgl. Abbildung 8).

Insgesamt machen die Mannschaftssportarten über Dreiviertel aller Sportveranstaltungen aus. Davon sind typischerweise die meisten Ballsportarten.

4.3 Direkter Gesamtumsatz

Betrachtet man den direkten Gesamtumsatz, der in den verschiedenen Sportarten mit Veranstaltungen erzielt wird (inklusive Sportgrossveranstaltungen), ergibt sich folgendes Bild:

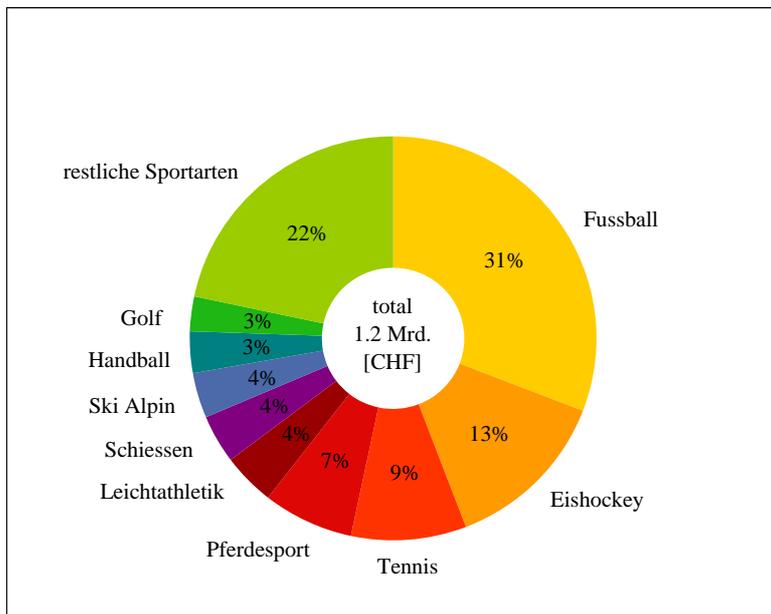
Abbildung 9: Absolute Verteilung des direkten Gesamtumsatzes der Sportveranstaltungen im Jahr 2006, aufgeteilt nach Sportarten



Auch beim direkten Gesamtumsatz der Sportveranstaltungen befindet sich der Fussball mit CHF 367 Mio. auf der ersten Position. Eishockey auf Platz zwei hat schon weniger als die Hälfte des direkten Gesamtumsatzes des Fussballs, Tennis auf Platz drei gar nur knapp ein Drittel. Die restlichen einzeln aufgeführten Sportarten erwirtschaften einen direkten Gesamtumsatz zwischen CHF 7 Mio. und CHF 86 Mio.

Knapp ein Drittel des Gesamtumsatzes der Sportveranstaltungen wird im Fussball erzielt. Zudem wird über die Hälfte des gesamten Umsatzes der Sportveranstaltungen durch die drei Sportarten Fussball, Eishockey und Tennis abgedeckt. 22% des Gesamtumsatzes wird von den „restlichen Sportarten“ generiert (vgl. Abbildung 10). Der relativ hohe Anteil von 22% ist darauf zurückzuführen, dass die einzeln aufgeführten Sportarten zwar 78% des Gesamtumsatzes in sich vereinigen, jedoch nur 49 der 68 Sportgrossveranstaltungen in diesen Sportarten stattfinden. Die übrigen Sportgrossveranstaltungen werden bei den restlichen Sportarten durchgeführt.

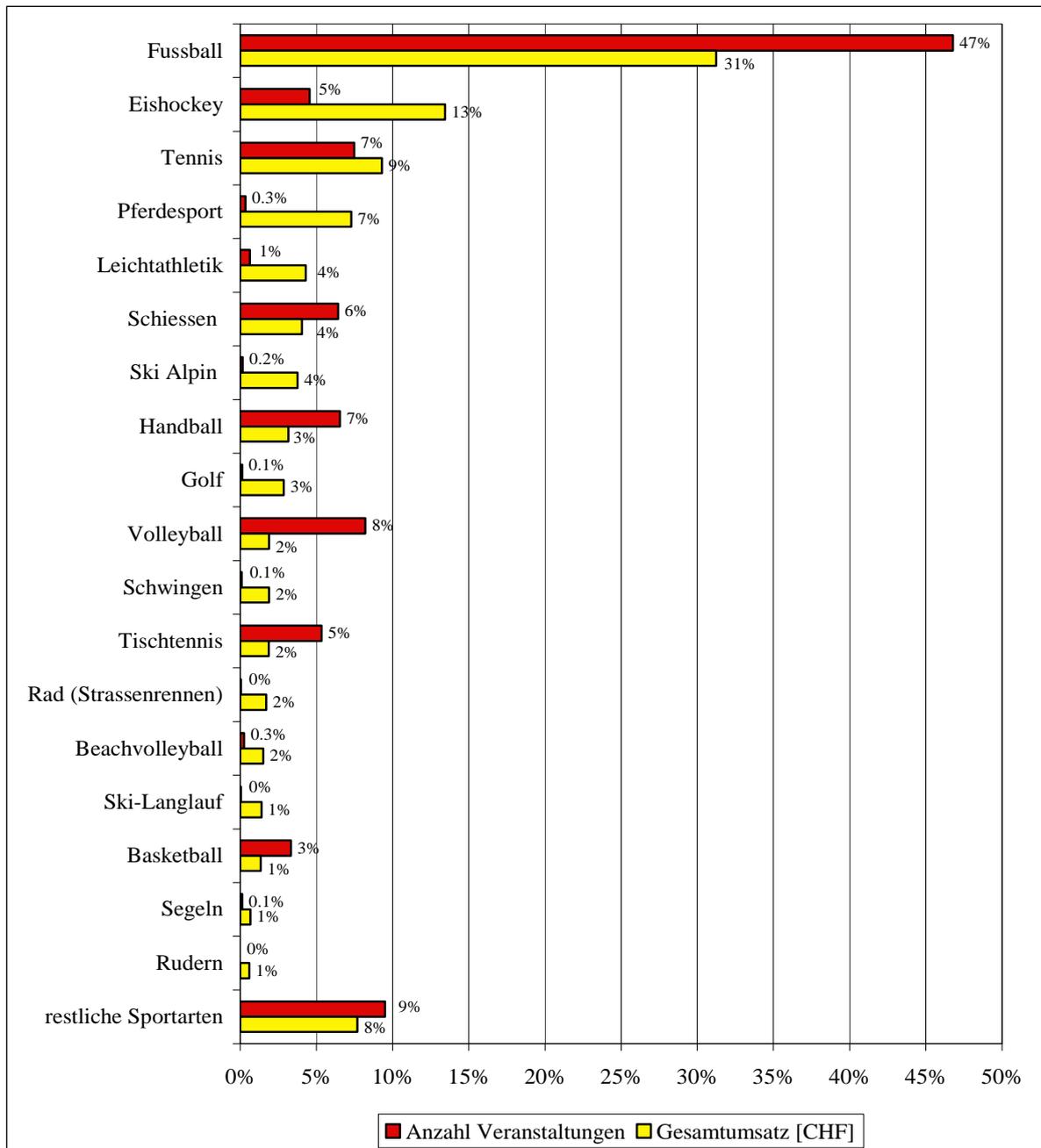
Abbildung 10: Relative Verteilung des direkten Gesamtumsatzes der Sportveranstaltungen im Jahr 2006, aufgeteilt nach Sportarten



Vergleicht man den Gesamtumsatz der Sportveranstaltungen (vgl. Abbildung 9) mit der Anzahl Veranstaltungen je Sportart (vgl. Abbildung 7), so lassen sich einige interessante Verschiebungen erkennen (vgl. Abbildung 11). Eishockey und Pferdesport sind um fünf resp. sechs Positionen nach vorne gerückt, wogegen Handball, Volleyball und Tischtennis an Bedeutung verlieren. Insbesondere beim Volleyball divergieren die Anzahl Veranstaltungen und der direkten Gesamtumsatz verglichen mit den anderen Sportarten. Zwar hat Volleyball am zweit meisten Veranstaltungen, aber nur den zehnt grössten Gesamtumsatz. Das Gegenstück dazu bildet der Pferdesport. Mit eher wenigen Veranstaltungen, an zehnter Stelle aller Sportarten, rangiert er im Gesamtumsatz der Sportveranstaltungen auf Platz vier. Bei den verschiedenen Grafiken ist zu beachten, dass immer nur ein Teil aller Sportarten explizit dargestellt wird. Die anderen Sportarten sind unter „restliche Sportarten“ zusammengefasst, wobei die „restlichen Sportarten“ in den verschiedenen Grafiken einander nicht entsprechen müssen.

Einen hohen direkten Gesamtumsatz je Sportveranstaltung erwirtschaften Rad (Strassenrennen), Ski-Langlauf und Rudern (vgl. Abbildung 11). Keine anderen Sportarten generieren mit so wenigen Sportveranstaltungen einen so hohen Anteil am Gesamtumsatz. Der Grund dafür ist der hohe Anteil Sportgrossveranstaltungen an der Anzahl aller Veranstaltungen der entsprechenden Sportart. Bei wenigen Sportveranstaltungen hat eine einzelne Sportgrossveranstaltung einen viel grösseren Einfluss auf den durchschnittlichen Gesamtumsatz einer Sportveranstaltung als bei vielen Sportveranstaltungen.

Abbildung 11: Vergleich zwischen dem direkten Gesamtumsatz einer Sportart und der Anzahl Sportveranstaltungen im Jahr 2006, aufgeteilt nach Sportart



Eine hohe Anzahl Veranstaltungen muss nicht zwingend zu einem hohen Gesamtumsatz führen. Was jedoch beeinflusst den Gesamtumsatz?

Vier Faktoren scheinen einen grossen Einfluss auf den direkten Gesamtumsatz einer Sportart zu haben: Die Professionalisierung der Sportart, die Häufigkeit von Sportveranstaltungen, die Höhe der Gewinnprämien und die Bedeutung der Sportgrossveranstaltungen.

Diese vier Faktoren verstärken sich gegenseitig: Die Popularität einer Sportart beeinflusst die Anzahl der aktiven Sportler bzw. der Akteure der Sportart. Diese wirkt sich aus auf die Anzahl Veranstaltungen und die Anzahl

Akteure der einzelnen Veranstaltungen. Auch die Medien berichten mit Vorliebe über populäre Sportarten, was die einzelne Sportart für Sponsoren und bezüglich Gewinnprämien attraktiver macht. All diese Faktoren beeinflussen den Umsatz einer Sportart resp. einer Sportveranstaltung. Als Folge davon können die Strukturen einer Sportart professioneller geführt werden, was sich wiederum auf die Popularität der Sportart und die damit zusammenhängenden Umsätze auswirkt.

Unter Professionalisierung wird die Tendenz vom Ehrenamt hin zu einer bezahlten Berufstätigkeit verstanden, die spezifisches Wissen und Können erfordert, was wiederum zu einer Qualitätsverbesserung und gesteigerter Effizienz bei den Arbeitsabläufen führt. Gerade im Sportbereich ist diese Tendenz in den vergangenen Jahren vermehrt sichtbar geworden.

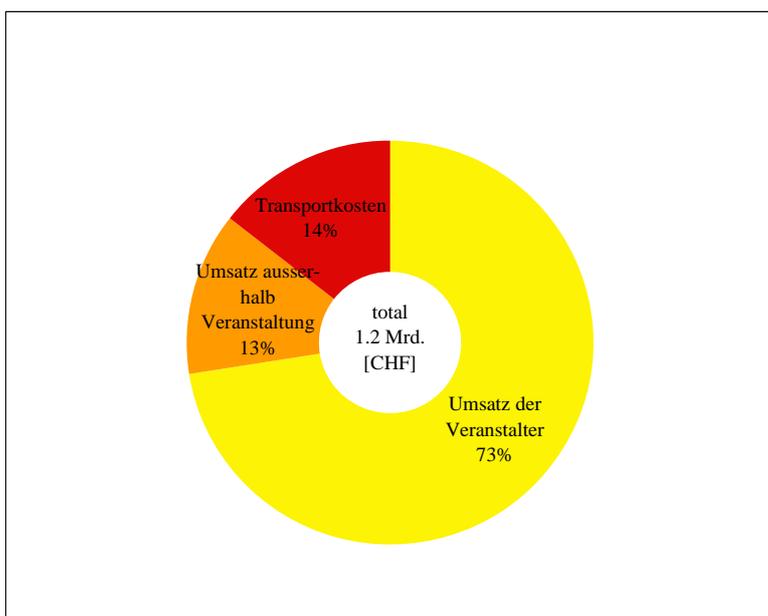
Die vielen Spielsportarten mit hohen Veranstaltungszahlen sind beim Gesamtumsatz der Sportveranstaltungen weit vorne, obwohl sie keine (Basketball) oder nur wenige (Volleyball, Tischtennis) Sportgrosseveranstaltungen aufweisen. Obgleich der durchschnittliche direkte Gesamtumsatz bei kleineren Veranstaltungen recht tief sein kann, wird dieser durch die hohe Anzahl an Veranstaltungen wettgemacht.

Einzelne Sportgrosseveranstaltungen können den Gesamtumsatz der Sportveranstaltungen stark in die Höhe treiben. Insbesondere Sportarten mit insgesamt nur wenigen Veranstaltungen wie beispielsweise Golf oder Rad (Strassenrennen) können mit einer oder mehreren Sportgrosseveranstaltungen ihren direkten Gesamtumsatz, und damit ihre Position in Abbildung 11, massgebend beeinflussen.

4.4 Struktur des direkten Gesamtumsatzes

Der direkte Gesamtumsatz gliedert sich in die Teilbereiche Umsatz der Veranstalter, Umsatz ausserhalb der Veranstaltung und Transportkosten. Mit Umsatz der Veranstalter ist derjenige Umsatz gemeint, der unmittelbar beim ausführenden Veranstalter und den Event-Unternehmen in direktem Zusammenhang mit der Veranstaltung, generiert wird. Der Umsatz ausserhalb der Veranstaltung beinhaltet den Umsatz Dritter, der mittels Konsumation der nicht-einheimischen Akteure ausserhalb des Veranstaltungsgeländes (z.B. für Verpflegung, Übernachtung, Detailhandel) erzielt wird. Die Transportkosten quantifizieren den finanziellen Aufwand aller Beteiligten um zum Veranstaltungsort hin zu gelangen und danach wieder zurück.

Abbildung 12: Struktur des direkten Gesamtumsatzes der Sportveranstaltungen im Jahr 2006



Über alle Sportarten betrachtet bleiben fast drei Viertel des direkten Gesamtumsatzes einer Veranstaltung beim Veranstalter selber. Dies entspricht einer Summe von CHF 878 Mio. jährlich. Der Umsatz ausserhalb der Veranstaltung und die Transportkosten bewegen sich in einer ähnlichen Höhe, erstere summieren sich auf CHF 156 Mio., die Transportkosten auf CHF 168 Mio. pro Jahr. In dieser Berechnung nicht berücksichtigt sind die indirekten ökonomischen Wirkungen, die in Kapitel 2.5.1 abgegrenzt wurden.

Abbildung 13 zeigt die absolute Struktur des direkten Gesamtumsatzes in Franken, wobei die Reihenfolge der Sportarten der Rangfolge des direkten Gesamtumsatzes analog zu Abbildung 9 entspricht.

Die Struktur des direkten Gesamtumsatzes (vgl. Abbildung 14) variiert stark von Sportart zu Sportart. Es gibt Sportarten, bei denen praktisch der ganze Veranstaltungsumsatz durch den Veranstalter generiert wird. Dies ist beispielsweise bei Golf, Rad (Strassenrennen), Ski-Langlauf und Rudern der Fall, wo dieser Anteil 95% oder mehr beträgt. Bei anderen Sportarten ist die Aufteilung zwischen dem Umsatz der Veranstalter, dem Umsatz ausserhalb der Veranstaltung und den Transportkosten wesentlich ausgeglichener.

Eishockey, Volleyball und Basketball weisen einen hohen Anteil der Transportkosten auf (jeweils über 20% des Gesamtumsatzes). Dies kann damit zusammenhängen, dass der Umsatz des Veranstalters und der Umsatz ausserhalb der Veranstaltung eher tief sind und viele Akteure zum Veranstaltungsort anreisen müssen (Volleyball und Basketball) oder dass viele Akteure zu einer langen Anreise gezwungen sind. Fussball weist hingegen einen hohen Anteil beim Umsatz ausserhalb der Veranstaltung auf. Grund dafür sind die vielen Veranstaltungen und die hohe Beteiligung von auswärtigen Akteuren.

Über alle Sportarten gesehen beträgt der Anteil des Umsatzes des Veranstalters am Gesamtumsatz rund drei Viertel (73%), die entsprechenden Anteile des Umsatzes ausserhalb Veranstaltung und die Transportkosten jeweils rund ein Siebtel (13% resp. 14%).

Abbildung 13: Absolute Struktur des direkten Gesamtumsatzes der Sportveranstaltungen im Jahr 2006, aufgeteilt nach Sportart

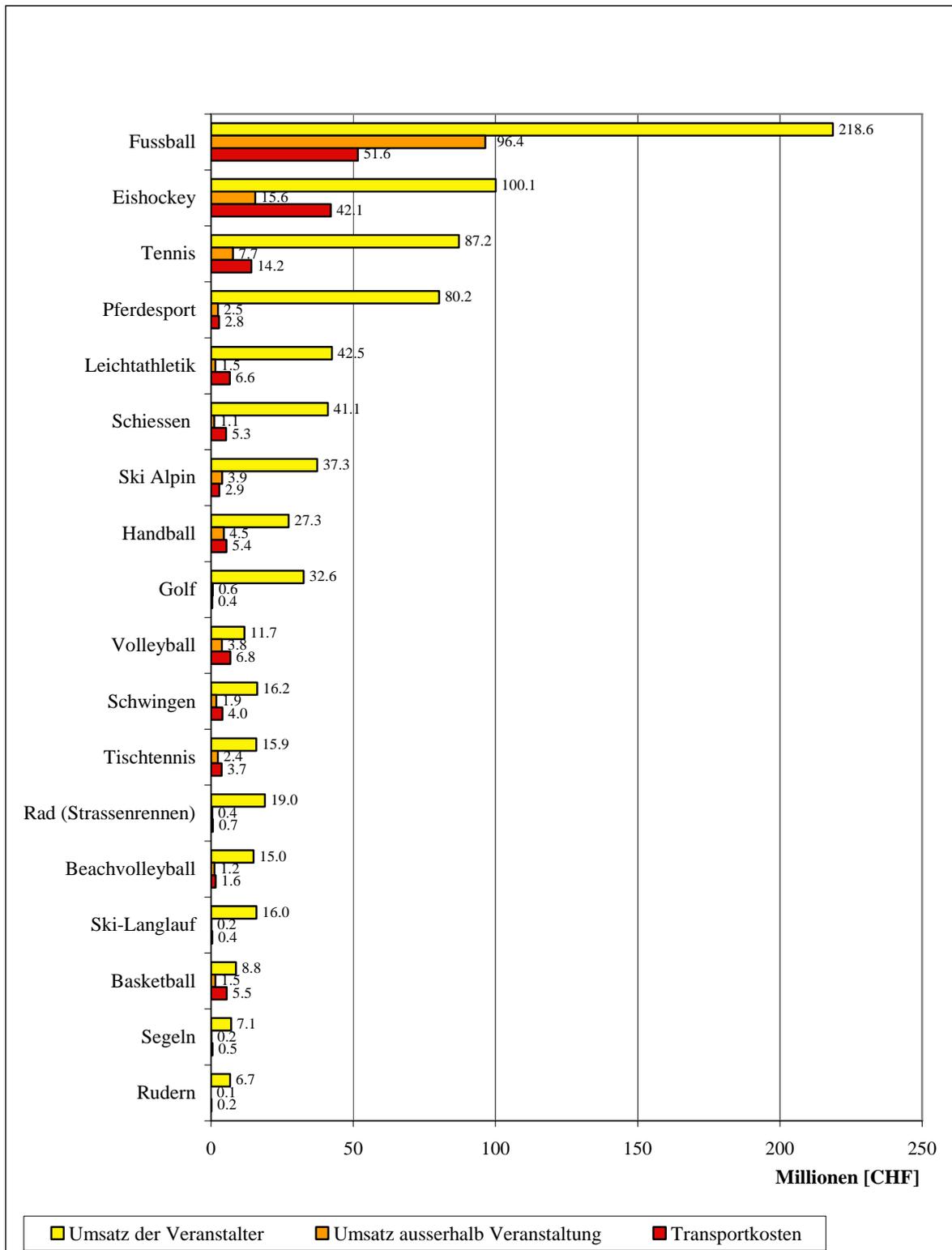
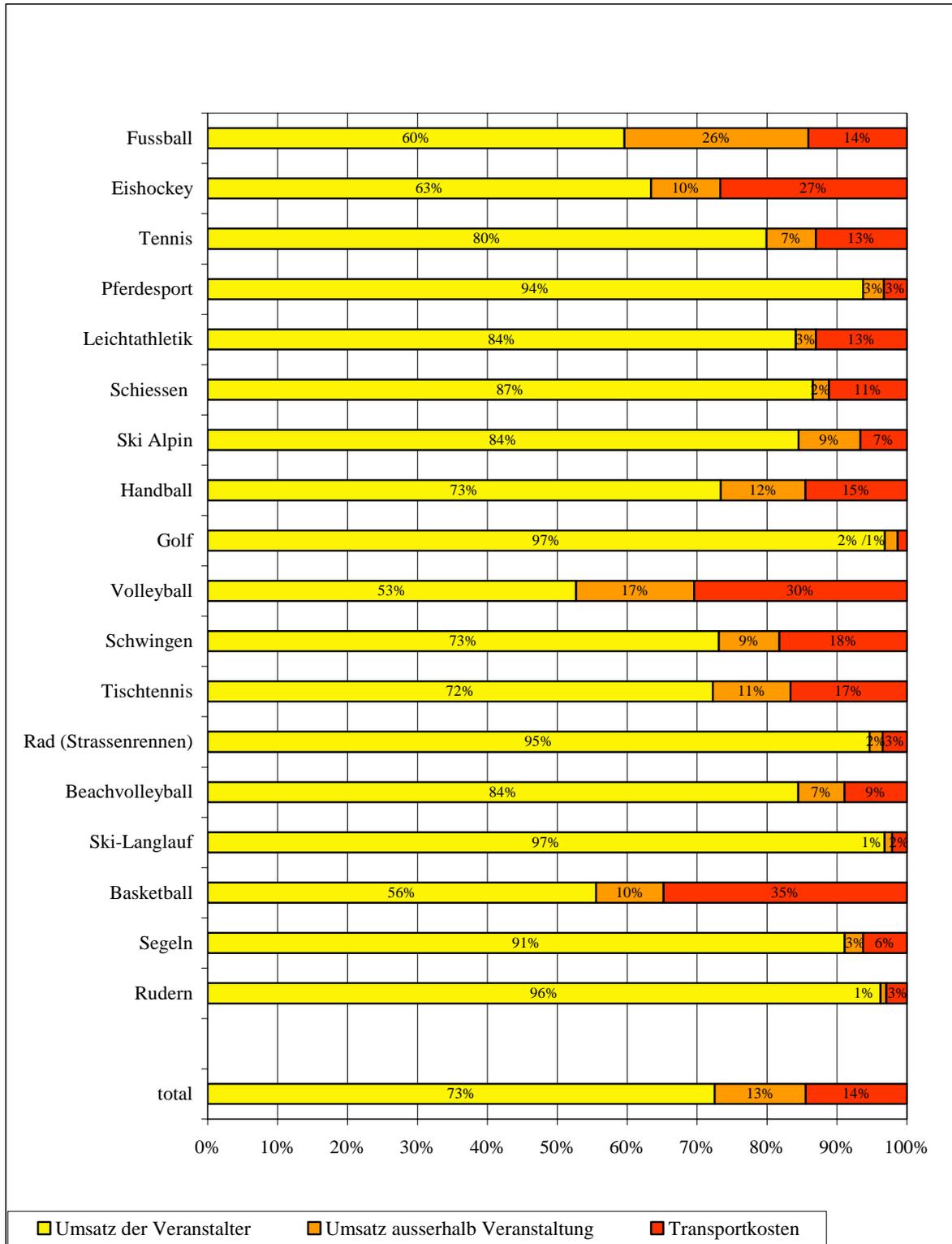


Abbildung 14: Relative Struktur des direkten Gesamtumsatzes der Sportveranstaltungen im Jahr 2006, aufgeteilt nach Sportart



4.5 Direkte Bruttowertschöpfung

Zieht man vom Umsatz die Vorleistungen (Güter und Dienstleistungen, die bei Dritten eingekauft wurden) ab, so errechnet sich die Bruttowertschöpfung. Die direkte Bruttowertschöpfung aller Sportveranstaltungen in der Schweiz beläuft sich 2006 auf CHF 299 Mio., was ca. 0.1% des BIP ausmacht. Dies entspricht zwischen der Hälfte und einem Drittel der Bruttowertschöpfung, die an der EURO 2008 in der Schweiz gemäss Prognosen generiert werden soll (vgl. auch Kapitel 5.4).

Abbildung 15: Absolute direkte Bruttowertschöpfung der Sportveranstaltungen im Jahr 2006, aufgeteilt nach Sportart

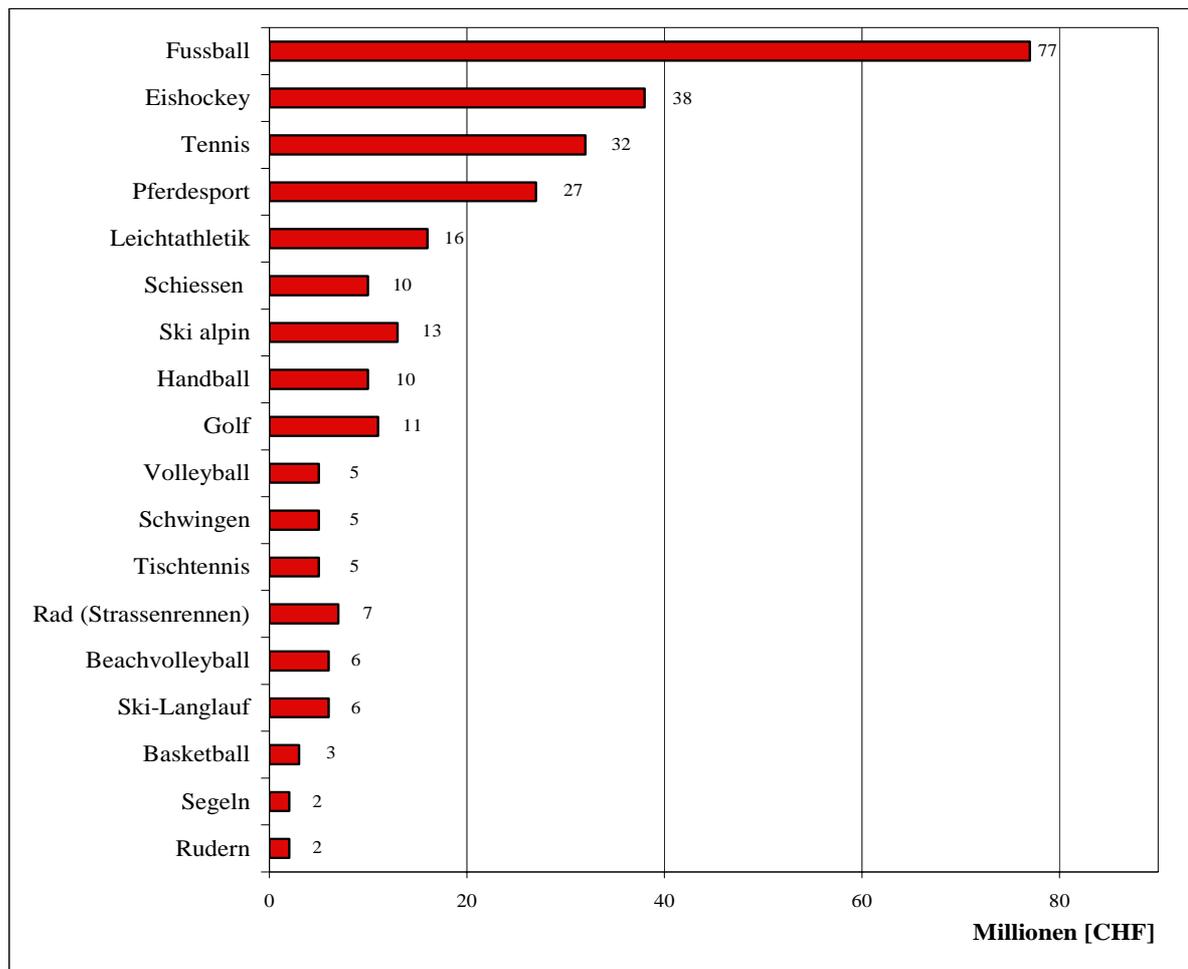
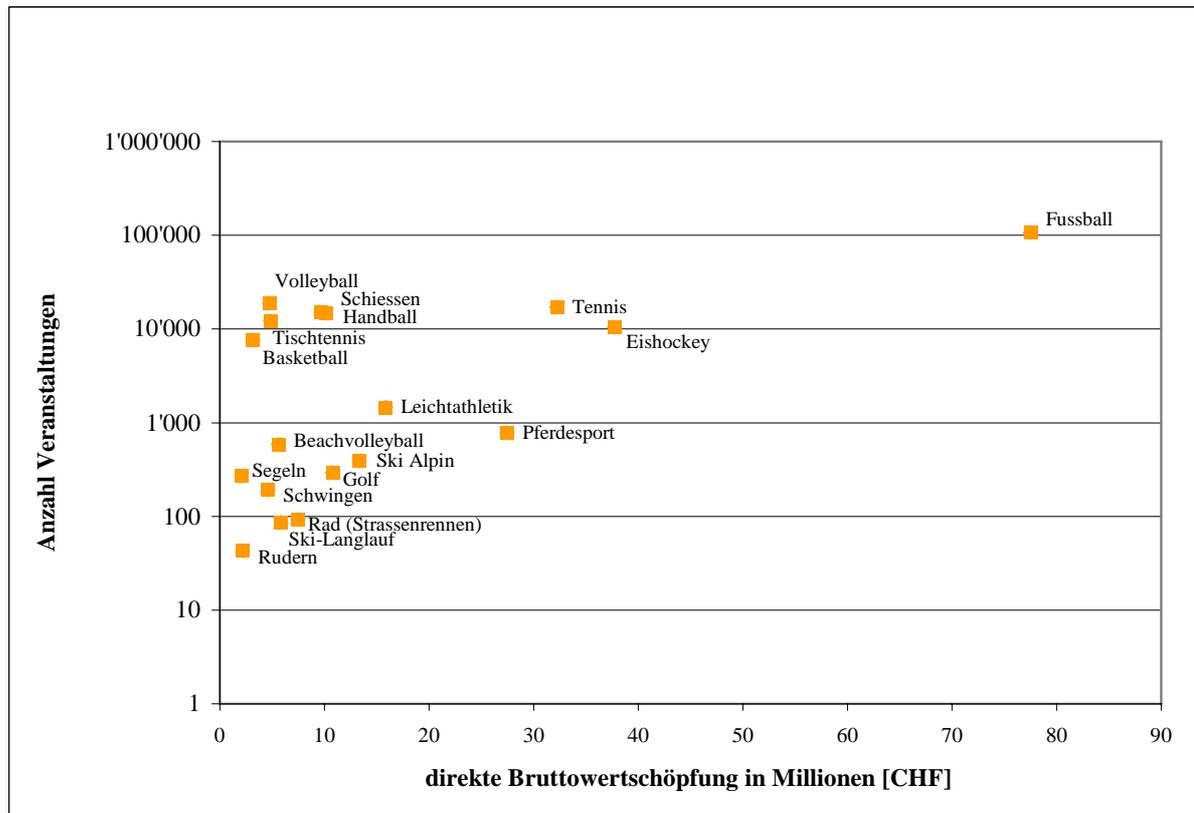


Abbildung 15 zeigt die absolute direkte Bruttowertschöpfung der Sportveranstaltungen. Die Sportarten sind dabei, analog Abbildung 9, nach deren direkten Gesamtumsatz geordnet. Fussball hat, entsprechend dem höchsten Umsatz, mit CHF 77 Mio. auch die höchste Bruttowertschöpfung aller Sportarten. Eishockey weist mit CHF 38 Mio. die zweithöchste Bruttowertschöpfung auf, gefolgt von Tennis mit CHF 32 Mio. Rad und Ski-Langlauf haben eine höhere direkte Bruttowertschöpfung verglichen mit ihrem direkten Gesamtumsatz, Fussball, Schiessen, Volleyball, Schwingen und Basketball eine tiefere.

Vergleicht man nun die direkte Bruttowertschöpfung mit der Anzahl Veranstaltungen einer Sportart, ergibt sich nachfolgende Darstellung:

Abbildung 16: Vergleich zwischen der direkten Bruttowertschöpfung einer Sportart und der Anzahl Sportveranstaltungen im Jahr 2006, aufgeteilt nach Sportart¹⁸



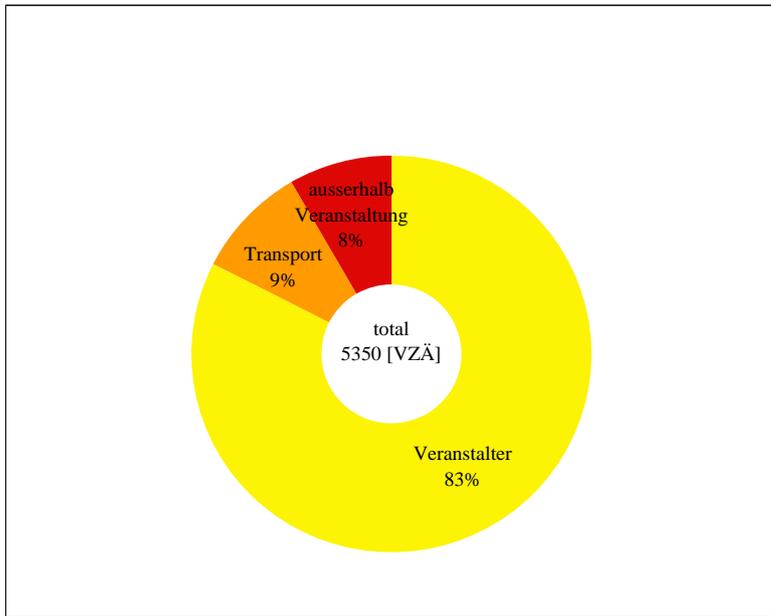
Beim Vergleich zwischen der direkten Bruttowertschöpfung und der Anzahl Sportveranstaltungen ist eine gewisse Tendenz erkennbar: Je mehr Veranstaltungen in einer Sportart stattfinden, desto höher ist die direkte Bruttowertschöpfung. Jedoch ist zu beachten, dass die Ordinate (vertikale Achse, hier die Anzahl Veranstaltungen) eine logarithmische Skala (Exponentialfunktion) aufweist. Ein eindeutiger Schluss bezüglich der Bruttowertschöpfung ist mittels der Anzahl Veranstaltungen nicht möglich.

4.6 Direkte Beschäftigung

Durch die generierten Umsätze sowie die Bruttowertschöpfung wird durch die Sportveranstaltungen im Jahr 2006 eine Beschäftigungswirkung im Umfang von 5'350 Vollzeitäquivalenten ausgelöst. Dies entspricht knapp 0.02 VZÄ pro Sportveranstaltung. Der Grossteil der Beschäftigung entsteht bei den Veranstaltern selber, nämlich 83% oder rund 4'400 VZÄ. Die restliche Beschäftigungswirkung, die durch den Transport (500 VZÄ) und durch die Ausgaben ausserhalb der Veranstaltungen (450 VZÄ) generiert wird, hat einen Anteil von 8% resp. 9%.

¹⁸ Achtung: Logarithmische Skala auf der Ordinate.

Abbildung 17: Ausgelöste Beschäftigung durch die Sportveranstaltungen im Jahr 2006



5. Sportgrossveranstaltungen in der Schweiz

Dieses Kapitel beleuchtet die Struktur (Kap. 5.1) und die ökonomischen Wirkungen der Sportgrossveranstaltungen (Kap. 5.2) in der Schweiz. Ein spezieller Fokus wird zusätzlich auf die Swiss Top Sport Events (Kap. 5.3) und auf die EURO 2008 (Kap. 5.4) gelegt. Abschliessend folgen Ausführungen zu den indirekten und intangiblen Effekten von Sportgrossanlässen (Kap. 5.5).

5.1 Übersicht über die Struktur der Sportgrossveranstaltungen

Die Sportgrossveranstaltungen (Typ L, XL) in der Schweiz zeichnen sich aus durch eine grosse Vielfalt und Breite. Je nach Sportart und Veranstaltung zeigen diese unterschiedliche Eigenschaften: Das Teilnehmerfeld bei Sportgrossveranstaltungen kann national oder international, die Veranstaltung auf den Spitzensport oder eher auf den Breitensport ausgerichtet sein. Im Mittelpunkt stehen kann sowohl eine Team sportart als auch eine Individual sportart. Einige Sportgrossveranstaltungen finden regelmässig statt, andere nur sporadisch. Sie werden entweder in einer Stadt durchgeführt oder auf dem Land, zudem ist die Verteilung der Sportgrossanlässe auf die einzelnen Kantone sehr unterschiedlich.

Nachfolgende Übersicht zeigt die Sportgrossveranstaltungen in der Schweiz, aufgeführt nach Sportart und mit der geschätzten Durchführungshäufigkeit:

Tabelle 6: Sportgrossveranstaltungen in der Schweiz

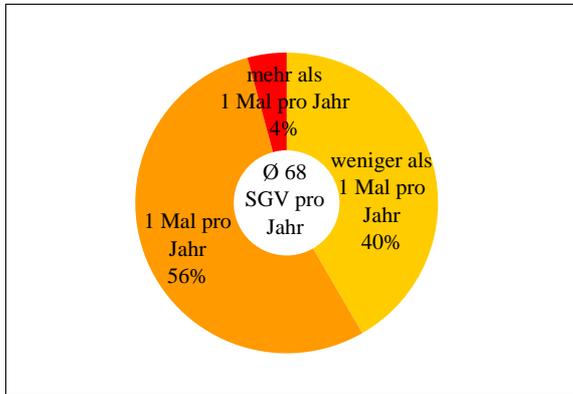
Sportart	Sportveranstaltung	Durchführungshäufigkeit
Fussball	Fussball Länderspiele	mehrere pro Jahr
Fussball	Champions League Qualifikationsrunde und Gruppenspiele	
Tennis	Davis Cup Spiele Fed Cup Spiele	
Automobil	Rallye International du Valais	jährlich
Badminton	Badminton Wilson Swiss Open	
Ballonfliegen	Festival International de Ballons	
Bob	Bob Weltcuprennen	
Eishockey	Eishockey Swiss Cup Spengler Cup Davos	
Eiskunstenlaufen	Art on Ice Zürich	
Freestyle	freestyle.ch	
Fussball	Final Swisscom Cup	
Gigathlon	Gigathlon	
Golf	Golf Omega European Masters	
Leichtathletik	Athletissima Lausanne	
	Course de l'Escalade	
	Grand-Prix von Bern	
	Greifenseelauf	
	Jungfrau-Marathon	
	Luzerner Stadtlauf	
	Schweizer Frauenlauf Bern	
	Spitzenleichtathletik Luzern	
	Weltklasse Zürich	
Zürcher Silvesterlauf		
Zürich Marathon		
Motocross	International Supercross	
Mountainbike	alpintour, swiss-bike-masters	
	Grand Raid Cristalp	
Pferdesport	Concours Hippique International Genève	
	Concours Hippique St.Moritz	
	CSI Zürich	
	CSIO St. Gallen	
	White Turf Racing St.Moritz	

Radsport	Tour de Romandie	
	Meisterschaft von Zürich	
	Samsung 6-Tagerennen Zürich	
	Tour de Suisse	
Rudern	Ruderwelt Luzern	
Schwimmen	Brünigschwimmet	
Segeln	St. Moritz Match Race	
Ski alpin	Ski Weltcup Wengen (Lauberhornrennen)	
	Ski Weltcup Adelboden	
	Ski Weltcup St. Moritz	
	Ski Weltcup Lenzerheide/(Crans Montana)	
Ski nordisch	Engadin Skimarathon	
	Weltcup Davos Nordic	
	Weltcup Skispringen Engelberg	
Tennis	Allianz Swiss Open Gstaad	
	Davidoff Swiss Indoors	
	Zürich Open	
Triathlon/Duathlon	Ironman Switzerland	
	Zürich Triathlon	
	Powerman Zofingen	
Turnen	SWISS CUP	
Volleyball	Beachvolleyball World Tour Gstaad	
	Internationales Volleyballturnier Montreux	
Hornussen	Eidg. Hornusserfest	alle 3 Jahre
Schwimmen	Eidg. Schwingfest	
Bob	Bob EM	alle 4 Jahre
	Bob Skeleton WM	
	Bob WM	
Schiessen	Eidg. Schützenfest	alle 5 Jahre
Turnen	Eidg. Turnfest	alle 6 Jahre
Rad (Quer)	Quer-WM	alle 8 Jahre
Curling	Curling WM	alle 10 Jahre
Eishockey	Eishockey A-WM	
	U20 Eishockey WM	
Mountainbike	Mountainbike WM	
Pferdesport	Springreiten EM	
Triathlon	Triathlon WM	
Turnen	Unspunnenfest	alle 13 Jahre
Badminton	Badminton WM	alle 15 Jahre
Eiskunstlauf	Eiskunstlauf WM	
Rad (Strassenrennen)	Strassen-Rad-WM	
Rollhockey	Rollhockey WM	
Rudern	Ruder WM	
Fechten	Fechten WM	alle 20 Jahre
Handball	Handball-EM	
	U21 Handball WM	
Leichtathletik	Cross WM	
	Halbmarathon WM	
Orientierungslauf	OL WM	
Schach	Schach WM	
Ski Alpin	Snowboard WM	
Tennis	Rollstuhltennis WM	
Turnen	Gymnastrada	
	Kunstturn WM	
	Rhythm. Sportgymnastik WM	
Volleyball	Beachvolley WM	
	Volleyball EM	
Ski Freestyle	Ski-Freestyle-WM	alle 25 Jahre
Ski Alpin	Ski-WM	alle 30 Jahre
Fussball	Fussball EM	alle 40-50 Jahre
	Paralympics	alle 70 Jahre
	Olympische Winterspiele	alle 80 Jahre

Sportgrossveranstaltungen haben unterschiedliche Durchführungsrhythmen. Einerseits gibt es solche, die mehrmals pro Jahr stattfinden, andererseits werden Sportgrossveranstaltungen in regelmässigem oder unregelmässigem Mehrjahresrhythmus durchgeführt.

Mehr als die Hälfte der Sportgrossveranstaltungen wird ein Mal pro Jahr ausgetragen. 40% finden weniger häufig statt, je höher der Gesamtumsatz, desto weniger seltener wird mit einer Austragung in der Schweiz gerechnet. Ein Bruchteil der Sportveranstaltungen (4%) wird mehrmals pro Jahr durchgeführt. Im Durchschnitt finden pro Jahr 68 Sportgrossveranstaltungen in der Schweiz statt.

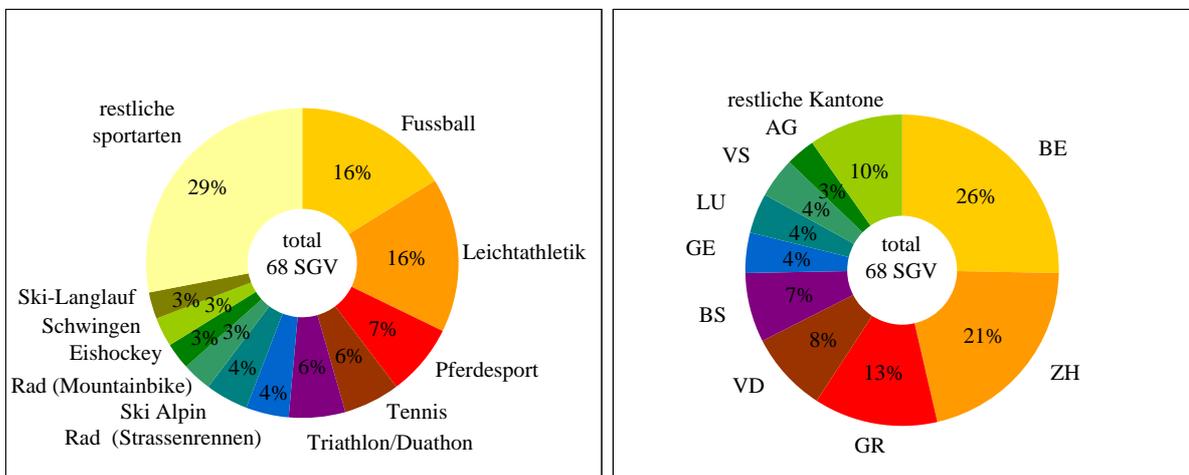
Abbildung 18: Durchführungshäufigkeit von Sportgrossveranstaltungen



Insgesamt sind im Betrachtungsjahr 2006 68 Sportgrossveranstaltungen ausgetragen worden, das betrachtete Jahr ist demzufolge ein „Durchschnittsjahr“.

39 der 68 Sportgrossveranstaltungen werden in den zehn ökonomisch bedeutendsten Sportarten durchgeführt, die restlichen finden bei den anderen Sportarten statt.

Abbildung 19: Anzahl Sportgrossveranstaltungen je Sportart und je Kanton im Jahr 2006

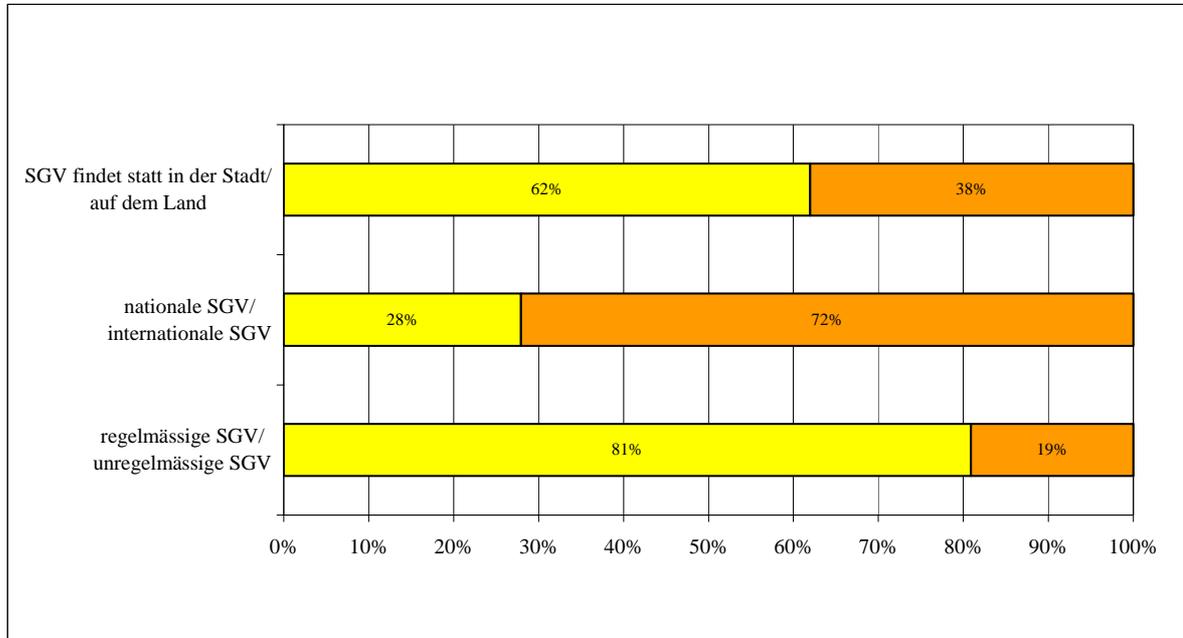


Am meisten Sportgrossveranstaltungen (vgl. Abbildung 19) – jeweils 16% aller Veranstaltungen – weisen die Sportarten Fussball und Leichtathletik auf. Ein Grossteil der Sportarten mit verhältnismässig vielen Sportgrossveranstaltungen sind eher Randsportarten, so zum Beispiel Pferdesport, Triathlon/Duathlon, Schwingen oder Ski-Langlauf. In viele Sportarten wird nur gerade eine Sportgrossveranstaltung durchgeführt, beispielsweise beim Volleyball, Segeln, Rudern, Handball, Bob oder Hornussen.

Im Kanton Bern finden am meisten Sportgrossveranstaltungen statt, gefolgt vom Kanton Zürich, dem Kanton Graubünden und dem Kanton Waadt. In diesen vier Kantonen werden über zwei Drittel aller Sportgrossveranstaltungen durchgeführt.

staltungen durchgeführt (68%). Zwischen zwei und drei Sportgrossveranstaltungen pro Jahr beherbergen die Kantone Basel-Stadt, Genf, Luzern, Wallis und Aargau (vgl. Abbildung 19).

Abbildung 20: Aufteilung der Sportgrossveranstaltungen nach Veranstaltungsarten im Jahr 2006

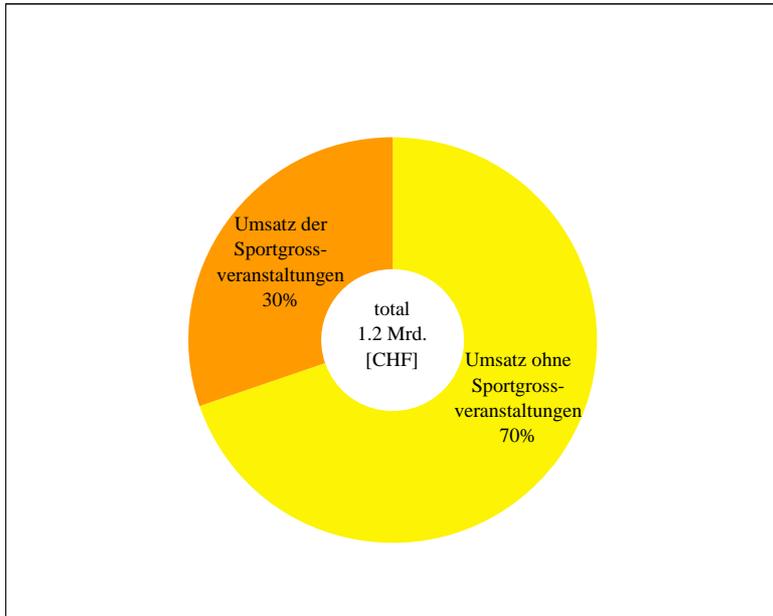


Im Jahr 2006 werden 62% aller Sportgrossveranstaltungen in einer Stadt durchgeführt. 72% der Sportgrossveranstaltungen sind Veranstaltungen mit internationaler Beteiligung. Der grösste Teil aller Sportgrossveranstaltungen (81%) findet regelmässig statt (vgl. Abbildung 20), das heisst diese Veranstaltungen unterliegen einem festgelegten Durchführungsrhythmus. Dies kann mehrmals jährlich, jährlich oder auch in Abständen von einigen Jahren sein.

5.2 Ökonomische Bedeutung der Sportgrossveranstaltungen

Der direkte Gesamtumsatz der in der Studie berücksichtigten 68 Sportgrossveranstaltungen im Jahr 2006 beträgt total CHF 355 Mio. Damit haben die Sportgrossveranstaltungen (Typ L, XL) einen Anteil am Umsatz aller Sportveranstaltungen von 30% (vgl. Abbildung 21).

Abbildung 21: Anteil der Sportgrossveranstaltungen am direkten Gesamtumsatz aller Sportveranstaltungen im Jahr 2006



Die Anteile des direkten Gesamtumsatzes der Sportgrossveranstaltungen bei den einzelnen Sportarten sind sehr unterschiedlich und abhängig von den Sportarten (vgl. Abbildung 22). Der Anteil der ökonomischen Wirkungen der Sportgrossveranstaltungen am Total aller Sportveranstaltungen pro Sportart variiert zwischen 94% beim Radsport (Strassenrennen) bis 0% beim Basketball. Im Radsport (Strassenrennen) finden vergleichsweise viele und ökonomisch bedeutende Sportgrossanlässe statt, so dass der Umsatzanteil der Sportgrossveranstaltungen bezogen auf alle Radsportveranstaltungen so bedeutend ausfällt. Den zweitgrössten Anteil haben die Sportgrossveranstaltungen im Ski-Langlauf (85%), den drittgrössten beim Pferdesport und Golf (je 67%). Zwischen den verschiedenen Sportgrossanlässen bestehen sehr grosse Differenzen bezogen auf den Umsatz. So beläuft sich die Differenz zwischen dem Sportgrossanlass mit dem tiefsten und jenem mit dem höchsten Umsatz auf CHF 23 Mio.

Abbildung 22: Anteil der Sportgrossveranstaltungen am direkten Gesamtumsatz aller Sportveranstaltungen im Jahr 2006, aufgeteilt nach Sportart



Sportveranstaltungen haben sehr unterschiedliche direkte Gesamtumsätze. Während übrige Sportveranstaltungen (Typ XS, S, M) im Durchschnitt einen direkten Gesamtumsatz von CHF 3'700 aufweisen, bringt es eine Swiss Top Sport (STS)-Veranstaltung auf einen durchschnittlichen direkten Gesamtumsatz von CHF 13.8 Mio. Eine Sportgrossveranstaltung weist im Durchschnitt einen entsprechenden Umsatz von CHF 4.7 Mio. auf.

Tabelle 7: Überblick über den durchschnittlichen direkten Gesamtumsatz von Sportveranstaltungen

Sportveranstaltungen	
Durchschnittlicher direkter Gesamtumsatz einer Sportveranstaltung (XS, S, M, L, XL) [CHF]	5'250
Durchschnittlicher direkter Gesamtumsatz einer Sportveranstaltung ohne Sportgrossveranstaltungen (XS, S, M) [CHF]	3'700
Sportgrossveranstaltungen	
Durchschnittlicher direkter Gesamtumsatz einer Sportgrossveranstaltung (L, XL) [CHF]	4.7 Mio.
Durchschnittlicher direkter Gesamtumsatz einer Sportgrossveranstaltung ohne STS-Veranstaltungen [CHF]	2.7 Mio.
STS-Veranstaltungen	
Durchschnittlicher direkter Gesamtumsatz einer STS-Veranstaltung [CHF]	13.8 Mio.

5.3 Ökonomische Bedeutung der Swiss Top Sport-Veranstaltungen

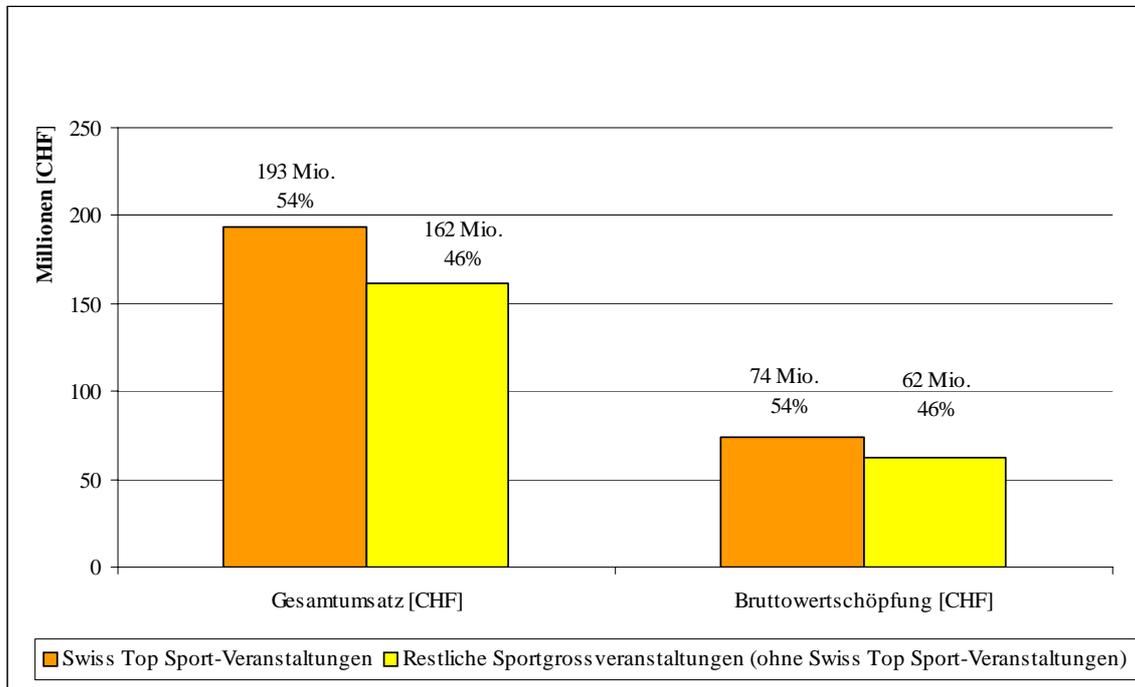
Die Vereinigung "Swiss Top Sport" (STS) besteht aus 14 wichtigen Schweizer Spitzensport-Veranstaltern und wurde im Jahr 2000 gegründet. Heute gehören der Vereinigung die folgenden 14 Mitglieder an: Allianz Swiss Open Gstaad, Athletissima Lausanne, CSI-W Genf, CSIO Schweiz, Davidoff Swiss Indoors Basel, FIS Ski World Cup Adelboden, Int. Lauberhornrennen Wengen, Mercedes-CSI, Omega European Masters, Ruderwelt Luzern, Spengler Cup Davos, Tour de Suisse, Weltklasse Zürich, Zurich Open.¹⁹

Die 14 STS-Veranstaltungen generieren zusammen einen direkten Gesamtumsatz von CHF 193 Mio., was einem relativen Anteil von 54% des direkten Gesamtumsatzes aller Sportgrossveranstaltungen entspricht. 46% des Umsatzes der Sportgrossveranstaltungen werden von den restlichen Sportgrossveranstaltungen (ohne STS) erwirtschaftet (vgl. Abbildung 23). Damit haben die STS-Veranstaltungen einen Anteil von 16% am direkten Umsatz aller 230'000 Veranstaltungen in der Schweiz.

Die direkte Bruttowertschöpfung der Sportgrossveranstaltungen beläuft sich auf CHF 136 Mio. Der relative Anteil der direkten Bruttowertschöpfung der STS-Veranstaltungen an der totalen direkten Bruttowertschöpfung beträgt 54%. Absolut gesehen sind das CHF 74 Mio.

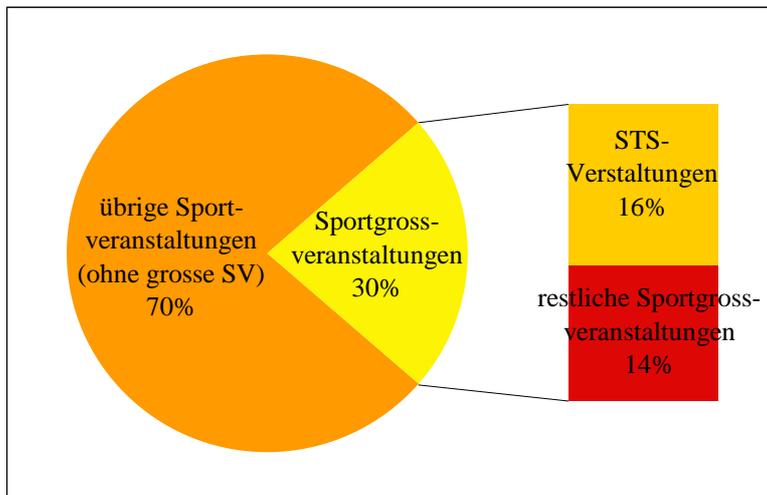
¹⁹ vgl. <http://www.swisstoppsport.ch>, 13.06.07.

Abbildung 23: Direkter Umsatz und direkte Bruttowertschöpfung der Swiss Top Sport-Veranstaltungen und der restlichen Grossveranstaltungen des Jahres 2006 im Vergleich



Da auch bei den STS-Veranstaltungen nur die direkten Wirkungen (Umsatz, Wertschöpfung) berechnet werden, sind bei den STS-Veranstaltungen indirekte Wirkungen auf der zweiten Wertschöpfungsstufe sowie Umsetzungsmassnahmen im Sponsoring (Kommunikation, Organisation und Hospitality) nicht einbezogen. Ausgehend von Kennzahlen anderer untersuchter Anlässe betragen die indirekten Wirkungen zwischen 60% und 90% der direkten Wirkungen. Bezogen auf den direkten Umsatz der STS-Veranstaltungen von CHF 193 Mio. darf – grob geschätzt – von zusätzlichen indirekten Wirkungen von zwischen CHF 110 Mio. und CHF 170 Mio. ausgegangen werden. Um diese indirekten Wirkungen genau zu quantifizieren, wären umfassende empirische Erhebungen notwendig. Nebst den indirekten Effekten haben auch STS-Veranstaltungen eine Vielzahl von schwer oder nicht messbaren Effekten (so genannte intangible Effekte) wie z.B. Imagewirkungen aufgrund der Anlässe sowie gesellschaftliche Effekte. Der Einbezug von solchen intangiblen Effekten war nicht Ziel dieser Studie (siehe Kap. 2.5.1).

Abbildung 24: Struktur des direkten Gesamtumsatzes aller Sportveranstaltungen im Jahr 2006



Die STS-Veranstaltungen machen insgesamt einen Anteil von 16% aus am direkten Gesamtumsatz aller Sportveranstaltungen. Die restlichen Sportgrossveranstaltungen haben einen Anteil von 14%.

5.4 Ökonomische Bedeutung der Mega-Sportveranstaltungen am Beispiel der Fussball EURO 2008

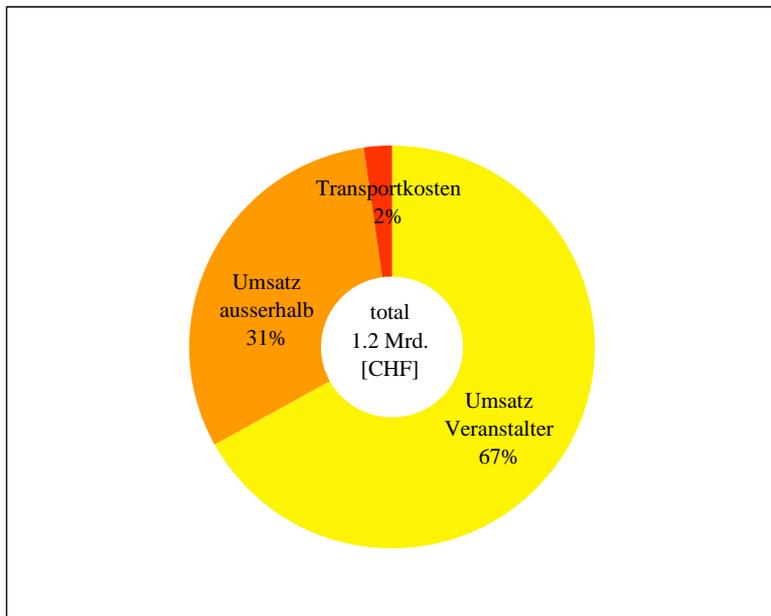
Vom 07. bis 29. Juni 2008 finden in der Schweiz und in Österreich die UEFA Fussball Europa-Meisterschaften (UEFA EURO 2008™) statt. Dieser Anlass ist gemäss der Typologisierung eine Mega-Sportveranstaltung (Typ XL, vgl. Kap. 3.3.4). Der Anlass erfüllt mit einem Budget, das über CHF 50 Mio. liegt und der medialen Attraktivität mit einer Ausstrahlung in mehr als 30 Länder die beiden Muss-Kriterien klar. Mit einer erwarteten Zahl von zwischen 2.8 Mio. und 5.4 Mio. Besuchern (Matchbesucher, Public Viewing, Fanzonen) wird das Kann-Kriterium mit 100'000 Zuschauern deutlich übertroffen.

Der direkte Umsatz der EURO 2008 wird gemäss einer ex-ante Wertschöpfungsstudie auf CHF 1.2 Mrd. (Maximum-Szenario)²⁰ geschätzt. Dieser setzt sich zusammen aus dem direkten Umsatz der Stadien (CHF 53 Mio.), der Veranstalter (CHF 171 Mio.), des Bundes und der Host Cities (ca. CHF 100 Mio.), der Besucher (CHF 405 Mio.), sowie der übrigen Bereiche (ca. CHF 500 Mio.). Der Umsatz der Besucher von CHF 405 Mio. verteilt sich auf den Umsatz ausserhalb der Veranstaltung (CHF 378 Mio.) und auf die Transportkosten (CHF 27 Mio.). Die Umsätze der UEFA EURO 2008™ generieren in der Schweiz eine prognostizierte Bruttowertschöpfung von CHF 724 Mio. Bezogen auf ein Jahr entspricht dies einem Beitrag zum BIP der Schweiz von 0.16%. Aufgrund der zahlreichen Einflüsse auf die Volkswirtschaft ist diese Wirkung makroökonomisch kaum messbar. Die Umsätze der Veranstalter, der Stadien, des Bundes/der Host Cities und der übrigen Bereiche (Werbung, Medien, Telekommunikation, SBB, SFV, Präsenz Schweiz, Sportfive, IKAPOL, UBS-Arenas, andere Städte/Kantone

²⁰ Rütter H. et al. (2007) haben für die Berechnung der ökonomischen Wirkungen der UEFA EURO 2008™ zwischen einem Minimal- und ein Maximalszenario unterschieden. Die hier verwendeten Zahlen basieren auf der Berechnung, die von einer höheren wirtschaftlichen Bedeutung ausgeht (Maximal-Szenario). Weiter wurde in den Berechnungen zwischen Brutto- und Nettowirkungen differenziert. Die Bruttowirkungen zeigen die gesamthaft durch die EURO 2008 generierten Umsätze und Wertschöpfungen inkl. Kompensationen und Budgetverlagerungen. Da bei den Sportgrossveranstaltungen mögliche Crowding-Out-Effekte ebenfalls nicht berücksichtigt wurden, werden die Umsätze der Sportgrossveranstaltungen den Bruttowirkungen der EURO 2008 gegenübergestellt.

u.a.) ergeben zusammen einen Anteil von 67%, die Umsätze der Besucher ausserhalb der Veranstaltung 31% sowie die Transportkosten 2% (vgl. Abbildung 25).²¹

Abbildung 25: Direkter Gesamtumsatz der UEFA EURO 2008™

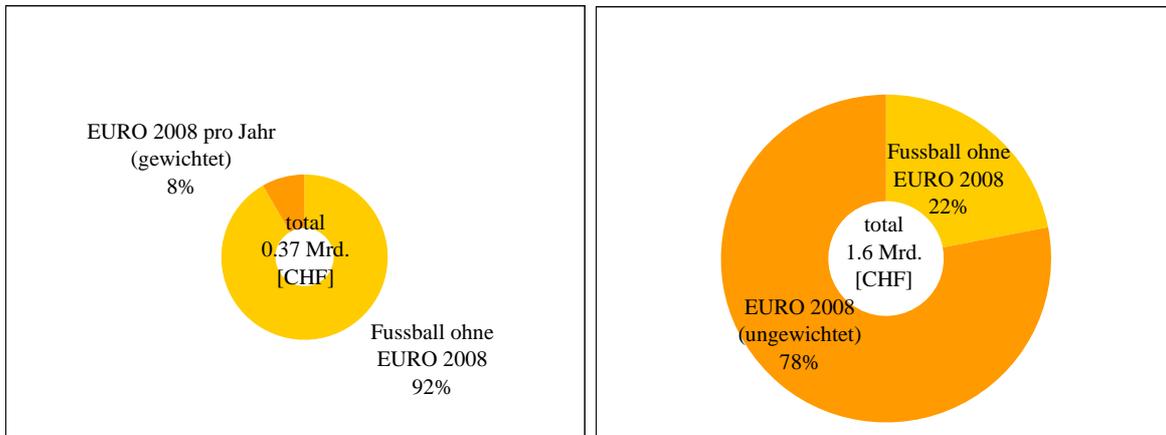


Wenn man davon ausgeht, dass in der Schweiz nur alle 40 bis 50 Jahre eine Fussball Europameisterschaft stattfindet (wie dies in der Vergangenheit der Fall war), kann der pro Jahr dem Fussball zurechenbare Umsatzanteil auf rund 40 Jahre verteilt werden. Bei dieser Betrachtungsweise ergibt sich ein Anteil der EURO von 8% pro Jahr. Alle übrigen Fussballveranstaltungen haben gemäss dieser Berechnung einen Anteil von 92% des direkten Gesamtumsatzes aller Fussballveranstaltungen.

Wenn man den gesamten direkten Umsatz der EURO dem Jahr 2008 zurechnet, macht die EURO 78% am direkten Gesamtumsatz des Fussballs im Jahr 2008 aus. 22% entfallen auf alle übrigen Veranstaltungen im Fussball. Das heisst, alle rund 107'000 Veranstaltungen im Fussball (inkl. Nati-, Champions-League-Spiele) generieren einen Umsatz, der rund drei Mal kleiner ist als der Umsatz der EURO.

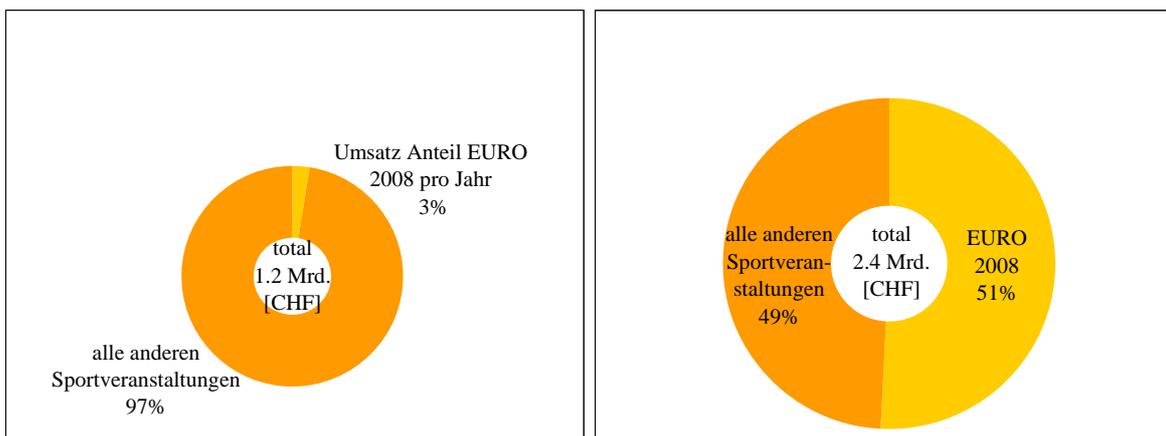
²¹ vgl. Rütter H. et al., 2007, S. 16 ff.

Abbildung 26: Gesamtumsatz des Fussballs im Jahr 2008 mit gewichtetem und ungewichtetem Umsatzanteil der EURO 2008 (gewichtet nach Annahme der Durchführungshäufigkeit alle 40 Jahre)



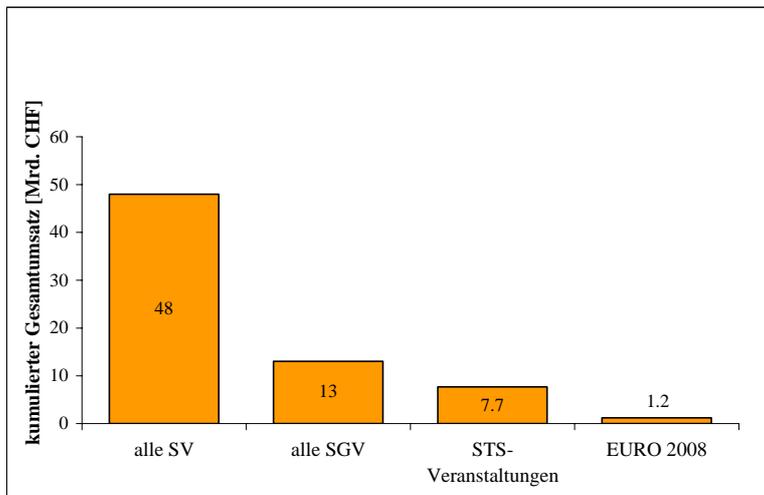
Wenn man den Umsatz der Megasportveranstaltung EURO 2008 in Bezug zum direkten Umsatz aller Sportveranstaltungen setzt, dann entspricht der gesamte direkte Umsatz der EURO (CHF 1.2 Mrd.) ungefähr dem direkten Umsatz aller anderen Sportveranstaltungen, die in einem Jahr in der Schweiz stattfinden (gerundet, vgl. Abbildung 27). Der Vergleich mit einer anteilmässigen jährlichen Gewichtung der EURO ergibt natürlich ein ganz anderes Bild. Wird der Umsatz auf 40 Jahre verteilt (möglicher Durchführungsrhythmus), dann ergibt sich ein Anteil des direkten Umsatzes von 3%. Alle übrigen Sportveranstaltungen haben einen Anteil von 97% am direkten Gesamtumsatz von allen Veranstaltungen pro Jahr.

Abbildung 27: Gesamtumsatz aller Sportveranstaltungen im Jahr 2008 mit gewichtetem (links) und ungewichtetem (rechts) Umsatzanteil der EURO 2008 (gewichtet nach Annahme der Durchführungshäufigkeit von 40 Jahren)



Werden die direkten Gesamtumsätze aller Sportveranstaltungen über 40 Jahre aufgerechnet, relativiert sich der direkte Gesamtumsatz der EURO 2008. Die CHF 1.2 Mrd. sind im Vergleich zu den STS-Veranstaltungen resp. zu allen Sportgrossveranstaltungen über diesen Zeitraum eher klein. Der direkte Gesamtumsatz der EURO 2008 entspricht etwa dem direkten Gesamtumsatz aller Sportveranstaltungen eines Jahres in der Schweiz.

Abbildung 28: Vergleich der direkten Gesamtumsätze verschiedener Sportveranstaltungsgrössen über 40 Jahre



(SV: Sportveranstaltung, SGV: Sportgrossveranstaltung, STS: Swiss Top Sport; ohne Teuerung und Zins)

5.5 Indirekte und intangible Effekte von Sportgrossveranstaltungen

Zusätzlich zu den oben berechneten direkten ökonomischen Wirkungen löst eine Sportgrossveranstaltung auch indirekte ökonomische Wirkungen sowie intangible Effekte aus. Zu den indirekten Wirkungen zählen die Ausgaben und Investitionen auf der zweiten Wertschöpfungsstufe sowie die durch die Einkommen zusätzlich generierte Konsumnachfrage. Dies sind z.B. die ökonomischen Wirkungen, die ausgelöst werden, wenn der Veranstalter für die Festwirtschaft Brot beim Bäcker kauft oder die Konsumausgaben, die ein Mitarbeiter einer Eventagentur tätigt mit dem Lohn, der aufgrund der Sportveranstaltung generiert wird.

Intangible Effekte sind schwer oder nicht quantifizierbare Wirkungen. Zu den intangiblen ökonomischen Effekten sind z.B. die Erhöhung der Bekanntheit und die Veränderung des Images eines Veranstaltungsortes aufgrund der Berichterstattung in den Medien zu zählen. Ohne Zweifel erhöhen insb. Sportgrossveranstaltungen die Bekanntheit des durchführenden Ortes. Eine gut geplante und wirksam durchgeführte Vermarktung des Veranstaltungsortes im Rahmen des Anlasses vermag daher die Zahl der Touristen nach dem Event zu steigern.

Neben den Bekanntheits- und Image-Effekten gibt es weitere gesellschaftliche intangible Effekte. Dazu ist die Freude der Bevölkerung einer Region bei einem Sportanlass zu zählen. Die Organisation eines Sportanlasses kann zudem den Zusammenhalt der Bevölkerung stärken und die Kooperation zwischen verschiedenen Akteuren verbessern. Weiter kann das Knowhow in der Organisation von Veranstaltungen und die Kompetenz von Mitarbeitern (Sicherheitskräfte, Volunteers, Personal im Verkaufs- und Tourismusgewerbe etc.) erhöht und für die Zukunft genutzt werden.

Eine entscheidende Voraussetzung für die Durchführung von kleinen (Typ XS, S) und mittleren (Typ M) aber auch Sportgrossveranstaltungen (Typ L, XL) ist die ehrenamtliche Arbeit. Müsste die geleistete Arbeit marktgerecht entschädigt werden, wäre die Existenz von sehr vielen Sportanlässen aufgrund der damit verbundenen Kosten stark gefährdet.

Die Dynamik einer Sportveranstaltung kann zudem dazu führen, die Popularität des Sports oder einer bestimmten Sportart zu steigern. Auswirkungen können eine gesteigerte Ausübungshäufigkeit der Sportart oder eine Steigerung der Anzahl Sportler sein. Dies kann dazu beitragen, das Gesundheitsbewusstsein und die Gesundheit der Bevölkerung zu erhöhen sowie dem Spitzensport eine breitere Basis für die Zukunft zu sichern. Gerade die gesellschaftlichen Auswirkungen einer Sportgrossveranstaltung oder eines Mega-Events können für die Zukunft der Vereine und Verbände der betreffenden Sportart sehr bedeutend sein.

Ein Anlass wie die EURO 2008 bietet zudem die Chance, die Infrastruktur (insbesondere die Stadien) zu erneuern bzw. neu zu bauen und so auch in Zukunft international wettbewerbsfähig zu sein. Um das Bild der Effekte einer Sportveranstaltung zu komplettieren, müssten auch mögliche negative Effekte wie z.B. die Erhöhung der Lebenshaltungskosten (u.a. Mieten und Baupreise), mögliche Folgekosten der Infrastruktur sowie die Umweltbelastung in eine Gesamtanalyse einbezogen werden.²²

Da das vorliegende Projekt die Analyse der direkten wirtschaftlichen Effekte zum Ziel hat, werden die indirekten Effekte der Sportgrossveranstaltungen nicht berechnet sowie die intangiblen Effekte nicht detaillierter untersucht. Im Projekt „UEFA EURO 2008TM: Gesamtevaluation und Effekte auf die nachhaltige Entwicklung“, das ebenfalls Teil der Ressortforschung des Bundes ist, werden die Wirkungen der Medienberichterstattung im Zusammenhang mit der EURO 2008 auf die Bekanntheit und das Image der Schweiz und der Veranstaltungsorte erstmals mit einer systematisch quantifizierten Zeitreihenanalyse genauer betrachtet.

Indirekte und intangible Effekte gibt es bei kleinen und grossen Sportveranstaltungen. Bei Sportgrossveranstaltungen und Mega-Veranstaltungen sind diese jedoch wesentlich bedeutender. Im Rahmen des Projektes Event-Scorecard²³ wurden die indirekten Effekte bei diversen Sportgrossveranstaltungen in der Schweiz (Ski Weltcup Rennen St. Moritz 2000, Engadin Skimarathon 2001, CSIO St. Gallen 2001, Montreux Volley Masters 2001, Athletissima Lausanne 2001, Ruder WM Luzern 2001, Lauberhornrennen Wengen 2002, Eidg. Schwing- und Älplerfest Luzern 2004) berechnet sowie gewisse intangible Effekte quantifiziert. Zu beachten ist, dass bei den ersten sieben untersuchten Sportgrossanlässen nur ein Teil der indirekten Effekte in den Berechnungen berücksichtigt ist. Aufgrund der laufenden Weiterentwicklung der Methodik konnten beim Eidg. Schwing- und Älplerfest Luzern 2004 die indirekten Wirkungen erstmals umfassend analysiert werden. Der Anteil der totalen indirekten Wirkungen im Vergleich zu den direkten ökonomischen Wirkungen beziffert sich auf ungefähr 60% - 90% je nach Veranstaltung. Das heisst, direkte ökonomische Wirkungen lösen beträchtliche zusätzliche indirekte ökonomische Wirkungen aus. Im Rahmen der Untersuchung dieser Sportgrossanlässe wurden auch gewisse intangible Effekte betrachtet. So wurden der soziale Nutzen der Veranstaltung, die Erfüllung der Erwartungen sowie das Image der Veranstaltung aufgrund der Einschätzung der Zuschauer gemessen (siehe Tabelle 8). Um jedoch ein Gesamtbild der intangiblen Effekte zu erhalten, müssten noch weitere Aspekte miteinbezogen und die Wirkungen über einen längeren Zeitraum analysiert werden.

²² vgl. Preuss, in Krüger/Dreyer, 2004, S. 169ff.

²³ Ergebnisse unter www.event-scorecard.ch als Download verfügbar.

Tabelle 8: Event-Scorecard Ökonomie und Soziales/Image ausgewählter Sportgrossveranstaltungen

	Scorecard Ökonomie	Ski Weltcup St. Moritz 2000	Engadiner Skimarathon 2001	CSIO St. Gallen 2001	Volley Masters Montreux 2001	Athletissima Lausanne 2001	Ruder WM Luzern 2001	Laubhorn Wengen 2002	Schwingfest Luzern 2004
1	Personenfrequenzen (Anz. Personen an der Veranstaltung)	3'600	22'900	22'500	14'700	16'500	20'700	21'700	83'000
2	Ausgelöste Logiernächte	5'100	84'700	2'500	4'000	2'900	41'500	30'400	45'300
3	Durchschnittliche Ausgaben in der Region pro Person (in CHF)	232	361	138	86	64	327	239	239
6	Direkt ausgelöste Umsätze in der Region (in Mio. CHF)	1.65	10.71	4.32	1.56	3.22	8.41	7.15	19.5
8	Total (direkt + indirekt) ausgelöste Umsätze in der Region (in Mio. CHF)	2.56	11.89	5.57	2.35	4.46	10.52	8.81	31.4
9	Total (direkt + indirekt) ausgelöste Bruttowertschöpfung in der Region (in Mio. CHF)	0.61	5.04	3.98	0.86	0.71	3.4	3.49	13.1
11	Total (direkt + indirekt) ausgelöste Umsätze in der Schweiz (in Mio. CHF)	2.86	13.94	7.51	2.6	4.76	15.14	10.49	42.2
12	Total (direkt + indirekt) ausgelöste Bruttowertschöpfung in der Schweiz (in Mio. CHF)	0.78	5.83	5.31	1.03	0.89	6	4.46	17.7
	Scorecard Soziales/Image								
19	Beurteilung des sozialen Nutzens durch die Zuschauer	3.6	3.8	3.6	3.9	3.9	3.8	3.8	3.9
20	Erfüllung der Erwartungen der Personen	4	4.5	4.5	4.6	4.6	4.5	4.2	4.6
23	Beurteilung des positiven Images der Veranstaltung durch Zuschauer	3.8	4	4.7	3.6	3.7	3.6	4.4	4.8

Quelle: <http://www.event-scorecard.ch>, 15.11.2007

Zu 1, 3, 5: Personen sind Zuschauer, Athleten, Trainer/Betreuer, Medienvertreter, Helfer

Zu 2, 6-12: Die Angaben sind eventgewichtet, d.h. Angaben ausserhalb des Veranstaltungsgeländes fließen nur proportional zur Wichtigkeit des Anlasses für den Besuch in der Region in die Berechnung ein.

Zu 8-12: Ausser beim Schwingfest sind bei den übrigen sieben Veranstaltungen bei den indirekten Wirkungen nur ein Teil der indirekten Wirkungen berechnet worden, da die Berechnungsmethodik im Verlauf der Projekte ausgebaut wurde.

Zu 19: Dieser Wert wurde statistisch aus verschiedenen Fragen zu sozialen Nutzenaspekten berechnet. Je grösser der Wert umso besser, der Maximalwert liegt bei 5.

Zu 20: Die Skala geht von „1 = Erwartungen gar nicht erfüllt“ bis „5 = Erwartungen volle und ganz erfüllt“.

Zu 23: Dieser Wert wurde statistisch aus verschiedenen Fragen zum Image berechnet. Je grösser der Wert umso besser, der Maximalwert liegt bei 5.

6. Ökonomische Bedeutung der Sportveranstaltungen ausgewiesener Sportarten

Nachdem in Kapitel 4 Aussagen über die ökonomische Bedeutung aller Sportveranstaltungen gemacht wurden, folgt nun die Analyse differenziert nach einzelnen Sportarten. Die Auswahl der zehn Sportarten Fussball, Eishockey, Tennis, Pferdesport, Leichtathletik, Schiessen, Ski Alpin, Handball, Golf und Volleyball erfolgte aufgrund ihrer ökonomischen Bedeutung der Sportveranstaltungen. Das heisst, diese zehn Sportarten haben den höchsten Anteil an der ökonomischen Bedeutung der Sportveranstaltungen aller Sportarten und machen insgesamt 80% des gesamten Umsatzes aller Sportveranstaltungen in der Schweiz aus.

6.1 Fussball

Der Schweizerische Fussballverband (SFV) ist die Dachorganisation des Schweizerischen Fussballs und wurde 1895 gegründet. Insgesamt wurden in der Saison 2006 rund 107'000 Fussballspiele ausgetragen (A-Nationalmannschaftsspiel bis zum Junioren F Match). Dies sind beinahe 50% aller in der Schweiz in einem Jahr 2006 stattfindenden Sportveranstaltungen.

Sowohl die Nationalmannschaften der Männer (7 Teams) als auch jene der Frauen (3 Teams) sind direkt dem SFV unterstellt. Weiter sind die Swiss Football League (Xpo Super League als höchste Spielklasse mit 10 Vereinen und Challenge League als zweithöchste Spielklasse mit 18 Vereinen), die 1. Liga (30 Vereine, aufgeteilt in drei Gruppen), die Amateurliga (68 2. Liga interregional Vereine, aufgeteilt in fünf Gruppen) und Regionalverbände (13 Regionalverbände mit 1'414 Vereinen) Bestandteil des SFV. Der Firmenfussball spielt mit rund 140 Vereinen in einer eigenen Meisterschaft.²⁴ Firmen, die eigene Mannschaften haben, aber nicht in der Meisterschaft mitspielen, sind nicht berücksichtigt. Grümpelturniere sind eine weitere Kategorie von Fussballveranstaltungen, die vor allem in den Sommermonaten bei Gelegenheitsfussballern, aber auch bei Spielern der Amateurliga und Regionalverbänden auf grosse Beliebtheit stossen. Begründet durch die Tatsache, dass viele dieser Veranstaltungen lokalen Charakter haben, existieren keine genauen Statistiken bzgl. der Anzahl von Turnieren dieser Art. Eine Schätzung von Joly aus dem Jahre 1996 kommt auf 850 Grümpel- und Dorfturniere.²⁵ Hallen- und Grümpelturniere werden in der Erhebung nicht differenziert betrachtet.

Gesamthaft spielten in der Saison 2006 im Schweizer Fussball 12'887 Mannschaften mit 228'464 lizenzierten Spielern (94'357 Aktive und Senioren sowie 134'107 Junioren).²⁶ Zählt man die nicht-lizenzierten Spieler dazu, so bewegen sich in der Schweiz jährlich rund 450'000 praktizierende Fussballer.²⁷

Die Meisterschaftssaison ist in den Ligen zweiphasig. Die Xpo Super League Vereine spielen in der ersten Saisonhälfte von Mitte Juli bis Mitte Dezember die Hinrunde und in der zweiten Saisonhälfte von Mitte Februar bis Ende Mai die Rückrunde. Die Mannschaften der unteren Ligen spielen ebenfalls in zwei Phasen, jedoch mit kürzeren Zyklen. Neben der eigentlichen Meisterschaft finden zahlreiche Cupspiele (Swisscom Cup sowie regionale Cups der unteren Ligen) und für die besten Mannschaften der Super League internationale Ausscheidungen statt (Champions League, Uefa-Cup, UI-Cup). Diese Spiele werden während, vor oder nach der Meisterschaft ausgetragen.

Abgesehen von verschiedenen (Hallen-)Turnieren und regionalen Cups werden praktisch alle Fussballspiele als Einzelveranstaltung ausgetragen. Vielfach werden an einem Spieltag mehrere Spiele desselben Vereins, aber mit

²⁴ vgl. <http://www.sfssport.ch/index.html>, 30.11.2006.

²⁵ vgl. Joly, 1996, S.26.

²⁶ vgl. http://www.football.ch/sfv/de/Statistiken_GRF.aspx?vNews=1&newsID=2, 30.11.2006.

²⁷ vgl. Stettler, 1997, S.117.

Teams in unterschiedlichen Spielklassen ausgetragen. In der Regel findet das Spiel der höchstklassierten Mannschaft des jeweiligen Vereins am Ende des Spieltages statt.

Der Überblick über den Fussball in Tabelle 9 fasst die wichtigsten Eckdaten der rund 107'000 Fussballveranstaltungen zusammen. Der direkte Gesamtumsatz (Umsatz der Veranstalter, Umsatz ausserhalb der Veranstaltung sowie Transportkosten) der Saison 2006 von CHF 367 Mio. generiert unter Annahme des verwendeten Wertschöpfungsanteils (siehe Kapitel 2.5.3.7) eine totale direkte Bruttowertschöpfung von CHF 77 Mio. Unter Berücksichtigung sämtlicher, während der betrachteten Saison ausgetragenen Veranstaltungen beträgt der durchschnittliche direkte Gesamtumsatz einer Sportveranstaltung CHF 2'000. Dieser Betrag mag auf den ersten Blick relativ tief erscheinen. Es gilt jedoch zu berücksichtigen, dass 96% aller Fussballveranstaltungen in der 3. Liga oder einer tieferen Spielklasse ausgetragen werden. Die Mehrheit dieser Veranstaltungen generiert einen Umsatz von wenigen hundert Franken. In diesen Spielklassen spielt die ehrenamtliche Arbeit eine sehr grosse Rolle. Die tatsächlich umsatzstarken Veranstaltungen wie Champions-League, Uefa-Cup, Nationalmannschafts- oder teilweise auch Super und Challenge League Spiele machen nach Anzahl betrachteter Spiele lediglich 0.01% aus. Durch sämtliche teilnehmenden Akteure werden im Durchschnitt pro Veranstaltung für Hin- und Rückreise total 1'600 Kilometer zurückgelegt. Umgerechnet in einen Geldwert löst das Reiseverhalten der Akteure Transportkosten in der Höhe von CHF 52 Mio. aus.

Im Fussball zählt die UEFA EURO 2008 als die wichtigste unregelmässig stattfindende Veranstaltung der nächsten Jahre.

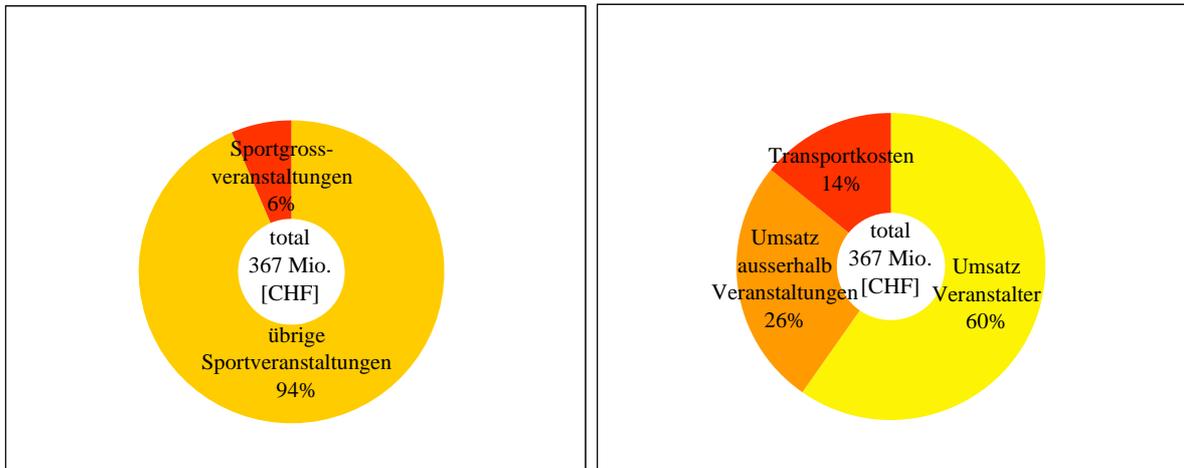
Tabelle 9: Ökonomische Bedeutung der Sportveranstaltungen im Fussball 2006

Anzahl	
Anzahl Sportveranstaltungen pro Jahr (gerundet)	107'000
davon: Anzahl Sportgrossveranstaltungen pro Jahr	11
Umsatz	
Direkter Gesamtumsatz der Sportveranstaltungen [CHF]	367 Mio.
davon: Umsatz der Veranstalter [CHF]	219 Mio.
davon: Umsatz ausserhalb der Veranstaltungen [CHF]	96 Mio.
davon: Transportkosten [CHF]	52 Mio.
Durchschnittlicher direkter Gesamtumsatz einer Sportveranstaltung [CHF]	2'000
Wertschöpfung	
Totale direkte Bruttowertschöpfung der Sportveranstaltungen [CHF]	77 Mio.

Wie Abbildung 29 zu entnehmen ist, generieren Sportgrossveranstaltungen durchschnittlich einen Umsatz von 6% gemessen am direkten Gesamtumsatz aller in einem Jahr stattfindenden Fussballveranstaltungen. Umsätze unregelmässig stattfindender Sportgrossveranstaltungen werden entsprechend der Durchführungshäufigkeit auf die verschiedenen Jahre zu gleichen Teilen zugerechnet. Die einzelnen Grossveranstaltungen wie bspw. die im 2008 stattfindende UEFA EURO 2008 verursachen im Austragungsjahr sowohl einen enormen Umsatzeffekt, als auch eine grosse mediale Wirkung. Diese Effekte dürfen nicht unterschätzt werden. Berücksichtigt man bei den generierten Umsätzen jedoch auch die Durchführungshäufigkeit, so sind die jährlich stattfindenden Veranstaltungen aber auf lange Sicht gesehen von grösserer Bedeutung.

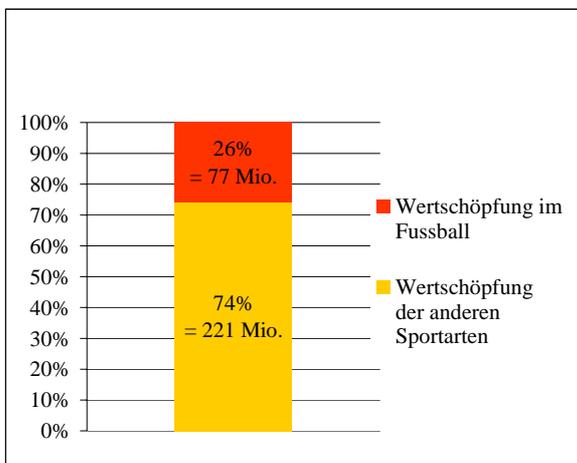
Der direkte Gesamtumsatz im Fussball setzt sich zusammen aus 60% Umsatz der Veranstalter auf dem Veranstaltungsgelände, 26% Umsatz ausserhalb der Veranstaltung sowie 14% Transportkosten (vgl. nachfolgende Abbildung rechts).

Abbildung 29: Direkter Gesamtumsatz und dessen Struktur im Fussball 2006



Gemessen an den total jährlich 230'000 stattfindenden Sportveranstaltungen macht der Fussball mit seinen rund 107'000 Veranstaltungen 47% aus (vgl. Abbildung 7). Die Bruttowertschöpfung sämtlicher betrachteter Fussballveranstaltungen beträgt relativ gesehen 26% der gesamten Bruttowertschöpfung aller Sportveranstaltungen in der Schweiz in einem Jahr (vgl. Abbildung 30). In absoluten Zahlen gesprochen resultiert aus den jährlich in der Schweiz ausgetragenen Fussballveranstaltungen eine direkte Bruttowertschöpfung in der Höhe von CHF 77 Mio.

Abbildung 30: Direkte Bruttowertschöpfung im Fussball 2006



6.2 Eishockey

Der Schweizerische Eishockeyverband (SEHV) ist die Dachorganisation des Schweizer Eishockeys im nationalen und internationalen Bereich und umfasst die selbständigen Unternehmenseinheiten Nationalliga GmbH (NL GmbH) und Amateurliga (SEAL). Der Verband wurde 1908 gegründet.²⁸

Insgesamt wurden in der Saison 2006 rund 10'000 Spiele (vgl. Abbildung 7) ausgetragen (A-Nationalmannschaftsspiel bis zum Moskitospiel sowie den Piccolo- und Bambini-Turnieren). Dies entspricht einem Anteil von rund 5% all jener Sportveranstaltungen, die während eines Jahres in der Schweiz veranstaltet

²⁸ vgl. <http://www.sehv.ch/page/content/index.asp?MenuID=21&ID=8&Menu=1&Item=4>, 06.12.2006.

werden. Gesamthaft stehen im Schweizer Eishockey 1'200 Mannschaften mit 800 Schiedsrichtern, 11'400 Aktivspieler sowie 13'500 Nachwuchsspieler im Einsatz.²⁹

Der National- und Amateurliga sind 320 Clubs angeschlossen. Unter dem Dach der Nationalliga werden sämtliche NLA (12 Mannschaften), NLB (12 Mannschaften), Elite Junioren A (12 Mannschaften) und Elite Junioren B (zwei Gruppen mit gesamthaft 13 Mannschaften) in Form einer Meisterschaft durchgeführt. Die NLA und NLB Clubs sind zusammen Teilhaber der NL GmbH, welche als Ganzes für den Eishockeysport (Veranstaltung und Betrieb) auf Ebene Leistungs- bzw. Spitzensport innerhalb des SEHV verantwortlich ist. Neben der NL GmbH bildet die Schweizerische Eishockey Amateur Liga (SEAL) die zweite Säule des SEHV. Die Amateurliga gliedert sich in die drei Regionalligen Ostschweiz, Zentralschweiz und Westschweiz und ist als Verein organisiert. Sämtliche Meisterschaftsspiele der Aktivligen (1. - 4. Liga), Nachwuchsligen (ohne Elite Junioren), Frauen, Senioren und Veteranen werden durch die SEAL organisiert.³⁰

Die Qualifikationsrunden der NLA/NLB werden im Zeitraum von Mitte September bis Mitte Februar ausgetragen, anschliessend folgen die Play-Off (Schweizermeistertitel) und Play Out (Auf- respektiv Abstieg) Spiele. In der Elite A und B wird von Mitte September bis Ende März gespielt (erste und zweite Phase sowie Play-Off und Relegation). In den verschiedenen Spielklassen der Amateurliga verläuft die Saison ähnlich wie in der NLA und NLB (Auf- und Abstiegsspiele, in gewissen Ligen wird auch um den Schweizermeistertitel gespielt). Abgesehen von verschiedenen Turnieren, regionalen Cups und den Piccolo- sowie Bambini-Spielen werden praktisch alle Eishockeyspiele als Einzelveranstaltung ausgetragen. Vielfach werden an einem Spieltag mehrere Spiele desselben Vereins in unterschiedlichen Spielklassen ausgetragen. In der Regel findet das Spiel der höchstklassierten Mannschaft des jeweiligen Vereins am Ende des Spieltages statt.

Einzelne Mannschaften spielen neben der eigentlichen Meisterschaft noch an mehrtägigen Turnieren mit. Der Hockey Club Davos beteiligt sich mit einer verstärkten Mannschaft bspw. jedes Jahr an dem von ihm organisierte Spenglercup.

Der Überblick über das Eishockey in Tabelle 10 fasst die wichtigsten Eckdaten der rund 10'000 Eishockeyspiele zusammen. Der direkte Gesamtumsatz (Umsatz der Veranstalter, Umsatz ausserhalb der Veranstaltung sowie Transportkosten) der Saison 2006 von CHF 158 Mio. führt unter der Annahme des verwendeten Wertschöpfungsanteils (siehe Kapitel 2.5.3.7) zu einer totalen direkten Bruttowertschöpfung von CHF 38 Mio. Unter Berücksichtigung sämtlicher, während der betrachteten Saison ausgetragenen Veranstaltungen beträgt der durchschnittliche direkte Gesamtumsatz einer Sportveranstaltung CHF 9'600. 85% aller Eishockeyveranstaltungen werden in der Amateurliga ausgetragen. Die Mehrheit dieser Veranstaltungen generiert einen Umsatz von wenigen hundert Franken. Vor allem in den Nachwuchsspielklassen spielt die ehrenamtliche Arbeit eine sehr grosse Rolle. Die umsatzstarken Veranstaltungen der NLA machen nach Anzahl Spielen betrachtet lediglich 4% der totalen Eishockeyveranstaltungen aus. Durch sämtliche teilnehmenden Akteure werden im Durchschnitt pro Veranstaltung für Hin- und Rückreise total 13'500 Kilometer zurückgelegt. Dieser Wert ist im Vergleich zu andern Mannschaftssportarten hoch. Diese Erkenntnis wird auch durch die Aussage von Stettler bestätigt, wonach Eishockey die mobilitätsintensivste Mannschaftssportart ist.³¹ Die während eines Jahres zurückgelegten Reisekilometer verursachen Transportkosten in der Höhe von CHF 42 Mio.

Im Eishockey zählt die WM 2009 als die wichtigste unregelmässig stattfindende Veranstaltung der nächsten Jahre.

²⁹ vgl. <http://www.sehv.ch/page/content/index.asp?MenuID=21&ID=8&Menu=1&Item=4>, 06.12.2006.

³⁰ vgl. <http://www.sehv.ch/page/content/index.asp?MenuID=32&ID=19&Menu=1&Item=6.2>, 06.12.2006.

³¹ vgl. Stettler, 1997, S.129.

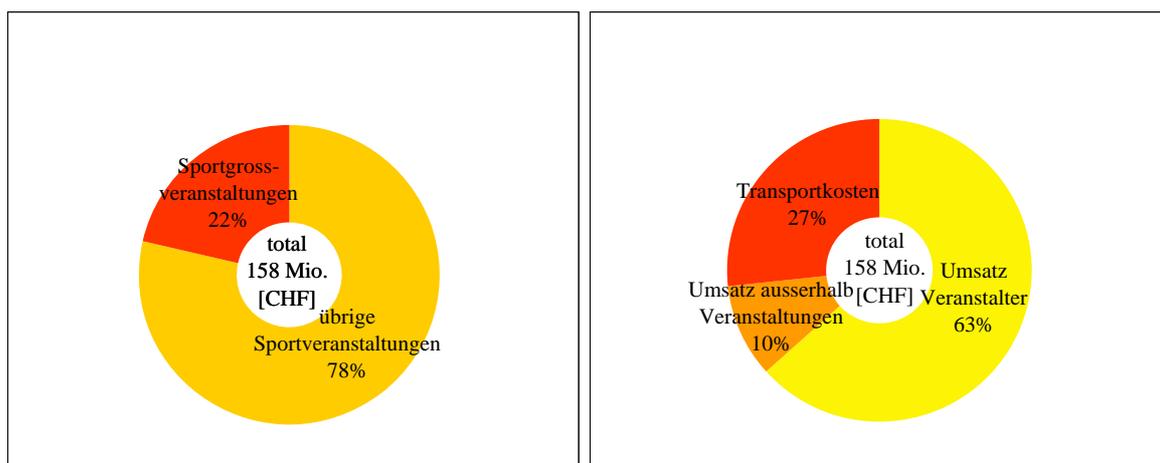
Tabelle 10: Ökonomische Bedeutung der Sportveranstaltungen im Eishockey 2006

Anzahl	
Anzahl Sportveranstaltungen pro Jahr (gerundet)	10'000
davon: Anzahl Sportgrossveranstaltungen pro Jahr	2
Umsatz	
Direkter Gesamtumsatz der Sportveranstaltungen [CHF]	158 Mio.
davon: Umsatz der Veranstalter [CHF]	100 Mio.
davon: Umsatz ausserhalb der Veranstaltungen [CHF]	16 Mio.
davon: Transportkosten [CHF]	42 Mio.
Durchschnittlicher direkter Gesamtumsatz einer Sportveranstaltung [CHF]	9'600
Wertschöpfung	
Totale direkte Bruttowertschöpfung der Sportveranstaltungen [CHF]	38 Mio.

Wie Abbildung 31 zu entnehmen ist, generieren die Eishockey Sportgrossveranstaltungen (Spengler- und Skoda Cup) einen Umsatz von 22% gemessen am direkten Gesamtumsatz aller in einem Jahr stattfindenden Eishockeyveranstaltungen. Umsätze unregelmässig stattfindender Sportgrossveranstaltungen wie bspw. der Eishockey WM 2009 werden entsprechend ihrer Durchführungshäufigkeit auf die verschiedenen Jahre zu gleichen Teilen zugerechnet.

Der direkte Gesamtumsatz im Eishockey setzt sich zusammen aus 63% Umsatz der Veranstalter, 10% Umsatz ausserhalb der Veranstaltung sowie 27% Transportkosten (vgl. nachfolgende Abbildung rechts). Mit 10% Ausgaben ausserhalb des Veranstaltungsgeländes geben die Hockeyfans im Vergleich zu den Fussballfans deutlich weniger ausserhalb des Stadionsgeländes aus. Betrachtet man den Wert aber in einem grösseren Spektrum von Sportarten, so sind die 10% als durchschnittlich zu bezeichnen.

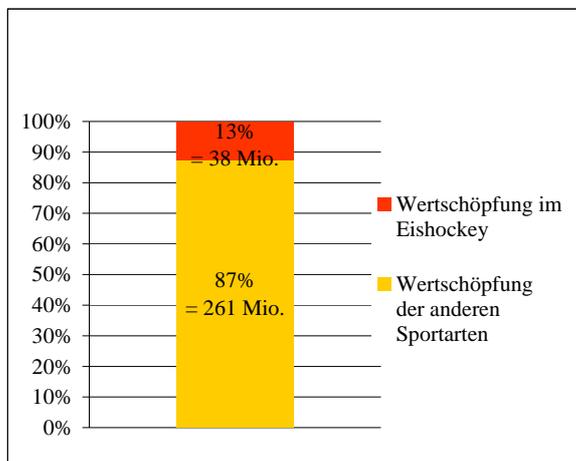
Abbildung 31: Direkter Gesamtumsatz und dessen Struktur im Eishockey 2006



Gemessen an den total jährlich 230'000 stattfindenden Sportveranstaltungen macht die Sportart Eishockey mit ihren 10'000 Events relativ gesehen rund 5% aus (vgl. Abbildung 7). Die direkte Bruttowertschöpfung dieser Eishockeyveranstaltungen beträgt relativ gesehen 13% der gesamten direkten Bruttowertschöpfung (vgl. Abbildung 32). In absoluten Zahlen gesprochen resultiert aus den jährlich in der Schweiz ausgetragenen Eishockeyveranstaltungen eine direkte Bruttowertschöpfung von CHF 38 Mio. Der Eishockeysport nimmt damit auch in

Punkto Wertschöpfung hinter dem Fussball die zweitwichtigste Position in der Schweizerischen Sportlandschaft ein.

Abbildung 32: Direkte Bruttowertschöpfung im Eishockey 2006



6.3 Tennis

Tennis in der Schweiz boomt wieder. Dies zeigt sich deutlich in den Zahlen der Lizenzierten und vor allem anhand der Rekorde der teilnehmenden Mannschaften des KIA Challenge Interclubs sowie des Gatorade Junioren-Interclubs. Bei den Interclub-Meisterschaften spielen Teams bestehend aus zwei bis sechs Spielern in Einzel- und Doppelpartien gegeneinander. Im Jahre 2006 nahmen 4'398 Teams am KIA Challenge Interclub, 722 Clubs an der Candino Champions Trophy, 2'185 Teams am Gatorade Junioren Interclub teil. Insgesamt wurden 51'999 Lizenzen ausgestellt und 348'772 Resultate fürs Ranking erfasst.³²

Spitzensport ist das Schaufenster jeder Sportart. Die schweizerische Tennislandschaft verfügt(e) mit Roger Federer, Martina Hingis und Patty Schnyder über drei Top-Ten-Spieler. Deren Erfolge und die damit erreichte Präsenz der Sportart Tennis beeinflussen die Entwicklung des Tennis im Bereich Spitzen- und Breitensport in der Schweiz positiv, was sich in den Rekordzahlen an Clubs und an am Wettkampf teilnehmenden Teams niederschlägt.³³

Der Schweizerische Tennisverband swisstennis (www.my-tennis.ch) mit Sitz in Biel ist in 20 Regionalverbände unterteilt. In diesen sind wiederum insgesamt 998 Tennisclubs vereinigt.³⁴ In den einzelnen Clubs waren im Jahre 2006 17'935 Mädchen, 27'154 Knaben, 47'264 Damen und 73'836 Herren aktiv. Die ergibt eine Mitgliederzahl von total 166'189. Die Tennisspieler konnten ihre Sportart auf 3'875 Plätzen – davon 699 in der Halle – austragen.³⁵

Es gibt Turniere mit unbeschränktem Spielerkreis (offene Turniere) und Turniere mit beschränktem Spielerkreis, die neben den Teilnahmebedingungen, die für alle Turniere gelten (z.B. Besitz einer gültigen Lizenz) noch besondere Zulassungsbedingungen haben. Diese Einschränkungen können geographischer, kategorien-, klassie-

³² vgl. Swiss Tennis 2007, S. 22.

³³ vgl. Swiss Tennis 2007, S. 12.

³⁴ vgl. <http://www.mytennis.ch/pages/index.cfm?rub=44>, 27.2.07.

³⁵ vgl. Swiss Tennis 2007, S. 22.

rungs-, berufsmässiger oder sonstiger Art sein. Der Spielstärke entsprechend werden die Spieler in nationale Spielklassen (N1-4) und regionale Spielklassen (R1-9) eingeteilt.³⁶

Interclub Meisterschaften werden in verschiedenen Ligen durchgeführt: Aktive, Jungsenioren, Senioren, Veteranen, Oldies, Ladies und bei den Junioren. Da Tennis indoor und outdoor gespielt werden kann, gibt es keine eigentliche Saison, Turniere finden zu jeder Jahreszeit statt.

Im Jahr 2006 wurden insgesamt 17'000 Tennis-Veranstaltungen (siehe Tabelle 11) ausgetragen. Als eine Veranstaltung wird ein Turnier oder eine gesamte Interclub-Begegnung (3-9 Spiele) gezählt. Die Art und das Budget dieser 17'000 Veranstaltungen sind sehr unterschiedlich. Auf der einen Seite fanden internationale Begegnungen wie Davis-Cup und Fed-Cup und die internationalen Turniere wie Zurich Open, Allianz Swiss Open Gstaad, Davidoff Swiss Indoors Basel statt. Andererseits ergeben sich die 17'000 Veranstaltungen grösstenteils aus dem KIA Challenge Interclub-Veranstaltungen (9'782) und dem Gatorade Junioren Interclub (3'949).

Die 17'000 Tennis-Veranstaltungen lösen einen Umsatz von CHF 109 Mio. aus. Tennis erwirtschaftet somit nach Fussball und Hockey den drittgrössten Umsatz. Von den CHF 109 Mio. sind CHF 85 Mio. Umsätze, die direkt an der Veranstaltung ausgelöst werden. Die restlichen Umsätze in der Höhe von CHF 24 Mio. sind Umsätze der Akteure ausserhalb der Veranstaltung sowie Transportkosten. Der durchschnittliche Umsatz pro Veranstaltung beträgt CHF 5'000. Dieser Wert erscheint aufgrund der Millionen-Budgets der diversen internationalen Veranstaltungen gering, doch unter Einbezug aller kleinen Turniere oder des wirtschaftlich nicht so bedeutenden Gatorade Junioren-Interclubs ergibt sich dieser Wert. Aus den Umsätzen von CHF 109 Mio. resultiert eine direkte Wertschöpfung des Tennis von CHF 32 Mio.

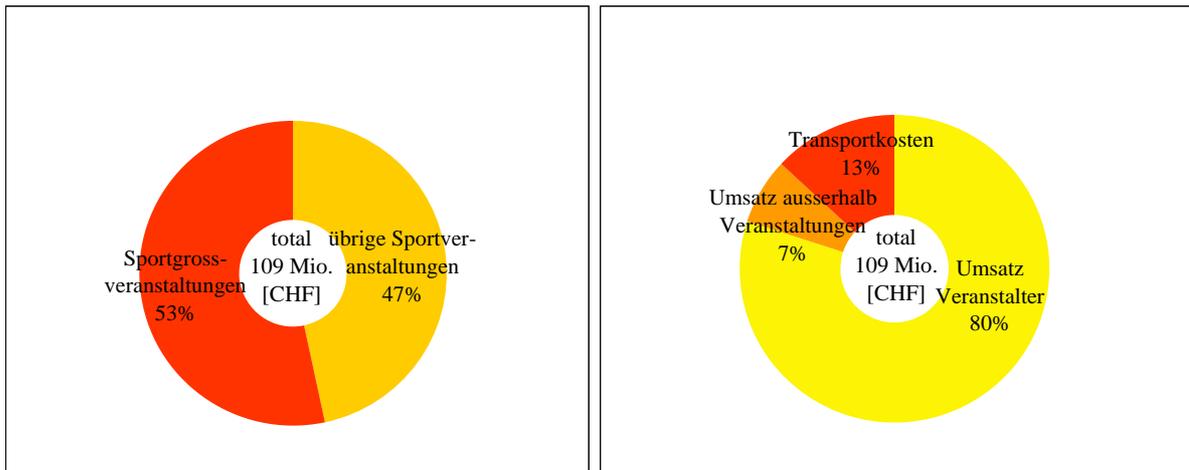
Tabelle 11: Ökonomische Bedeutung der Sportveranstaltungen im Tennis 2006

Anzahl	
Anzahl Sportveranstaltungen pro Jahr (gerundet)	17'000
davon: Anzahl Sportgrossveranstaltungen pro Jahr	4
Umsatz	
Direkter Gesamtumsatz der Sportveranstaltungen [CHF]	109 Mio.
davon: Umsatz der Veranstalter [CHF]	87 Mio.
davon: Umsatz ausserhalb der Veranstaltungen [CHF]	8 Mio.
davon: Transportkosten [CHF]	14 Mio.
Durchschnittlicher direkter Gesamtumsatz einer Sportveranstaltung [CHF]	5'000
Wertschöpfung	
Totale direkte Bruttowertschöpfung der Sportveranstaltungen [CHF]	32 Mio.

Betrachtet man den direkten Umsatz differenziert nach den Sportgrossanlässen und den übrigen Anlässen, so ergibt sich ungefähr ein je 50%-Anteil. Die Sportgrossanlässe (Zurich Open, Allianz Swiss Open Gstaad, Davidoff Swiss Indoors Basel, Davis Cup) lösen rund 53% am gesamten Umsatz des Tennis aus. Die restlichen knapp 17'000 mehrheitlich kleinen und mittleren Anlässe machen 47% des Umsatzes aus. Im Tennis haben somit einige wenige Anlässe eine sehr hohe wirtschaftliche Bedeutung für die gesamte Sportart. Der mit Abstand grösste Anteil am Umsatz erfolgt mit 80% durch den Umsatz der Veranstalter auf dem Veranstaltungsgelände. Nur 7% des gesamten Umsatzes machen die Ausgaben der nicht-einheimischen Akteursgruppen ausserhalb des Veranstaltungsgeländes aus. 13% des Umsatzes entfällt auf Transportkosten (vgl. Abbildung 33).

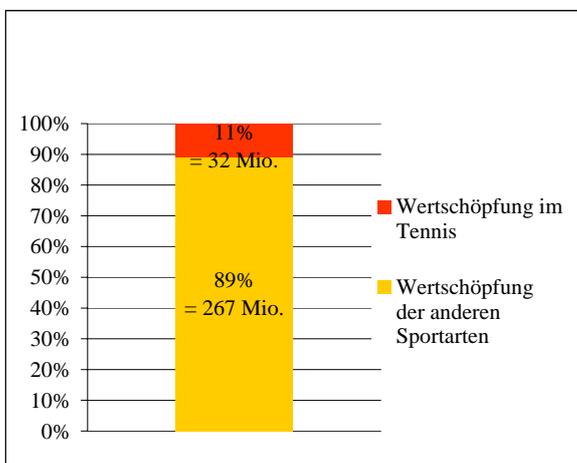
³⁶ vgl. <http://www.mytennis.ch/upload/docs/swisstennis/Klassierungsrichtlinien-06.pdf>, 27.2.07.

Abbildung 33: Direkter Gesamtumsatz und dessen Struktur im Tennis 2006



Die Sportart Tennis trägt mit CHF 109 Mio. Umsatz einen beachtlichen Anteil zum gesamten Umsatz aller Sportveranstaltungen in der Schweiz bei. Die aus dem Umsatz realisierte Wertschöpfung von CHF 32 Mio. ist somit mit einem Anteil von 11% gemessen an allen Sportveranstaltungen ebenfalls bedeutend. Einen grösseren Anteil der Wertschöpfung aller Sportveranstaltungen als Tennis hat nur der Fussball mit 27% und Hockey mit 13%. Damit haben die drei ökonomisch bedeutendsten Sportarten Fussball, Hockey und Tennis insgesamt einen Wertschöpfungsanteil an allen Sportveranstaltungen von 51%.

Abbildung 34: Direkte Bruttowertschöpfung im Tennis 2006



6.4 Pferdesport

Der SVPS (Schweizerischer Verband für Pferdesport) ist die Dachorganisation aller Verbände und Vereine, die sich im weitesten Sinne mit dem Pferd und dem Pferdesport in der Schweiz befassen. Der SVPS unterstützt und koordiniert gesamtschweizerisch die Interessen seiner Mitglieder und vertritt diese in der Öffentlichkeit, bei den Behörden, bei Swiss Olympic sowie in anderen nationalen und internationalen Organisationen. Ausserdem fördert und unterstützt er den wettkampfmässigen Pferdesport aller Disziplinen in der Schweiz. Er trifft alle notwendigen Massnahmen für eine einheitliche und sportlich einwandfreie Organisation und Durchführung von

wettkampfmässigen Veranstaltungen und Prüfungen mit Pferden.³⁷ Dem Verband sind 19 Vollmitgliedervereine mit insgesamt rund 50'000 Mitgliedern angeschlossen und zwölf Teilmitgliedervereine mit gut 10'000 Mitgliedern.³⁸ Der Verband beschäftigt 12 Vollzeitstellen.

Im Jahr 2006 wurden rund 800 Turniere (vgl. Tabelle 12) in verschiedenen Disziplinen ausgetragen (Fahren, Military, Vierkampf, Dressur, Endurance, Western, Springen, Voltige, Polo). Dies entspricht etwa einem Viertelprozent aller Sportveranstaltungen, die während eines Jahres in der Schweiz stattfinden.

An den Turnieren werden unterschiedliche Prüfungen durchgeführt, für welche unterschiedliche Startqualifikationen notwendig sind. Die Grundvoraussetzung für eine Turnierteilnahme ist das Bronze-Brevet, welches es für die klassische Reitweise, Western, Gangpferde und Fahren gibt und das aus einer Prüfung in Theorie, Praxis und allgemeinem Umgang mit dem Pferd besteht. Das Brevet in Bronze ist Voraussetzung für das Brevet in Silber (Geländeprüfung), welches wiederum Voraussetzung für das Brevet in Gold (Caprilli-Test) ist. Die nächst höhere Prüfung ist die Lizenz (R-Lizenz und N-Lizenz). Jene Prüfungen, die eine Lizenz erfordern, werden offizielle Prüfungen und alle anderen freie Prüfungen genannt.³⁹

Tabelle 12: Ökonomische Bedeutung der Sportveranstaltungen im Pferdesport 2006

Anzahl	
Anzahl Sportveranstaltungen pro Jahr (gerundet)	800
davon: Anzahl Sportgrossveranstaltungen pro Jahr	5
Umsatz	
Direkter Gesamtumsatz der Sportveranstaltungen [CHF]	86 Mio.
davon: Umsatz der Veranstalter [CHF]	80 Mio.
davon: Umsatz ausserhalb der Veranstaltungen [CHF]	3 Mio.
davon: Transportkosten [CHF]	3 Mio.
Durchschnittlicher direkter Gesamtumsatz einer Sportveranstaltung [CHF]	102'000
Wertschöpfung	
Totale direkte Bruttowertschöpfung der Sportveranstaltungen [CHF]	27 Mio.

Der direkte Gesamtumsatz im Pferdesport (Umsatz auf dem Veranstaltungsgelände, Ausgaben der nicht-einheimischen Akteure ausserhalb des Veranstaltungsgeländes sowie die Transportkosten) des Jahres 2006 beläuft sich auf CHF 86 Mio. Unter Einbezug des Wertschöpfungsanteils (siehe Kapitel 2.5.3.7) ergibt sich daraus eine totale direkte Bruttowertschöpfung von CHF 27 Mio.

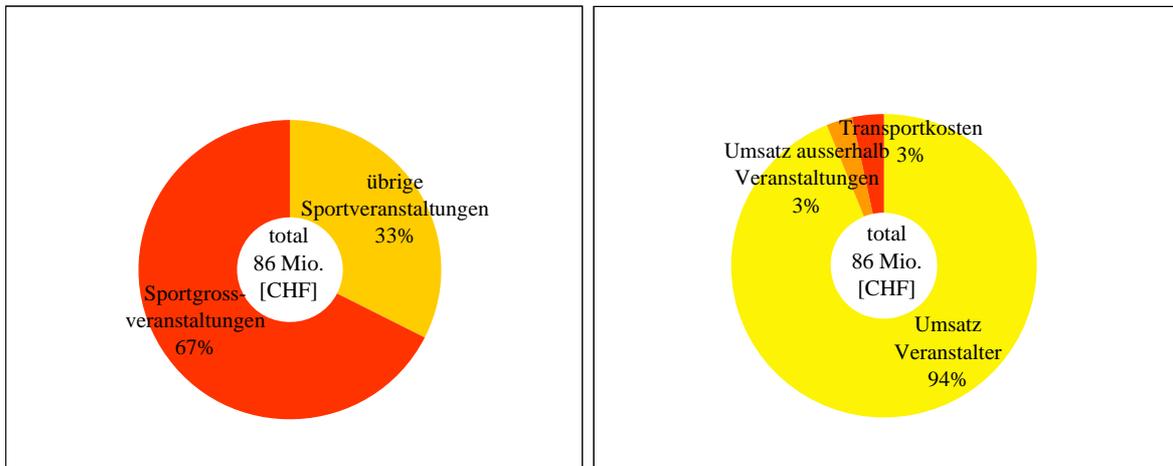
Die teilnehmenden Akteure legen mit ihrer Reise zur Veranstaltung und wieder nach Hause insgesamt 12'000 km zurück. Damit werden über das ganze Jahr gesehen Transportkosten in der Höhe von 3 Mio. verursacht.

³⁷ vgl. http://www.svps-fsse.ch/dokumente/deutsch/Statuten_D_Vorstand.pdf, 19.1.07.

³⁸ vgl. http://www.svps-fsse.ch/home_d/wir/mitglieder/default.asp 19.1.07.

³⁹ vgl. http://www.svps-fsse.ch/home_d/default.htm, 19.1.07.

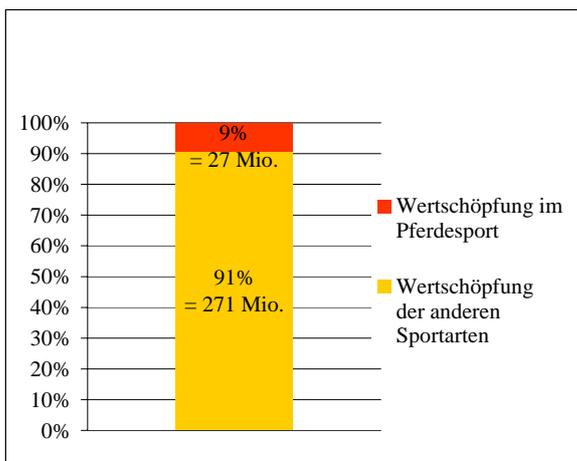
Abbildung 35: Direkter Gesamtumsatz und dessen Struktur im Pferdesport 2006



94% des direkten Gesamtumsatzes im Pferdesport werden auf dem Veranstaltungsgelände umgesetzt. Die Ausgaben der nicht-einheimischen Akteursgruppen ausserhalb des Veranstaltungsgeländes machen 3% der Ausgaben aus und sind damit gleich hoch wie die Transportkosten (vgl. Abbildung 35). Der Anteil des Umsatzes der an der Veranstaltung selber generiert wird, ist verglichen mit anderen Sportarten sehr hoch. Dies lässt sich damit erklären, dass Veranstaltungen im Pferdesport in einem recht „geschlossenen“ Rahmen stattfinden und sich im Vergleich zu anderen Sportarten durch recht hohe Preisgelder unterscheiden.

Betrachtet man sämtliche Turniere der Saison 2006, ergibt sich ein durchschnittlicher direkter Gesamtumsatz pro Veranstaltung von CHF 102'000. Diese Zahl ist so hoch, weil im Vergleich zu anderen Sportarten wenige Veranstaltungen im Pferdesport stattfinden und davon fünf Veranstaltungen unter die Kategorie Sportgrossveranstaltungen fallen (die vier Swiss Top Sport (STS) Anlässe in Genf, Zürich, St. Moritz und St. Gallen und der White Turf in St. Moritz). Oder anders: 67% des Umsatzes im Pferdesport wird von fünf Grossveranstaltungen (diese entsprechen 0.64% der Pferdesport-Veranstaltungen) generiert.

Abbildung 36: Direkte Bruttowertschöpfung im Pferdesport 2006



Obwohl die Veranstaltungen im Pferdesport (800 im Jahr 2006) nur 0.34% der Veranstaltungen im Sport insgesamt (230'000) ausmachen, findet hier 9% der Bruttowertschöpfung statt (vgl. Abbildung 36). Absolut betrachtet resultiert in der Schweiz im Pferdesport eine Bruttowertschöpfung von CHF 27 Mio. Damit befindet sich der

Pferdesport in einer ähnlichen Grössenordnung wie Tennis und generiert damit nicht ganz dreimal weniger an Bruttowertschöpfung als Fussball.

6.5 Leichtathletik

Der Schweizerische Leichtathletikverband tritt neu unter dem Namen Swiss Athletics auf und präsentiert die Leichtathletik sowie ihre verschiedenen Disziplinen in der Schweiz. Als Dachorganisation sind Swiss Athletics 19 Kantonalverbände (in einigen Kantonalverbänden sind mehrere Kantone zusammengeschlossen, so bspw. LA Innerschweiz) mit rund 500 Vereinen angeschlossen. Der Verband engagiert sich nicht nur für den Spitzensport, sondern macht sich auch für den Breiten- und Nachwuchssport stark. Der Verband mit Sitz in Bern wurde 1971 als eigenständige Nachfolgeorganisation des Eidgenössischen Leichtathletikverbandes (ELAV), der seinerseits 1922 als Unterverband des Eidgenössischen Turnverbandes (ETV) gegründet wurde, ins Leben gerufen. Neben den zahlreichen ehrenamtlichen Funktionären beschäftigt Swiss Athletics im Jahr 2006 rund 40 Personen, was unter Berücksichtigung der Teilzeitarbeitenden 21 Vollzeitäquivalenten entspricht. Dem Verband gehören in der Saison 2006 gesamthaft 37'917 Mitglieder, wovon 5'364 lizenzierte Athleten sind, an.⁴⁰

Insgesamt wurden in der Saison 2006 rund 1'500 Veranstaltungen ausgetragen. Die Art der Veranstaltungen ist sehr heterogen und variiert vom Kleinstanlass bis zum Millionenevent. Neben international hochkarätig besetzten Anlässen wie dem Golden League Meeting Weltklasse in Zürich oder der Athletissima in Lausanne finden Wochenende für Wochenende in der ganzen Schweiz zahlreiche Wettkämpfe statt. In den letzten Jahren wurden vor allem die grossen Volksläufe wie ein Grand Prix Bern oder ein Luzerner Stadtlauf sehr populär und freuen sich stetig steigender Teilnehmerzahlen. Gleiches gilt für die zahlreichen Marathonveranstaltungen, die sich ebenfalls über eine grosse Beliebtheit unter den laufbegeisterten Sportler erfreuen dürfen. Bei den Bahn- und Wurfdisziplinen sind die Anzahl der Meetings und damit verbunden auch die Anzahl an Akteuren tendenziell rückläufig.

In der Erhebung wurden drei Kategorien von Veranstaltungen berücksichtigt: Meetings (Aussen- wie auch Hallenwettkämpfe), Strassen-, Cross-, Berg- und Waffelläufe sowie Nachwuchsserien wie bspw. der Erdgas Athletic Cup oder der Migros Sprint.

Der Überblick über die Leichtathletik in Tabelle 13 fasst die wichtigsten Eckdaten der rund 1'500 Leichtathletikveranstaltungen zusammen. Der direkte Gesamtumsatz (Umsatz der Veranstalter, Umsatz ausserhalb der Veranstaltung sowie Transportkosten) der Saison 2006 von CHF 51 Mio. generieren unter Annahme des verwendeten Wertschöpfungsanteils (siehe Kapitel 2.5.3.7) eine totale direkte Bruttowertschöpfung von CHF 15 Mio. Unter Berücksichtigung sämtlicher, während der betrachteten Saison ausgetragenen Veranstaltungen beträgt der durchschnittliche direkte Gesamtumsatz einer Sportveranstaltung CHF 29'000. Die Leichtathletikveranstaltungen setzen sich aus sehr unterschiedlichen Veranstaltungstypen zusammen: 38% sämtlicher Veranstaltungen vereinen alleine die Ergas Athletic Cup und Migros Sprint Events auf sich, 38% sind den Strassen-, Berg-, Cross- und Waffelläufe zuzuordnen, 17% Bahnmeetings (Aussen- und Hallenanlässe), 6% regionale, kantonale und nationale Meisterschaften sowie 1% Sportgrossveranstaltungen. Die tatsächlich umsatzstarken Veranstaltungen sind die Sportgrossveranstaltungen, allen voran das Golden League Meeting Weltklasse Zürich. Durch sämtliche teilnehmenden Akteure werden im Durchschnitt pro Veranstaltung für Hin- und Rückreise total 15'000 Kilometer zurückgelegt. Dieser Wert ist im Vergleich zu den meistens Mannschaftssportarten eher hoch. Die während eines Jahres zurückgelegten Reisekilometer verursachen Transportkosten in der Höhe von CHF 6 Mio.

In der Leichtathletik steht von den regelmässig stattfindenden Sportgrossveranstaltungen in naher Zukunft kein unregelmässiger Anlass wie einer WM oder EM an.

⁴⁰ vgl. http://www.swiss-athletics.ch/files/ueber_uns/jahresbericht/jahresbericht_2006.pdf, 12.12.2006.

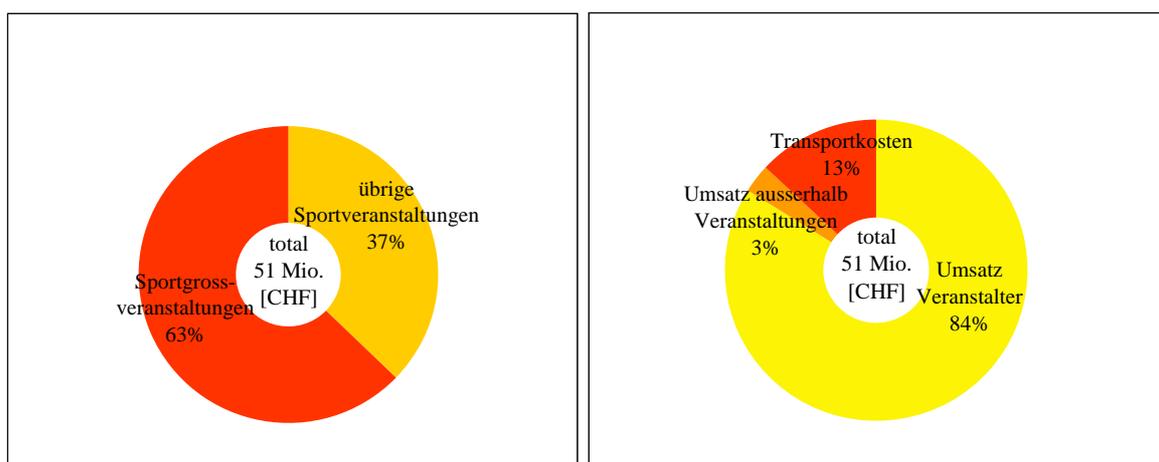
Tabelle 13: Ökonomische Bedeutung der Sportveranstaltungen in der Leichtathletik 2006

Anzahl	
Anzahl Sportveranstaltungen pro Jahr (gerundet)	1'500
davon: Anzahl Sportgrossveranstaltungen pro Jahr	11
Umsatz	
Direkter Gesamtumsatz der Sportveranstaltungen [CHF]	51 Mio.
davon: Umsatz der Veranstalter [CHF]	43 Mio.
davon: Umsatz ausserhalb der Veranstaltungen [CHF]	1 Mio.
davon: Transportkosten [CHF]	7 Mio.
Durchschnittlicher direkter Gesamtumsatz einer Sportveranstaltung [CHF]	29'000
Wertschöpfung	
Totale direkte Bruttowertschöpfung der Sportveranstaltungen [CHF]	15 Mio.

Wie Abbildung 37 zu entnehmen ist, generieren die Leichtathletik Sportgrossveranstaltungen (wie bspw. das Golden League Meeting Weltklasse Zürich oder die Athletissima in Lausanne) einen Umsatzanteil von 63%, gemessen am direkten Gesamtumsatz aller in einem Jahr stattfindenden Leichtathletikveranstaltungen. Der Umsatzanteil der Sportgrossveranstaltungen ist derart hoch, weil an den übrigen Veranstaltungen, wie bspw. einem Qualifikationswettkampf für den Migros Sprint Final oder einem regionalen Volkslauf, aus ökonomischer Sicht verhältnismässig wenig geschieht.

Der direkte Gesamtumsatz in der Leichtathletik setzt sich zusammen aus 84% Umsatz der Veranstalter, 3% Umsatz ausserhalb der Veranstaltung sowie 13% Transportkosten (vgl. nachfolgende Abbildung rechts). Mit 3% Umsatz ausserhalb der Veranstaltung geben die Leichtathletikakteure im Vergleich zum Durchschnitt sämtlicher Sportveranstaltungen 10% weniger (absolut betrachtet) ausserhalb des Veranstaltungsgeländes aus (vgl. Abbildung 12).

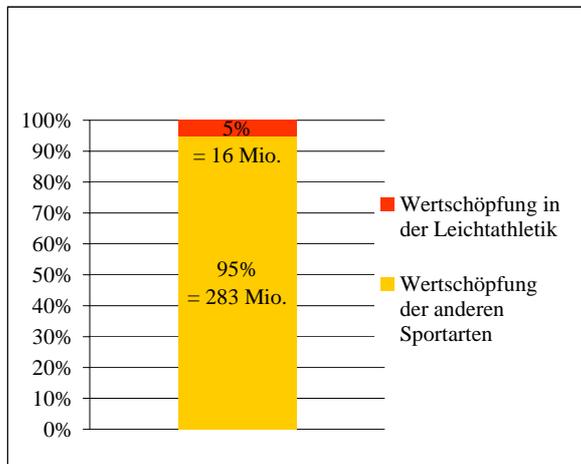
Abbildung 37: Direkter Gesamtumsatz und dessen Struktur in der Leichtathletik 2006



Gemessen an den total jährlich 230'000 stattfindenden Sportveranstaltungen macht die Leichtathletik mit ihren 1'500 Veranstaltungen rund 1% aus (vgl. Abbildung 7). Die direkte Bruttowertschöpfung dieser Leichtathletikveranstaltungen beträgt 5% gemessen an der gesamten direkten Bruttowertschöpfung (vgl. Abbildung 38). In

absoluten Zahlen gesprochen resultiert aus den jährlich in der Schweiz ausgetragenen Leichtathletikveranstaltungen eine Bruttowertschöpfung von CHF 16 Mio.

Abbildung 38: Direkte Bruttowertschöpfung in der Leichtathletik 2006



6.6 Schiessen

Im Jahr 2001 schlossen sich der Schweizer Schützenverband (1824 in Aarau gegründet), der Schweizerische Sportschützenverband und der Schweizerische Arbeiterschützen-Bund zur neuen Organisation, dem Schweizer Schiesssportverband mit Sitz in Luzern zusammen. Dem Schweizerischen Schiesssportverband gehören 26 Kantonalverbände mit zahlreichen Unterverbänden rund 85'000 lizenzierte Schützen in über 500 Schützenvereinen an.⁴¹

Der Verband vertritt die verschiedenen Gewehr- (Standardgewehr, Karabiner- und Sturmgewehr (Distanz 300m), Kleinkalibergewehr- (Distanz 50m), Luftgewehr- (Distanz 10m)) sowie Pistolendisziplinen (Frei- und Sportpistole, Kleinkaliber, Ordonnanzpistole (50m), Sportpistole Klein- und Grosskaliber (25m), Luftpistole (10m)). Jede Disziplin trägt unterschiedliche Wettkämpfe aus, sowohl Mannschafts- als auch Einzelwettkämpfe.

Die Armbrustschützen sind in einem eigenen Verband zusammengeschlossen, dem Eidgenössischen Armbrustschützenverband, der 1898 gegründet wurde. Sitz des Verbandes ist gemäss Statuten der jeweilige Wohnort des amtierenden Verbandspräsidenten. Dem Verband gehören verschiedene Kantonalverbände an.

Insgesamt wurden in der Saison 2006 rund 15'000 Schiesssportveranstaltungen durchgeführt (Gewehr, Pistole und Armbrust zusammen). Dies entspricht ca. 6% aller Sportveranstaltungen die pro Jahr in der Schweiz durchgeführt werden. Sowohl der Schweizerische Schiesssportverband als auch der Eidgenössische Armschützenverband verfügen über verschiedene Nationalmannschaftskader.

Generell ist der Schiesssport in der Schweiz von grosser Tradition und stark verwurzelt. Für die Schützengemeinschaft ist das alle fünf Jahre stattfindende Eidgenössische Schützenfest von grosser Bedeutung. Das nächste Fest wird 2010 in der Region Aarau stattfinden.

Der Überblick über das Schiessen in Tabelle 14 fasst die wichtigsten Eckdaten der rund 15'000 Schiessveranstaltungen zusammen. Der direkte Gesamtumsatz (Umsatz der Veranstalter, Umsatz ausserhalb der Veranstaltung sowie Transportkosten) der Saison 2006 von CHF 47 Mio. generiert unter Annahme des verwendeten Wertschöpfungsanteils (siehe Kapitel 2.5.3.7) eine totale direkte Bruttowertschöpfung von CHF 10 Mio. Unter Berücksichtigung sämtlicher, während der betrachteten Saison ausgetragenen Veranstaltungen beträgt der durch-

⁴¹ vgl. http://www.fst-ssv.ch/desktopdefault.aspx/tabid-108/139_read-2702/, 12.12.2006.

schnittliche direkte Gesamtumsatz einer Veranstaltung CHF 2'700. Die Schiesssportveranstaltungen setzen sich aus sehr unterschiedlichen Veranstaltungstypen zusammen: 74% entfallen auf die Gewehrdisziplinen (300, 50 und 10 Meter), 19% zählen die Pistolendisziplinen (50, 25 und 10 Meter) sowie 7% die Armbrustdisziplinen (30 und 10 Meter). Von grosser Bedeutung ist das jährlich ausgetragene Eidgenössische Feldschiessen anfangs Juni. Diese Veranstaltung gilt als das weltweit grösste Schützenfest für Sportschützen.⁴² Das Feldschiessen wird durch die verschiedenen lokalen Schützenvereine mit eigenen Anlässen innerhalb einer gewissen Zeitspanne in allen Landesteilen eigenständig ausgetragen. Die Resultate werden dann an den Schiesssport-Verband gemeldet und zentral durch diesen ausgewertet. Daher wird dieser Anlass in dieser Studie nicht als eine Sportgrossveranstaltung gewertet sondern als 470 einzelne Sportveranstaltungen gezählt. Durch sämtliche teilnehmenden Akteure werden beim Eidgenössischen Feldschiessen im Durchschnitt pro Veranstaltung für Hin- und Rückreise total 1'200 Kilometer zurückgelegt. Die während eines Jahres zurückgelegten Reisekilometer verursachen so Transportkosten in der Höhe von CHF 5 Mio.

Tabelle 14: Ökonomische Bedeutung der Sportveranstaltungen im Schiessen 2006

Anzahl	
Anzahl Sportveranstaltungen pro Jahr (gerundet)	15'000
davon: Anzahl Sportgrossveranstaltungen pro Jahr	0
Umsatz	
Direkter Gesamtumsatz der Sportveranstaltungen [CHF]	47 Mio.
davon: Umsatz der Veranstalter [CHF]	41 Mio.
davon: Umsatz ausserhalb der Veranstaltungen [CHF]	1 Mio.
davon: Transportkosten [CHF]	5 Mio.
Durchschnittlicher direkter Gesamtumsatz einer Sportveranstaltung [CHF]	2'700
Wertschöpfung	
Totale direkte Bruttowertschöpfung der Sportveranstaltungen [CHF]	10 Mio.

Wie Abbildung 39 zu entnehmen ist, generieren die Schiesssportgrossveranstaltungen einen direkten Gesamtumsatzanteil von 5%, gemessen am direkten Gesamtumsatz aller in einem Jahr stattfindenden Schiesssportveranstaltungen. Dieses Resultat ist nicht erstaunlich. Obwohl dem Schiesssport in der Schweiz ein hoher Stellenwert beigemessen wird und dessen wirtschaftliche Bedeutung von beachtlicher Grösse ist, fehlt es an Sportgrossveranstaltungen. Der Schiesssport ist sehr stark lokal verwurzelt. Viele Gemeinden verfügen über einen eigenen Schützenverein mit der dafür notwendigen Infrastruktur. So bestehen in der Schweiz über 2'200 Schiessstände für die verschiedenen Disziplinen.⁴³ Vor wenigen Jahren war diese Zahl um einiges höher. Aufgrund restriktiver Lärmschutzverordnungen mussten in den vergangenen Jahren etliche Schiessstände geschlossen werden, da die Sanierungsmassnahmen für viele Schützenvereine nicht tragbar gewesen sind.

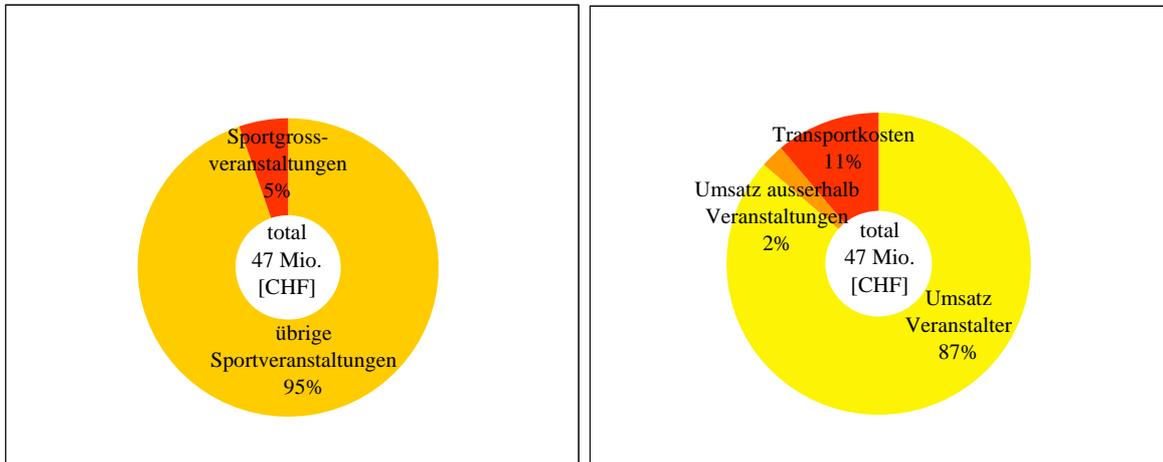
Die totalen Ausgaben im Schiesssport setzen sich zusammen aus 87% Umsatz der Veranstalter auf dem Veranstaltungsgelände, 2% Ausgaben der nicht-einheimischen Akteursgruppen ausserhalb des Veranstaltungsgeländes sowie 11% Transportkosten (vgl. nachfolgende Abbildung). Mit 2% Ausgaben ausserhalb des Veranstaltungsgeländes geben die Schützen im Vergleich zu anderen Sportarten wie Fussball oder Eishockey massiv weniger ausserhalb des Schützenhauses (Veranstaltungsgelände) aus. Betrachtet man die 2% über alle Sportarten, so ist der Wert ebenfalls als unterdurchschnittlich zu erachten. Diese relativ tiefe Ausgabequote ausserhalb des Veranstaltungsgeländes lässt sich damit erklären, dass die meisten Schützenhäuser einen eigenen kleinen Restaurati-

⁴² vgl. <http://www.fst-ssv.ch/Desktopdefault.aspx/tabid-24/>, 12.12.2006.

⁴³ vgl. Stettler/ Gisler/ Danielli, 2007, S. 45.

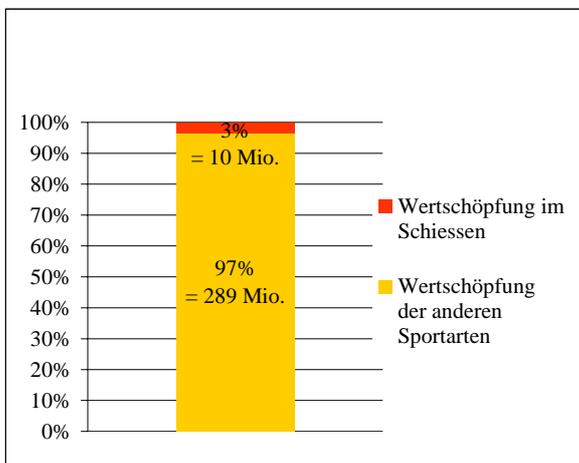
onsbetrieb betreiben und die als gesellig geltenden Schützenkameraden gerne im eigenen Vereinslokal im Anschluss an eine Veranstaltung zusammensitzen.

Abbildung 39: Direkter Gesamtumsatz und dessen Struktur im Schiessen 2006



Gemessen an den total jährlich 230'000 stattfindenden Sportveranstaltungen machen die Schiesssportveranstaltungen mit den 15'000 Events relativ gesehen rund 6% aus (vgl. Abbildung 7). Die direkte Bruttowertschöpfung dieser Veranstaltungen beträgt relativ gesehen 3% der gesamten direkten Bruttowertschöpfung (vgl. Abbildung 40).

Abbildung 40: Direkte Bruttowertschöpfung im Schiessen 2006



6.7 Ski Alpin

Ski Alpin gilt allgemein als Inbegriff des Skisports, obwohl er sich aus dem Langlauf entwickelte. Ursprünglich kommt der alpine Skisport aus Norwegen, die Anfänge der Skirennen aber sind in der Schweiz zu finden. In Montana fand 1911 der erste Abfahrtslauf statt. Wettkämpfe werden in den Geschwindigkeitsdisziplinen Abfahrt und Super-G, den technischen Disziplinen Slalom und Riesenslalom sowie in der Kombination (Abfahrt und Slalom) und der Super-Kombination (bestehend aus einer verkürzten Abfahrt oder einem Super-G-Lauf und

Slalom) ausgetragen. Daneben finden zusätzliche Wettbewerbe wie Parallelslalom, Slalom- und Riesenslalomrennen im KO-System statt.⁴⁴

Dem Schweizerischen Skiverband Swiss-Ski sind 12 Regionalverbände angeschlossen. Insgesamt hat Swiss-Ski 99'764 Einzelmitglieder und 847 Club-Mitgliedschaften.⁴⁵

Der Überblick in Tabelle 15 fasst die wichtigsten Eckdaten der Sportart Ski Alpin zusammen.

Tabelle 15: Ökonomische Bedeutung der Sportveranstaltungen im Ski Alpin 2006

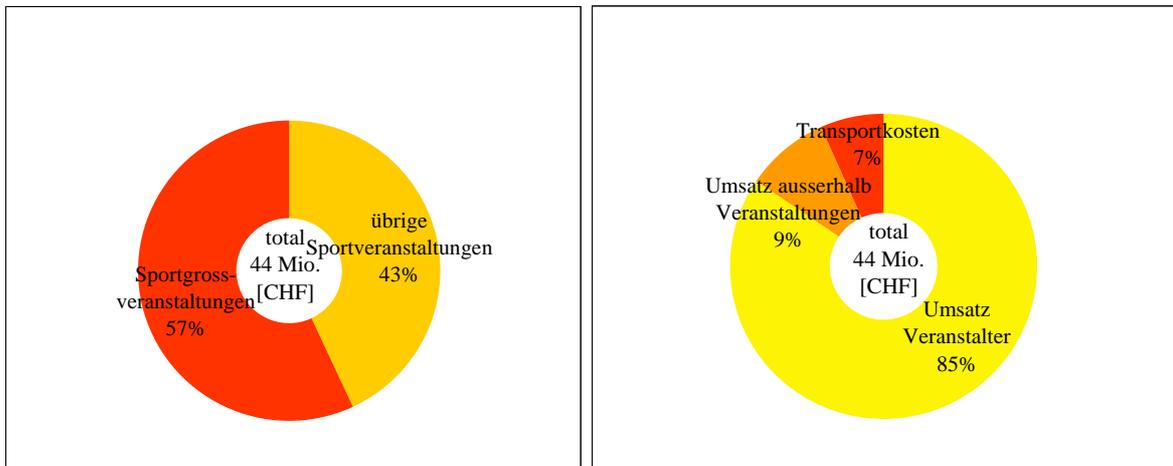
Anzahl	
Anzahl Sportveranstaltungen pro Jahr (gerundet)	400
davon: Anzahl Sportgrossveranstaltungen pro Jahr	3
Umsatz	
Direkter Gesamtumsatz der Sportveranstaltungen [CHF]	44 Mio.
davon: Umsatz der Veranstalter [CHF]	37 Mio.
davon: Umsatz ausserhalb der Veranstaltungen [CHF]	4 Mio.
davon: Transportkosten [CHF]	3 Mio.
Durchschnittlicher direkter Gesamtumsatz einer Sportveranstaltung [CHF]	95'000
Wertschöpfung	
Totale direkte Bruttowertschöpfung der Sportveranstaltungen [CHF]	13 Mio.

In der Saison 2006 fanden rund 400 Veranstaltungen in der Sportart Ski Alpin statt. Dabei ergab sich ein direkter Gesamtumsatz (Umsatz auf Veranstaltungsgelände, Ausgaben der nicht-einheimischen Akteure ausserhalb des Veranstaltungsgeländes sowie Transportkosten) von CHF 44 Mio. Unter Berücksichtigung des Wertschöpfungsanteils (siehe Kapitel 2.5.3.7) führen die Veranstaltungen in der Sportart Ski Alpin zu einer totalen direkten Bruttowertschöpfung von CHF 13 Mio. Werden sämtliche Veranstaltungen während dem Erhebungsjahr betrachtet, beträgt der durchschnittliche Umsatz einer Veranstaltung CHF 95'000, wobei die drei internationalen Veranstaltungen (Adelboden, Lauberhorn und St. Moritz) stark ins Gewicht fallen. Pro Veranstaltung werden durch sämtliche teilnehmenden Akteure im Durchschnitt für Hin- und Rückreise total 25'000 Kilometer zurückgelegt, diese während eines Jahres zurückgelegten Reisekilometer verursachen Transportkosten in der Höhe von CHF 3 Mio.

⁴⁴ vgl. http://www.swiss-ski.ch/001ski_01010002_de.htm, 12.3.07.

⁴⁵ vgl. http://www.swiss-ski.ch/pdf/050900_Facts_Figures_05_de.pdf, 12.3.07.

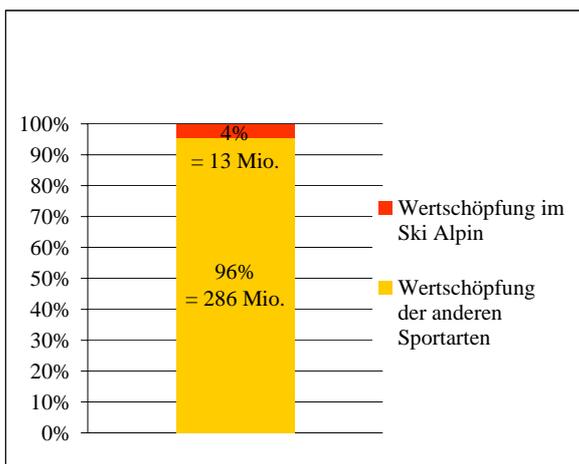
Abbildung 41: Direkter Gesamtumsatz und dessen Struktur im Ski Alpin 2006



Wie aus Abbildung 41 ersichtlich, generieren die Sportgrossveranstaltungen einen Umsatzanteil von 57% im Vergleich zum direkten Gesamtumsatz aller im Jahr 2006 durchgeführten Veranstaltungen im Ski Alpin. Der Umsatzanteil der übrigen Veranstaltungen ist deshalb so niedrig, weil diese auf bescheidenem ökonomischem Niveau durchgeführt werden und bei den Grossveranstaltungen u.a. die Medien eine wichtige Rolle spielen.

Die totalen Ausgaben im Ski Alpin setzen sich zusammen aus 85% Umsatz der Veranstalter auf dem Veranstaltungsgelände, 9% Ausgaben der nicht-einheimischen Akteursgruppen ausserhalb des Veranstaltungsgeländes sowie 7% Transportkosten (vgl. Abbildung 41). 7% Transportkosten sind erstaunlich tief - auch im Vergleich zu anderen Sportarten. Dies kann damit erklärt werden, dass einerseits viele regionale Veranstaltungen statt finden und andererseits die Transportkosten im Verhältnis zu den recht hohen Material- und Veranstaltungskosten weniger ins Gewicht fallen.

Abbildung 42: Direkte Bruttowertschöpfung im Ski Alpin 2006



Im Vergleich mit den jährlich total 230'000 stattfindenden Sportveranstaltungen gibt es nur wenige Veranstaltungen im Ski Alpin (400 Veranstaltungen), dies entspricht einem Anteil von knapp 0.2%.

Die direkte Bruttowertschöpfung der Veranstaltungen im Ski Alpin beträgt relativ gesehen jedoch 4% der gesamten direkten Bruttowertschöpfung der Sportveranstaltungen (vgl. Abbildung 42). Absolut ergibt sich aus den

jährlich in der Schweiz ausgetragenen Veranstaltungen im Ski Alpin eine direkte Bruttowertschöpfung von CHF 11 Mio.

6.8 Handball

1923 wurde die erste Handball-Sektion in der Schweiz gegründet. Ein Jahr später nahmen vier Mannschaften am ersten Handballturnier teil, das im Rahmen der eidgenössischen Spieltage durchgeführt wurde. Die Gründung des Schweizerischen Handball-Verbandes (SHV) datiert aus dem Jahr 1974. Heute nehmen 2'500 Mannschaften von 650 Clubs mit rund 20'000 Mitgliedern am Meisterschaftsbetrieb der Frauen und Männer teil. Die Geschäftsstelle des Verbandes ist in Bern domiziliert.

Die acht Spitzenteams im Männerhandball haben sich im Jahr 2000 zur Swiss Handball League zusammengeschlossen, die damit den bedeutendsten Träger des Leistungssports im Schweizer Handball darstellt. Das Ziel der SHL ist es, vor dem Hintergrund der zunehmenden Professionalisierung das Umfeld des Spitzenhandballs nachhaltig zu fördern und das Niveau zu steigern. Zudem sind die teilnehmenden Vereine zu einer ganzheitlichen Nachwuchsförderung verpflichtet. Der SHV führt Auswahlteams bei den Männern (A-Nationalteam, Nachwuchsteams auf den Stufen U21, U19 und U17) und bei den Frauen (A-Nationalteam, U20 und U18). Die zweithöchste Liga Männer (Nationalliga B), die NLA und die NLB Frauen (die zwei höchste Ligen der Frauen) sowie die U21-Junioren Elite und Inter bilden zusammen die Nationalliga.

In den jeweiligen Ligen resp. Kategorien (SHV, NLB Männer, NLA Frauen, NLB Frauen; 1.-4. Liga Frauen und Männer; U21 (Junioren); U19, U17, U15, U13 jeweils Juniorinnen und Junioren) wird eine Meisterschaft gespielt und die Meister resp. die Auf- und Absteiger bestimmt. Die Meisterschaft dauert je nach Liga von Anfang September bis Ende April oder Mai. Parallel zur Meisterschaft findet ein nationaler Cup der Frauen und der Männer im KO-System statt. Daneben veranstalten die Regionalverbände Regional-Cups für Frauen, Männer, Juniorinnen und Junioren.⁴⁶

Nachfolgende Tabelle 16 gibt einen Überblick über die wichtigsten Eckdaten der rund 15'000 Handballveranstaltungen.

Tabelle 16: Ökonomische Bedeutung der Sportveranstaltungen im Handball 2006

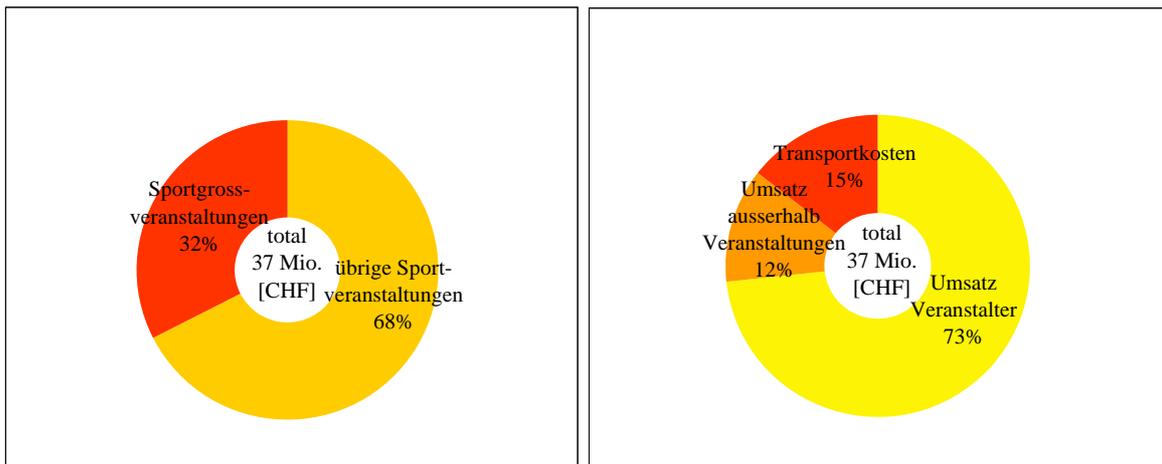
Anzahl	
Anzahl Sportveranstaltungen pro Jahr (gerundet)	15'000
davon: Anzahl Sportgrossveranstaltungen pro Jahr	1
Umsatz	
Direkter Gesamtumsatz der Sportveranstaltungen [CHF]	37 Mio.
davon: Umsatz der Veranstalter [CHF]	27 Mio.
davon: Umsatz ausserhalb der Veranstaltungen [CHF]	5 Mio.
davon: Transportkosten [CHF]	5 Mio.
Durchschnittlicher direkter Gesamtumsatz einer Sportveranstaltung [CHF]	1'800
Wertschöpfung	
Totale direkte Bruttowertschöpfung der Sportveranstaltungen [CHF]	10 Mio.

In der Saison 2006 wurden in der Schweiz rund 15'000 Handballveranstaltungen durchgeführt, dies entspricht 7% aller Sportveranstaltungen in diesem Zeitraum. Dabei ergab sich ein direkter Gesamtumsatz (Umsatz auf

⁴⁶ vgl. <http://www.handball.ch/DesktopDefault.aspx?tabindex=11&tabid=709&langid=1>, 29.1.07.

Veranstaltungsgelände, Ausgaben der nicht-einheimischen Akteure ausserhalb des Veranstaltungsgeländes sowie Transportkosten) von CHF 37 Mio. Unter Berücksichtigung des Wertschöpfungsanteils (siehe Kapitel 2.5.3.7) führen die Veranstaltungen in der Sportart Handball zu einer totalen direkten Bruttowertschöpfung von CHF 10 Mio. Werden sämtliche Veranstaltungen während dem Erhebungsjahr betrachtet, beträgt der durchschnittliche Umsatz einer Veranstaltung CHF 1'800. Pro Veranstaltung werden durch sämtliche teilnehmenden Akteure im Durchschnitt für die Hin- und Rückreise total 1'200 Kilometer zurückgelegt. Diese während eines Jahres zurückgelegten Reisekilometer verursachen Transportkosten in der Höhe von CHF 5 Mio.

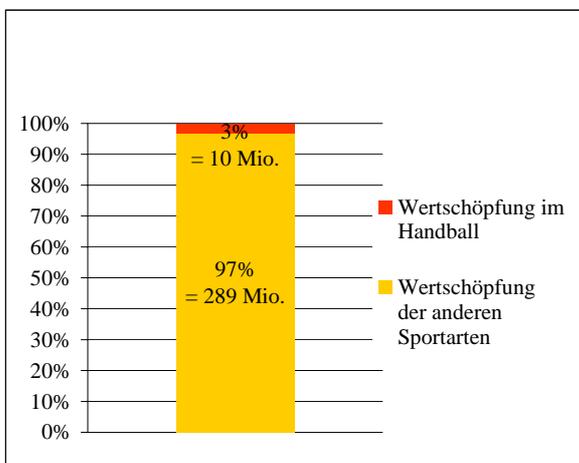
Abbildung 43: Direkter Gesamtumsatz und dessen Struktur im Handball 2006



Die einzige Sportgrossveranstaltung hatte im Jahr 2006 einen Umsatzanteil von 32% im Vergleich zum direkten Gesamtumsatz aller in diesem Jahr durchgeführten Veranstaltungen. Dieser hohe Anteil ist damit erklärbar, dass die meisten Spiele in der Schweiz in einem einfachen Rahmen und auf (ökonomisch) bescheidenem Niveau stattfinden.

73% des direkten Gesamtumsatzes geschieht im Handball als Umsatz der Veranstalter auf dem Veranstaltungsgelände, 12% ausserhalb des Veranstaltungsgeländes und 15% des Umsatzes werden als Transportkosten ausgegeben (vgl. Abbildung 43).

Abbildung 44: Direkte Bruttowertschöpfung im Handball 2006



Die relative Bruttowertschöpfung der Veranstaltungen im Handball entsprechen 3% der gesamten direkten Bruttowertschöpfung aller Sportveranstaltungen (vgl. Abbildung 44), was einer jährlich absoluten direkten Bruttowertschöpfung von CHF 10 Mio. gleichkommt.

6.9 Golf

Golf hat eine lange Tradition und wurde in Schottland entwickelt. Lange Zeit wurde Golf als elitäre Sportart betrachtet, mittlerweile wird daraus jedoch in vielen Ländern ein Volkssport. In der Regel besteht eine Golfrunde aus 18 Spielbahnen, die nacheinander absolviert werden. Insgesamt können die 18 Spielbahnen über 7 km lang sein. Für jede Spielbahn wird ein Par definiert, das der Anzahl an Schlägen entspricht, die ein fortgeschrittener Golfer braucht um den Ball vom Abschlag ins Loch zu spielen. Um an einem Turnier teilnehmen zu können braucht ein Golfer eine Lizenz. Je nach Turnier und Zielgruppe ist auch ein bestimmtes minimales Handicap vonnöten.

Neben dem Schweizerischen Golfverband (ASG, Association Suisse de golf), dem Dachverband der Schweizer Golfclubs, gibt es auch einen Verband für Golfer die keinem Club angehören (ASGI, Association Suisse des Golfeurs Indépendants). Ersterem sind ca. 50'000 Golfer angeschlossen, zweiterem um die 12'000. Daneben gibt es den Verband für professionelle Golfspieler (Swiss PGA, Swiss Professional Golfers Association), dem ca. 270 unterrichtende und ca. 20 international spielende Golfer angehören. Die SSLGA (Swiss Seniors Ladies Golf Association) und der ASGS (Association des Seniors Golfeurs de Suisse) sind zwei weitere Verbände in der Schweiz.

Der Überblick in Tabelle 17 fasst die wichtigsten Eckdaten der Veranstaltungen im Golf zusammen.

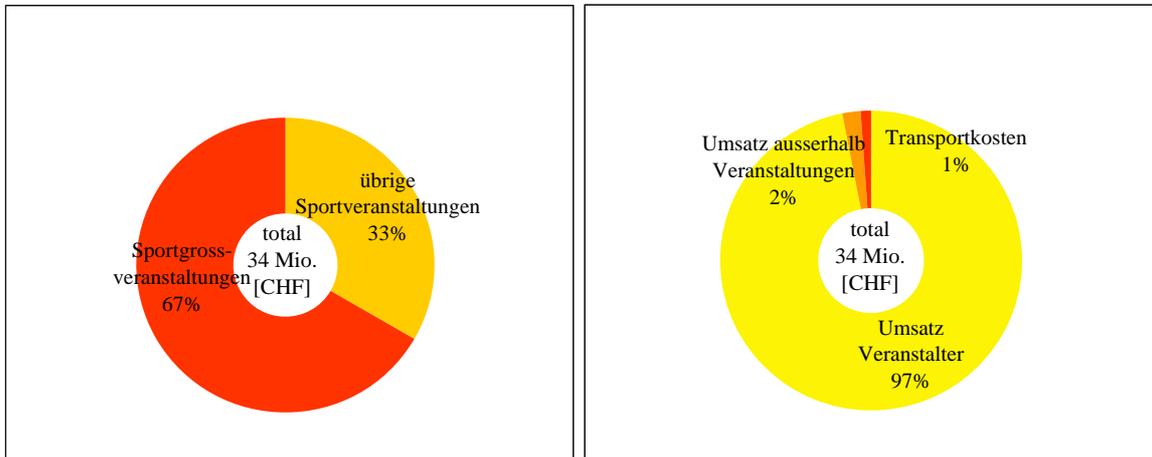
Tabelle 17: Ökonomische Bedeutung der Sportveranstaltungen im Golf 2006

Anzahl	
Anzahl Sportveranstaltungen pro Jahr (gerundet)	300
davon: Anzahl Sportgrossveranstaltungen pro Jahr	1
Umsatz	
Direkter Gesamtumsatz der Sportveranstaltungen [CHF]	34 Mio.
davon: Umsatz der Veranstalter [CHF]	33 Mio.
davon: Umsatz ausserhalb der Veranstaltungen [CHF]	0.5 Mio.
davon: Transportkosten [CHF]	0.5 Mio.
Durchschnittlicher direkter Gesamtumsatz einer Sportveranstaltung [CHF]	110'000
Wertschöpfung	
Totale direkte Bruttowertschöpfung der Sportveranstaltungen [CHF]	11 Mio.

In der Schweiz wurden 2006 rund 300 Golfveranstaltungen durchgeführt, was 0.13% der Sportveranstaltungen entspricht, die in der Schweiz in diesem Zeitraum stattfanden. Dabei ergab sich ein direkter Gesamtumsatz (Umsatz auf Veranstaltungsgelände, Ausgaben der nicht-einheimischen Akteure ausserhalb des Veranstaltungsgeländes sowie Transportkosten) von CHF 34 Mio. Unter Berücksichtigung des Wertschöpfungsanteils (siehe Kapitel 2.5.3.7) führen die Veranstaltungen in der Sportart Golf zu einer totalen direkten Bruttowertschöpfung von CHF 11 Mio. Werden sämtliche Veranstaltungen während dem Erhebungsjahr betrachtet, beträgt der durchschnittliche Umsatz einer Veranstaltung CHF 110'000. Pro Veranstaltung legen die teilnehmenden Akteure im Durchschnitt für Hin- und Rückreise total 5'000 Kilometer zurück, diese Reisekilometer verursachen Transportkosten in der Höhe von CHF 0.5 Mio. pro Jahr.

Abbildung 45 zeigt, dass die einzige Sportgrossveranstaltung einen Umsatzanteil von 67% im Vergleich zum direkten Gesamtumsatz aller im Jahr 2006 durchgeführten Veranstaltungen generiert. Der Grund für dieses Resultat sind insbesondere die hohen Prämien, die bei dieser Veranstaltung ausbezahlt werden.

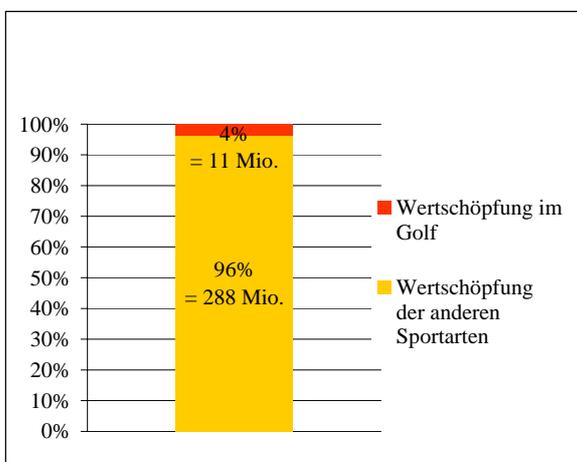
Abbildung 45: Direkter Gesamtumsatz und dessen Struktur im Golf 2006



Im Golf findet 97% des Umsatzes als Umsatz der Veranstalter auf dem Veranstaltungsgelände statt, 2% fliessen ausserhalb des Veranstaltungsgeländes und 1% des Umsatzes wird als Transportkosten ausgewiesen. Damit ist der Anteil Umsatz auf dem Veranstaltungsgelände ausgesprochen hoch. Nur wenige andere Sportarten kommen in diesem Bereich auf ähnliche Werte, so zum Beispiel Ski-Langlauf und Rudern.

Verglichen mit den jährlich total 230'000 stattfindenden Sportveranstaltungen gibt es im Golf nur wenige Veranstaltungen (ungefähr 300), diese entsprechen einem Anteil von 0.13% an allen Veranstaltungen. Dessen ungeachtet beträgt die relative direkte Bruttowertschöpfung der Veranstaltungen im Golf 4% der gesamten direkten Bruttowertschöpfung der Sportveranstaltungen (vgl. Abbildung 46). Oder in absoluten Zahlen: CHF 11 Mio. direkte Bruttowertschöpfung wird jährlich durch Golfveranstaltungen in der Schweiz generiert.

Abbildung 46: Direkte Bruttowertschöpfung im Golf 2006



6.10 Volleyball

Der Verband Swiss Volley (www.volleyball.ch) mit Sitz in Bern organisiert die nationale Meisterschaft im Volleyball in der Schweiz. Die nationalen Meisterschafts-Veranstaltungen machen nur einen kleinen Teil der gesamten Volleyball-Veranstaltungen in der Schweiz aus. Der grösste Teil der Spiele und Turniere wird von den 15 Regionalverbänden organisiert. Auf nationaler Ebene erfolgt die Meisterschaft in den Ligen NLA, NLB und 1. Liga, Junioren Inter-Liga sowie Cup und nationale Turniere. Auf regionaler Ebene werden die Spiele der 2. – 5. Liga, der Junioren-Ligen, Minivolleyball (bis 16 J.) sowie Plausch-Ligen organisiert und durchgeführt.

Der grosse Teil der Volleyball-Veranstaltungen sind Einzel-Spiele von zwei Teams. Nur wenige Veranstaltungen werden in Turnierform mit mehreren teilnehmenden Teams gespielt. Die Meisterschaft dauert jeweils von Mitte September bis April. Während den Sommermonaten besteht die Möglichkeit, Beachvolleyball zu spielen und dort an der in Turnierform aufgebauten Meisterschaft teilzunehmen. Die folgenden Berechnungen beschränken sich auf die Hallensaison. Beachvolleyball wird als separate Sportart erfasst.

Swiss Volley hat eine Damen- und Herrennationalmannschaft, Juniorinnen- und Junioren-Nati sowie eine Mädchen- und Knaben-Nationalmannschaft. Im Jahr 2006 gab es in der Schweiz rund 590 Clubs, in denen 35'000 lizenzierte Spieler aktiv waren. Nebst den lizenzierten Spielern spielen schätzungsweise zusätzlich 100'000 Personen Volleyball ohne Lizenz in Plauschligen und Trainings. Volleyball verfügt gemäss den registrierten Spielern über die zweitgrösste Anzahl an aktiven Sportlern in der Schweiz.⁴⁷

In der Saison 2006 wurden insgesamt 19'000 Volleyball-Veranstaltungen (siehe Tabelle 18) ausgetragen. Als eine Veranstaltung wird ein Spiel oder ein Turnier gezählt. Rund 1'700 der 19'000 Veranstaltungen waren Nationalliga-Spiele, Cup-Spiele, Junioren-Interliga-Veranstaltungen, Länderspiele und nationale Meisterschaften. Die übrigen rund 17'300 Veranstaltungen wurden durch die einzelnen Regionalverbände durchgeführt. Vergleicht man die Anzahl Veranstaltungen im Damen- und Herren-Bereich, zeigt sich, dass rund zwei Drittel der Veranstaltungen bei den Damen statt finden.⁴⁸

Die 19'000 Volleyball-Veranstaltungen lösen einen Umsatz von CHF 22 Mio. aus. Diese teilen sich auf direkte Umsätze an der Veranstaltung, direkte Umsätze der Akteure ausserhalb sowie auf Transportkosten auf. Der durchschnittliche Umsatz pro Veranstaltung beträgt CHF 600. Da in der Sportart Volleyball sehr viele kleine Veranstaltungen stattfinden (Liga-Spiele, Junioren-Spiele), ist der Umsatz pro Veranstaltung relativ gering. Aus den Umsätzen von CHF 22 Mio. resultiert eine direkte Bruttowertschöpfung des Volleyball von CHF 4.7 Mio. Pro Veranstaltung werden von allen beteiligten Akteuren (Spieler, Zuschauer, Schiedsrichter, Funktionäre) insgesamt 1'200 km zurückgelegt.

⁴⁷ vgl. <http://www.swissvolley.ch>, 15.12.06.

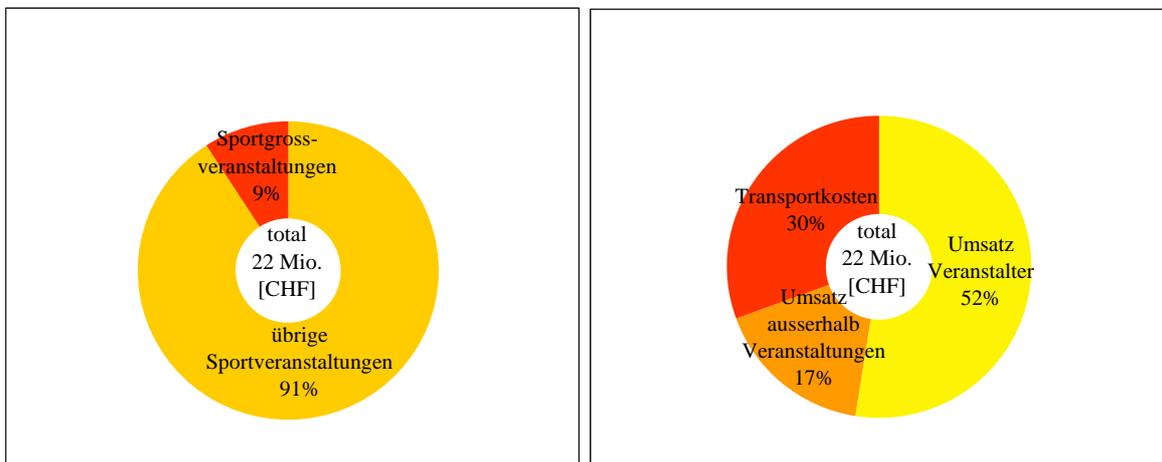
⁴⁸ vgl. <http://www.swissvolley.ch>, 15.12.06.

Tabelle 18: Ökonomische Bedeutung der Sportveranstaltungen im Volleyball 2006

Anzahl	
Anzahl Sportveranstaltungen pro Jahr (gerundet)	19'000
davon: Anzahl Sportgrossveranstaltungen pro Jahr	1
Umsatz	
Direkter Gesamtumsatz der Sportveranstaltungen [CHF]	22 Mio.
davon: Umsatz der Veranstalter [CHF]	12 Mio.
davon: Umsatz ausserhalb der Veranstaltungen [CHF]	4 Mio.
davon: Transportkosten [CHF]	6 Mio.
Durchschnittlicher direkter Gesamtumsatz einer Sportveranstaltung [CHF]	600
Wertschöpfung	
Totale direkte Bruttowertschöpfung der Sportveranstaltungen [CHF]	4.7 Mio

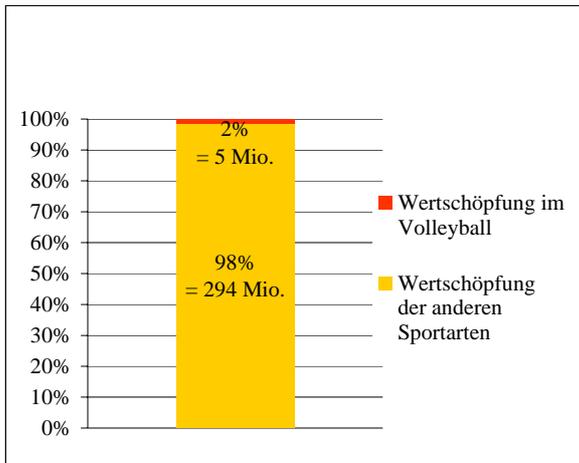
Mit 19'000 Veranstaltungen pro Jahr finden beim Volleyball 8% der Sportveranstaltungen aller Sportarten statt. In der Abbildung 47 wird der Umsatzanteil der Sportgrossveranstaltungen und der übrigen Veranstaltungen verglichen. Da im Volleyball relativ wenige Sportgrossveranstaltungen stattfinden, ist deren Anteil mit 9% auch gering. Die Umsätze der vielen regelmässigen Sportveranstaltungen machen somit den überwiegenden Teil mit 91% aus. Der direkte Umsatz des Volleyballs wird rund zur Hälfte durch den Umsatz des Veranstalters generiert. Durch die Ausgaben der Akteure ausserhalb der Veranstaltung werden zusätzlich 17% des Umsatzes ausgelöst. Die durch den Transport entstehenden Kosten haben einen Anteil von 30% am direkten Gesamtumsatz.

Abbildung 47: Direkter Gesamtumsatz und dessen Struktur im Volleyball 2006



Die Sportart Volleyball trägt mit CHF 22 Mio. Umsatz einen beachtlichen Anteil zum gesamten Umsatz aller Sportveranstaltungen in der Schweiz bei. Aus dem Umsatz resultiert eine direkte Bruttowertschöpfung von CHF 5 Mio. Damit trägt die Sportart Volleyball 2% zur von allen Sportveranstaltungen ausgelösten direkten Bruttowertschöpfung bei.

Abbildung 48: Direkte Bruttowertschöpfung im Volleyball 2006



7. Schlussfolgerungen und Perspektiven

7.1 Datenlage und Methodik

Aufwändige Erhebung der Daten zur Anzahl und zur wirtschaftlichen Bedeutung der Sportveranstaltungen

In der Schweiz werden sehr viele und sehr unterschiedliche Sportveranstaltungen durchgeführt. Die Sportveranstaltungslandschaft der Schweiz ist aber nicht nur vielfältig und heterogen sondern auch sehr lückenhaft in Bezug auf die verfügbaren Daten. Entsprechend gross war der Aufwand zur Erhebung der Anzahl Veranstaltungen und der Daten zur wirtschaftlichen Bedeutung. Der Aufwand wird auch bei einer zukünftigen Aktualisierung der Daten wieder sehr gross sein, da sich nur wenige Synergien aus diesem Projekt ergeben.

Typologie der Sportveranstaltungen reduzierte teilweise den Aufwand für die Berechnung der ökonomischen Bedeutung

Der Versuch, den Aufwand für die Erfassung der ökonomischen Bedeutung durch eine Typologie der Sportveranstaltungen zu reduzieren, war nur bedingt erfolgreich. Die bereits bestehenden Sportveranstaltungstypologien waren mit Ausnahme der Typologie von Müller/Stettler (1999) für dieses Projekt nicht geeignet. Die Berechnung der wirtschaftlichen Bedeutung der Sportveranstaltungen erfolgte basierend auf diesem Ansatz, der im Rahmen dieser Studie weiterentwickelt wurde. Einerseits wurden die Sportveranstaltungen nach zwei Grössenkategorien unterteilt (Sportgrossveranstaltungen und übrige Sportveranstaltungen) und andererseits nach Sportarten gegliedert.

Iteratives Vorgehen mit pragmatischem Methodenmix und laufender Validierung

Das gewählte iterative Vorgehen mit subjektiven Schätzungen zu Beginn, gezielter Auswertung vorhandener Daten von Verbänden oder Studien, dem Einbezug von Experten sowie empirischen Erhebungen und laufenden Plausibilisierungen hat sich bewährt. Dieses Vorgehen ermöglichte die Fokussierung des Erhebungsaufwandes auf die Sportgrossveranstaltungen und auf diejenigen Sportarten mit einer hohen ökonomischen Bedeutung.

Grenzen der empirischen Erhebung ökonomischer Daten von Sportveranstaltungen

Das Vorgehen zeigte aber auch die Grenzen der empirischen Erhebbarkeit ökonomischer Daten von Sportveranstaltungen. Bei den kleinen Sportveranstaltungen fehlten vielfach die einzelnen Veranstaltungsdaten, unter anderem deshalb, weil diese Teil einer Vereinsrechnung waren. Bei den Sportgrossveranstaltungen lagen die Probleme einerseits bei der Vertraulichkeit der Daten und andererseits bei der Komplexität dieser Anlässe. Diese Vertraulichkeitsproblematik bestand auch bei den Swiss Top Sport Events, weshalb die Ergebnisse dieser wichtigsten Gruppe der Sportgrossveranstaltungen nur aggregiert für alle ausgewiesen werden konnten.

Datengrundlagen für relative Vergleiche und Kennzahlen

Basierend auf die in dieser Studie erhobenen Daten zu den wirtschaftlichen Wirkungen von Sportveranstaltungen sind erstmals relative Vergleiche möglich, beispielsweise der Vergleich der wirtschaftlichen Bedeutung der grossen (L, XL) mit der Bedeutung der übrigen Sportanlässe (XS, S, M) oder der Vergleich der Sportveranstaltungen unterschiedlicher Sportarten, sei es in Bezug auf die Anzahl oder die durchschnittliche ökonomische Bedeutung eines Sportevents. Diese vergleichenden Analysen sind ein zentraler Nutzen dieser Studie neben den erstmals aggregiert erfassten Ergebnissen sowie den berechneten Kennzahlen zur wirtschaftlichen Bedeutung der Sportveranstaltungen in der Schweiz.

7.2 Anzahl Sportveranstaltungen

Viele sehr kleine und nur sehr wenige grosse Sportveranstaltungen

In der Schweiz wurden 2006 rund 230'000 Sportveranstaltungen durchgeführt, davon waren 68 Sportgrosseveranstaltungen, was einem Anteil von 0.03% entspricht. 47% der Sportveranstaltungen fanden in der Sportart Fussball statt. Insgesamt decken sechs Sportarten (Fussball, Volleyball, Tennis, Handball, Schiessen und Tischtennis) 80% aller Sportveranstaltungen ab. Die schweizerische Sportveranstaltungslandschaft ist geprägt von einer Vielzahl kleiner und mittlerer Veranstaltungen sowie nur wenigen Grosseveranstaltungen, die aber aufgrund ihrer Medienpräsenz in der Öffentlichkeit viel stärker wahrgenommen werden.

Populäre Spielsportarten haben am meisten Veranstaltungen

Die Zahl der Sportveranstaltungen einer Sportart wird von vier Faktoren entscheidend beeinflusst: Erstens von der Popularität und damit der Anzahl Sportler, die diese Sportart ausüben. Zweitens vom Anteil der Sportler dieser Sportart, die Wettkämpfe bestreiten. Drittens von der Anzahl Wettkämpfe, die ein Sportler im Durchschnitt bestreitet. Viertens von der Organisationsform und damit der durchschnittlichen Anzahl Teilnehmer pro Wettkampf bzw. Veranstaltung.

Damit werden die meisten Veranstaltungen in populären Spielsportarten durchgeführt (wie Fussball oder Tennis), bei denen die meisten Sportler aktiv an Sportveranstaltungen teilnehmen, jeder dieser Sportler viele Wettkämpfe bestreitet und zudem pro Wettkampf nur wenige Sportler teilnehmen. Vergleichsweise wenige Veranstaltungen finden hingegen in Sportarten statt, die weniger populär sind (d.h. den so genannten Randsportarten wie z.B. Baseball, Squash oder Rollhockey) oder bei denen nicht alle aktiven Sportler an Wettkämpfen teilnehmen (z.B. im Rad-, Lauf- oder Pferdesport). Die Zahl der Veranstaltungen einer Sportart ist zudem auch geringer, wenn eine Sportveranstaltung aus mehreren Disziplinen besteht (z.B. Leichtathletik-Meeting Weltklasse Zürich) oder wenn gleichzeitig sehr viele Einzelsportler an einer einzelnen Veranstaltung teilnehmen (z.B. Laufveranstaltung Frauenlauf Bern).

Die Definition einer Sportveranstaltung bestimmt die Anzahl der Veranstaltungen einer Sportart

Die Anzahl der Veranstaltungen einer Sportart wird auch durch die gewählte Definition einer Sportveranstaltung bestimmt. Werden mehrere Wettkämpfe einer Sportart zur gleichen Zeit am gleichen Ort durchgeführt (z.B. Tennis Interclub-Meisterschaften, Leichtathletik-Disziplinen an einem Meeting oder ein Handball-Turnier) werden diese aufgrund der gewählten Definition nicht als einzelne Wettkämpfe sondern aggregiert als eine Veranstaltung erfasst.

7.3 Ökonomische Bedeutung der Sportveranstaltungen

Sportveranstaltungen bilden keinen eigenständigen Bereich im Sportsystem

Im Sportsystem Schweiz werden die Sportveranstaltungen nicht als eigenständiger Bereich erfasst, sondern den Sportdienstleistungen sowie den Sportverbänden- und vereinen zugeordnet. Die Sportveranstaltungen haben vielfältige Beziehungen zu anderen Bereichen innerhalb des Sportsystems. Daraus ergeben sich zahlreiche Wechselwirkungen sowie nur schwer lösbare Abgrenzungs- und Zuordnungsprobleme, was sich wiederum erschwerend auf die Erhebung der wirtschaftlichen Bedeutung der Sportveranstaltungen auswirkt.

Der Beitrag der Sportveranstaltungen zur Wertschöpfung des gesamten Sportsystems ist mit 4% halb so gross wie der Umsatz-Beitrag von 8%

Der Beitrag der Sportveranstaltungen zum Umsatz des gesamten Sportsystems beträgt rund 8%. Der Beitrag zur Wertschöpfung ist mit rund 4% halb so gross. Der Grund dafür liegt in der deutlich tieferen Wertschöpfungsintensität der Sportveranstaltungen. Wegen den hohen Vorleistungen im Vergleich zum erzielten Umsatz liegt der Wertschöpfungsanteil am direkten Umsatz bei den kleinen und mittleren Sportveranstaltungen bei nur 0.2 und bei den grossen bei rund 0.38 (d.h. CHF 100 Umsatz generieren eine Wertschöpfung von CHF 20 bzw. CHF 38). Dies ist deutlich tiefer als der durchschnittliche Anteil von 0.53 beim gesamten Sportsystem. Der tiefe Wertschöpfungsanteil auf der ersten Stufe führt dafür über die Vorleistungseffekte zu entsprechend höheren indirekten Wirkungen auf der zweiten Wertschöpfungsstufe.

Sehr grosse Unterschiede bei den durchschnittlichen direkten Gesamtumsätzen pro Sportveranstaltung

Aufgrund der Heterogenität der Sportveranstaltungen sind auch die durchschnittlichen direkten Gesamtumsätze der Sportveranstaltungen sehr unterschiedlich. Die Bandbreite reicht von einem Mega-Anlass wie der UEFA EURO 2008 mit einem direkten Umsatz von CHF 1.2 Mrd. bis zu den zehntausenden von Kleinstanlässen wie den Fussballspielen der 5. Liga, die nur wenige Franken Umsatz generieren. Der durchschnittliche direkte Gesamtumsatz pro Sportveranstaltung liegt bei CHF 5'250.

Veranstaltungen generieren rund drei Viertel des direkten Gesamtumsatzes selber

Der direkte Gesamtumsatz der Sportveranstaltungen setzt sich zusammen aus dem Umsatz der Veranstalter und Event-Unternehmen, dem Umsatz ausserhalb der Veranstaltung, der durch die Ausgaben der Zuschauer, Athleten und Betreuer ausserhalb der Veranstaltung generiert wird sowie den Kosten für die An- und Rückreise (Transportkosten). Rund drei Viertel des direkten Gesamtumsatzes wird durch den Veranstalter selber generiert. Die restlichen 27% entstehen je zur Hälfte aus den Konsumausgaben ausserhalb der Veranstaltung sowie dem Transport. Zwischen den verschiedenen Sportarten bestehen grosse Unterschiede in Bezug auf die Struktur des Gesamtumsatzes der Sportveranstaltungen.

Viele Sportveranstaltungen generieren nur dank indirekter Effekte einen volkswirtschaftlichen Nutzen

Für viele Sportveranstaltungen ist es eine grosse Herausforderung, Gewinn zu erzielen oder zumindest ihre Kosten zu decken. Entsprechend gering ist die Wertschöpfung von gewissen Veranstaltungen. Dies trifft sowohl für Kleinstveranstaltungen als auch für verschiedene hochkommerzielle Sportgrossveranstaltungen und Mega-Sportevents wie die EURO 2008 zu. Die ungedeckten Kosten werden entweder durch Beiträge der öffentlichen Hand oder durch übrige Erträge der Vereine ausgeglichen. Aus finanzieller Sicht sind diese Sportveranstaltungen daher kritisch zu beurteilen. Ein volkswirtschaftlicher Nutzen entsteht in diesen Fällen erst über die Ausgaben ausserhalb der Veranstaltung (zu Gunsten des Tourismus oder des Detailhandels), über indirekte Umsatz- und Wertschöpfungseffekte (über Vorleistungen, Einkommens- und Investitionseffekte) oder über intangible Wirkungen (z.B. Bekanntheitssteigerung oder Imageverbesserung durch die Medienberichterstattung oder einen Beitrag zur Gesundheitsförderung). Erst diese zusätzlichen Wirkungen legitimieren überhaupt eine finanzielle Unterstützung durch die öffentliche Hand.

7.4 Ökonomische Bedeutung der Sportgrossveranstaltungen

Die Hälfte aller Sportgrossveranstaltungen verteilt sich auf fünf Sportarten

Aufgrund der festgelegten Kriterien und Grenzwerte sind nur 68 der insgesamt rund 230'000 Sportveranstaltungen als Grossanlässe eingestuft. Die meisten Sportgrossveranstaltungen (11) gibt es im Fussball. 35 der 68 Sportgrossanlässe finden in den fünf Sportarten Fussball, Tennis, Reiten, Leichtathletik und Triathlon/Duathlon statt. Die restlichen 33 Grossanlässe verteilen sich auf 25 Sportarten.

Die 68 Sportgrossveranstaltungen generieren 30% des direkten Umsatzes aller Sportveranstaltungen

Trotz dem geringen Anteil der Sportgrossveranstaltungen an der Gesamtzahl aller Veranstaltungen liegt ihr Anteil gemessen am direkten Gesamtumsatz bei 30%. Je nach Sportart liegt dieser Anteil zwischen 0% (Basketball) und 94% (Rad Strassenrennen). Dies zeigt die sehr hohe wirtschaftliche Bedeutung der Sportgrossanlässe. Im Weiteren haben die Grossveranstaltungen auch noch beachtliche indirekte und intangible Effekte, die aber im Rahmen dieser Studie nicht quantifiziert werden konnten.

Swiss Top Sport Events – wirtschaftlich bedeutendste jährlich durchgeführte Sportgrossveranstaltungen der Schweiz

Die Vereinigung der Swiss Top Sport Events umfasst die 14 bedeutendsten jährlich stattfindenden internationalen Sportgrossveranstaltungen der Schweiz. Diese 14 Veranstaltungen generieren mit ihren überdurchschnittlichen Umsätzen 54% des direkten Gesamtumsatzes der Sportgrossanlässe oder 16% des direkten Gesamtumsatzes aller Sportanlässe in der Schweiz.

Sportgrossveranstaltungen haben eine hohe regionalökonomische Bedeutung

Viele Sportgrossveranstaltungen wie beispielsweise die Lauberhornskirennen in Wengen und der Engadin Ski-Marathon haben eine hohe regionalökonomische Bedeutung. Insbesondere sind die jährlich durchgeführten internationalen Sportgrossveranstaltungen mit einer hohen medialen Beachtung wertvoll, vor allem dann, wenn sie über eine jahrzehntelange Tradition verfügen und in ihrer Sportart auch im internationalen Vergleich zu den absoluten Top-Events gehören. Eine nationale Bedeutung erreichen nur die EURO 2008 oder Olympische Winterspiele. Sogar Mega-Sportevents wie beispielsweise die Ski-WM in St. Moritz 2003 oder die Eishockey-WM 2009 in Bern und Zürich-Kloten haben vorwiegend eine regionale Bedeutung. Die EURO 2008 oder Olympische Winterspiele leisten trotz ihrer Grösse und internationalen Ausstrahlung sowie einer daraus resultierenden beachtlichen Wertschöpfung nur einen marginalen Anteil zum Bruttoinlandprodukt der Schweiz.

7.5 Indirekte und intangible Effekte

Sport(gross)veranstaltungen generieren vielfältige indirekte Effekte

Sportgrossveranstaltungen haben neben den direkten ökonomischen Wirkungen auch indirekte ökonomische Effekte auf der zweiten Wertschöpfungsstufe, die über die Vorleistungen, Investitionen und Einkommen entstehen. Dazu kommen intangible ökonomische Effekte, wie beispielsweise die Steigerung der Bekanntheit und die Verbesserung des Images des Veranstaltungsortes dank einer überdurchschnittlichen Medienpräsenz. Zusätzlich zu den ökonomischen Effekten werden auch gesellschaftliche Effekte ausgelöst (z.B. Beitrag zur Gesundheitsförderung, Steigerung der Popularität einer Sportart, Leistung ehrenamtlicher Arbeit). Die indirekten und insbesondere die intangiblen Effekte sind nur schwer zu messen. Zudem werden sie vielfach überschätzt.

Mega-Sportevents haben überdurchschnittliche indirekte und intangible Wirkungen aber auch ein höheres Risikopotenzial

Die grössten indirekten und intangiblen ökonomische Wirkungen gehen von den Mega-Sportevents aus wie beispielsweise der EURO 2008, der Ski WM 2003 in St. Moritz oder der Eishockey WM 2009 in Bern und Zürich-Kloten. Je grösser diese Mega-Events sind, desto grösser ist aber auch das Risikopotenzial (z.B. in Bezug auf die Sicherheit, das Wetter, die Organisation oder die Infrastruktur). Dieses Risikopotenzial ist manchmal grösser als das Gewinn- und Renditepotenzial.

Medien als zentraler Erfolgsfaktor für Sportgrossveranstaltungen

Die Medien (insbesondere das Fernsehen) sind ein zentraler Erfolgsfaktor für Sportgrossveranstaltungen, weil sie als Multiplikatoren die Attraktivität für Sponsoren erhöhen und für intangible Effekte im Bereich der Bekanntheit und des Images einer Veranstaltung bzw. einer touristischen Destination sorgen. Diese können wiederum zu nachgelagerten ökonomischen Wirkungen in dieser Region führen. In der Vergangenheit konzentrierte sich die Berichterstattung vor allem auf die populären Sportarten (u.a. Fussball, Eishockey, Tennis, Formel 1). Über Veranstaltungen von Randsportarten wird wesentlich weniger häufig berichtet.

Vielfältige Wechselwirkungen

Sportveranstaltungen haben vielfältige Wechselwirkungen aufgrund der Vernetzungen mit den anderen Sportbereichen. Die stärksten Wechselwirkungen bestehen mit den Sportverbänden und Vereinen und der Sportinfrastruktur. Besonders augenfällig sind diese Wechselwirkungen beispielsweise in der Fussball Super League: Dort bestehen starke Verbindungen zwischen dem sportlichen Erfolg eines Vereins und der finanziellen Situation des Fussballstadions. Diese Vernetzung kann einerseits positiv sein wie z.B. bei den Champions League Erfolgen des FC Basel und dem Stadion St. Jakob, andererseits aber auch eine Hypothek wie z.B. beim Abstieg des FC Servette Genf und dem Stadion in Genf.

Der Tourismus profitiert von Sportveranstaltungen

Sportveranstaltungen sind Teil des touristischen Angebots und tragen zur Attraktivitätssteigerung von Destinationen bei. Tourismusunternehmen profitieren einerseits von den Konsumausgaben der Zuschauer und Teilnehmer ausserhalb der Veranstaltung und andererseits von den Vorleistungsbezügen des Veranstalters. Destinationen können dank der Medienberichterstattung über den Anlass ihren Bekanntheitsgrad steigern oder ihr Image verbessern.

Sportveranstaltungen wichtig für den Breiten- und Spitzensport

Sportveranstaltungen haben auch positive Wirkungen auf den Breiten- und Spitzensport. Sie bilden für viele Sportler, insbesondere Jugendliche, einen Anreiz Sport zu treiben. Im Bereich des Spitzensports leistet die Durchführung von internationalen Spitzensportanlässen (Weltmeisterschaften, Weltcup-Veranstaltungen etc.) einen wichtigen Beitrag zur internationalen Wettbewerbsfähigkeit und zur Steigerung der Popularität und Attraktivität einer Sportart (z.B. durch die umfangreichere Medienberichterstattung. Dies gilt insbesondere für Randsportarten, da über diese oft nur im Zusammenhang mit Sportgrossveranstaltungen (z.B. Europa- oder Weltmeisterschaft) berichtet wird.

7.6 Rolle und Aufgaben der öffentlichen Hand

Wichtige Rolle der öffentlichen Hand

Sportveranstaltungen sind Teil eines funktionierenden Marktes und generieren unterschiedlich hohe direkte und indirekte ökonomische Wirkungen. Sie unterliegen damit den Marktkräften von Angebot und Nachfrage. Somit sind primär die Organisatoren verantwortlich für eine wirtschaftlich erfolgreiche Durchführung einer Sportveranstaltung. Die öffentliche Hand hat grundsätzlich nur eine subsidiäre Rolle, die sich vor allem aus den ausgelösten indirekten und intangiblen ökonomischen Effekten sowie den gesellschaftlichen Wirkungen der Sportveranstaltungen legitimiert.

Trotz dieser subsidiären Rolle hat die öffentliche Hand eine wichtige und tendenziell unterschätzte Bedeutung bei der Förderung der Sportveranstaltungen. Diese Förderung ist vielfältig und erfolgt einerseits direkt über finanzielle Beiträge oder Sachleistungen bei der Durchführung der Sportveranstaltung sowie andererseits indirekt über die finanzielle Beteiligung an Investitionen für den Bau und Erneuerung oder für den Betrieb von Sportanlagen (z.B. im Rahmen der Sportanlagenkonzepte des Bundes, der Kantone und Gemeinden; NASAK, KASAK, GESAK). Insbesondere die kleinen und mittleren Sportanlagen profitieren von der weit verbreiteten Unterstützung der Sportinfrastruktur durch die öffentliche Hand, weil dadurch die Veranstaltungsbudgets entlastet werden (z.B. dank günstigeren Infrastrukturkosten). Viele Sportgrossveranstaltungen sind ohne Unterstützung der öffentlichen Hand nicht durchführbar. Bei Mega-Sportevents wie der EURO 2008 oder auch Olympischen Spielen müssen unter anderem die Kosten für die Infrastruktur sowie die hohen und im Vorfeld oft nur schwer kalkulierbaren Kosten für die Sicherheit mehrheitlich von der öffentlichen Hand getragen werden.

Zudem ist die öffentliche Hand bei Bewilligungsverfahren (z.B. bei Bauten, Strassensperrungen, Erlaubnis für Festwirtschaften) und bei steuerlichen Erleichterungen beteiligt. Damit kann die öffentliche Hand die Rahmenbedingungen für die Durchführung von Sportveranstaltungen verbessern.

Vielfältige Handlungsalternativen: Förderung von Breiten- oder Spitzensportanlässen

Für die öffentliche Hand stellt sich die Frage, welche Sportanlässe sie durch wen und in welcher Form unterstützen soll. So vielfältig wie die Sportveranstaltungen, so vielfältig sind auch die Unterstützungsmöglichkeiten. Aufgrund der beschränkten finanziellen Mittel ist eine Priorisierung der Unterstützung unabdingbar. Nach welchen Kriterien die Unterstützung festgelegt wird, hängt von den angestrebten politischen Zielen ab.

Klare Ziele als Voraussetzung für effiziente Förderung von Sportveranstaltungen

Eine effiziente Förderung setzt klare Ziele voraus, die mit der Förderung von Sportveranstaltungen verfolgt werden. Geht es um die Förderung des Spitzensports, einer speziellen Sportart, der Gesundheit der Bevölkerung, des Tourismus oder der Standortattraktivität? Vielfach wird versucht, gleichzeitig sehr viele Ziele zu erreichen. Die damit verbundenen Erwartungen sind entsprechend hoch und werden nicht immer erfüllt.

Für die Unterstützung der kleinen und mittleren sowie auch die meisten grossen Sportveranstaltungen, deren ökonomische Wirkungen vor allem lokal oder regional anfallen, sollten primär die Gemeinde oder die Region zuständig sein. Bei Mega-Sportanlässen mit nationaler Bedeutung wie der EURO 2008 ist neben dem Engagement der Gemeinden und Kantone auch ein Engagement des Bundes erforderlich. Sind die politischen Ziele jedoch beispielsweise die Gesundheitsförderung oder die Steigerung des Wertes der ehrenamtlichen Arbeit, so ist ein Engagement des Bundes auch bei den kleinen und mittleren Veranstaltungen angebracht.

Evaluationen und Wirksamkeitsmessungen als Entscheidungsgrundlagen

Evaluationen und Wirksamkeitsmessungen bilden eine wichtige Grundlage für die zukünftige Unterstützung von Sportveranstaltungen. Verbreitet sind heute vor allem regionalökonomische Analysen von Sportgrossveranstaltungen.

tungen. Oft werden diese aber nur im Vorfeld als ex-ante Studien durchgeführt, wenn es darum geht, die notwendigen Grundlagen zu erarbeiten für die Beantragung der Unterstützung der Veranstaltung durch die öffentliche Hand oder durch Sponsoren. Ex-post Studien, welche die effektiven Wirkungen aufzeigen, gibt es dagegen nur wenige.

Klärung der Rollen, Zuständigkeiten und Aufgaben zwischen Bund, Kantonen und Gemeinden

Weil verschiedene Departemente des Bundes sowie Kantone und Gemeinden Sportveranstaltungen auf verschiedene Arten direkt und indirekt unterstützen, fehlt die Transparenz und damit eine umfassende Übersicht über den Umfang und die Form der Unterstützung durch die öffentliche Hand. Zudem zeigt sich gerade bei Mega-Sportanlässen (wie der EURO 2008), dass zum Teil die Rollen und die Aufgaben zwischen Bund, Kantonen und Gemeinden unklar sind, insbesondere wenn es um Fragen der Finanzierung, Kompetenzen und Zuständigkeiten geht.

Förderung rentabler Sportveranstaltungen durch die öffentliche Hand?

Die Förderung von hoch kommerziellen und profitablen Sportveranstaltungen durch die öffentliche Hand führt oft zu politischen Diskussionen. Dies war auch bei der EURO 2008 der Fall. Kritisch angemerkt wird in diesen Diskussionen, dass die Gewinne der Veranstaltung privatisiert würden, die Kosten für die Sicherheit dagegen von der öffentlichen Hand und damit dem Steuerzahler übernommen werden müssten. Dieses Grundproblem stellt sich bei allen Sportgrossveranstaltungen, die einen Gewinn abwerfen und gleichzeitig Unterstützungsbeiträge der öffentlichen Hand beantragen. Wie im Einzelfall entschieden wird, ist letztlich immer auch eine politische Frage. Wichtig ist aber, dass die zuständigen Instanzen über ausreichende Grundlagen und Informationen verfügen, um Ihre Entscheidung transparent und nachvollziehbar begründen zu können.

Im sportpolitischen Konzept des Bundes wurde unter anderem der Auftrag formuliert, Entscheidungsgrundlagen für die Klärung der Rolle der öffentlichen Hand zu erarbeiten. Erste Entscheidungsgrundlagen wurden im Rahmen der ersten Forschungsperiode 2004-07 des Bundesamtes für Sport erarbeitet, einerseits mit der vorliegenden Studie und andererseits im Rahmen der Begleitforschung zur EURO 2008, deren Ergebnisse im Herbst 2008 bzw. im Herbst 2009 vorliegen werden.

7.7 Indikatoren für das Observatorium Sport und Bewegung Schweiz

Konzentration auf wenige ausgewählte Indikatoren

Aufgrund der mehrheitlich fehlenden Daten ist die Erhebung von Indikatoren zu den Sportveranstaltungen bei fast allen Indikatoren mit einem hohen Aufwand verbunden. Deshalb ist eine Konzentration auf wenige ausgewählte Indikatoren sinnvoll und nötig. Geeignete Indikatoren sind solche, die einerseits relevante Aspekte abdecken und andererseits die benötigten Daten dafür entweder bereits verfügbar sind oder mit möglichst geringem Aufwand erhoben werden können. Unter Berücksichtigung dieser beiden Kriterien werden folgende Indikatoren für das Observatorium Sport und Bewegung Schweiz und deren Erhebungsrhythmus vorgeschlagen:

	Anzahl	Umsatz, Wertschöpfung, Beschäftigung
Sportgrossveranstaltungen	jährlich	alle 5 Jahre
Sportveranstaltungen	alle 5 oder 10 Jahre	alle 10 Jahre
Bedeutendste Sportarten (Fussball etc.)	jährlich oder alle 5 Jahre	alle 10 Jahre
Mega-Sportevents	unregelmässig	unregelmässig

Die Anzahl Sportveranstaltungen sind ein guter Indikator für den Umsatz, die Wertschöpfung und die Beschäftigung. Mit der jährlichen Erfassung der Anzahl Sportgrossveranstaltungen ist es möglich, die Entwicklung des bedeutendsten Bereichs zu verfolgen. Zusätzlich können alle fünf Jahre Umsatz, Wertschöpfung und Beschäftigung der Sportgrossveranstaltungen berechnet werden. Die Aktualisierung der Daten zu allen Sportveranstaltungen erachten wir aufgrund des grossen Aufwandes alle 10 Jahre als sinnvoll. Ergänzend können auch die Daten der bedeutenden Sportarten regelmässig erhoben werden, insbesondere Fussball sowie Eishockey, Tennis, Pferdesport, Leichtathletik, Schiessen, Ski Alpin, Handball und Golf, die zusammen 78% des direkten Gesamtumsatzes aller Sportveranstaltungen generieren. Zu prüfen ist zudem die kontinuierliche Erhebung der wirtschaftlichen Bedeutung der in der Schweiz durchgeführten Mega-Sportevents und deren Vergleich, idealerweise unter Einbezug der indirekten und intangiblen Wirkungen (insbesondere den Medienwirkungen).

Minimierung des Datenerhebungsaufwandes

Aufgrund der Vielfältigkeit der Sportveranstaltungslandschaft und der heterogenen Datenlage bei den Sportverbänden in Bezug auf ihre Wettkämpfe und Veranstaltungen wird der Aufwand für die Erhebung der benötigten Daten auch in Zukunft gross sein. Eine Minimierung des Datenerhebungsaufwandes ist nur zu erreichen, wenn es gelingt auf bereits vorhandene Daten bei den Sportverbänden zurückzugreifen sowie noch gezielter mit Indikatoren zu arbeiten, die gestützt auf die vorliegende Studie geschätzt werden können, anstelle einer neuen und aufwändigen Erhebung. Dies erfordert aber einen zusätzlichen Initialisierungsaufwand für die Erarbeitung eines entsprechenden Erhebungskonzeptes. Vergleichsweise am einfachsten zu erheben ist die Anzahl Sportgrossveranstaltungen. Dazu wird empfohlen, dass das BASPO in Zusammenarbeit mit Swiss Olympic und den Sportverbänden, eine Liste mit den geplanten und bereits durchgeführten Sportgrossveranstaltungen führt, die laufend oder mindestens einmal jährlich aktualisiert wird. Die Minimierung des Erhebungsaufwandes für eine regelmässige Erfassung der wirtschaftlichen Bedeutung ausgewählter Sportarten erfordert die enge Zusammenarbeit mit den entsprechenden Verbänden. Der Erhebungsaufwand für die Erfassung der wirtschaftlichen Bedeutung ausgewählter Mega-Sportevents hängt von der Grösse sowie dem Genauigkeitsanspruch der Ergebnisse ab. Die Bandbreite reicht von einfachen kostengünstigen indikatoren-gestützten Schätzungen bis zu umfangreichen und entsprechend teuren empirischen Erhebungen.

7.8 Perspektiven

Kontinuität in der sportökonomischen Forschung zu den Sportveranstaltungen

Die Erforschung der ökonomischen Wirkungen von Sportveranstaltungen hat in der Schweiz noch keine lange Tradition. Erst in den letzten Jahren wurden entsprechende Erhebungs- und Berechnungsmethoden zu den volkswirtschaftlichen Wirkungen von einzelnen Sportevents entwickelt und angewandt. Mit der vorliegenden Studie wurde zum ersten Mal eine Gesamtbetrachtung der ökonomischen Wirkungen von allen Sportveranstaltungen in der Schweiz erstellt, die zudem verschiedene vergleichende Aussagen ermöglicht. Basierend auf diesen Ergebnissen ist eine Kontinuität und gezielte Vertiefung in der sportökonomischen Forschung zu diesem Thema anzustreben.

Relevante Forschungslücken im Bereich der schwer quantifizierbaren indirekten und intangiblen Effekte von Sportveranstaltungen

Im Rahmen der vorliegenden Studie konnten nur die Anzahl sowie die direkte ökonomische Bedeutung der Sportveranstaltungen in der Schweiz genauer untersucht werden. Die indirekten und intangiblen ökonomischen sowie die gesellschaftlichen Effekte konnten dagegen nicht näher analysiert werden. In diesem Bereich bestehen daher noch relevante Forschungslücken. Dazu gehören insbesondere die intangiblen Wirkungen auf die Bekanntheit und das Image einer Veranstaltung bzw. eines Ortes oder einer Region, die aus der Berichterstattung in

den Medien resultieren. Es gibt zwar zahlreiche Studien zu ausgewählten Teilaspekten sowie einzelnen vor allem grösseren Sportveranstaltungen. Dazu gehört auch die Untersuchung der Nachhaltigkeit der EURO 2008. Im Rahmen dieser Nachhaltigkeitsstudie werden unter anderem die Medien- und Imagewirkungen erfasst und quantifiziert sowie die Bevölkerung befragt. Es fehlt aber eine systematische und umfassende Erfassung und Quantifizierung dieser indirekten und intangiblen Wirkungen der unterschiedlichen Arten und Grösse von Sportveranstaltungen. Diese werden im Rahmen der Forschungsperiode 2008-11 des Bundesamtes für Sport genauer untersucht, einerseits generell für alle Sportveranstaltungen und andererseits spezifisch anhand differenzierter Analysen zur EURO 2008.

Forschungsbedarf bei den Förderstrategien der öffentlichen Hand

Weiterer Forschungsbedarf besteht im Bereich der Förderstrategien der Sportveranstaltungen durch die öffentliche Hand. Die Erarbeitung von qualifizierten Entscheidungsgrundlagen zur Förderung von Sportveranstaltungen könnte einen wichtigen Beitrag leisten zur gezielten und effektiven Verteilung der knappen öffentlichen Mittel.

Literaturverzeichnis

- Berwert, A., Zehnder, M., Stofer, Ch.(2006). Ein pragmatischer Ansatz und Diskussionsbeitrag zur Abgrenzung von sportbezogenen Aktivitäten. Nicht veröffentlichter Diskussionsbeitrag. Rüşchlikon.
- Bizzarri, M. (1997). La valutazione dell'impatto economico dei campioni del mondo di ciclismo Lugano 1996. Bellinzona.
- Emrich, E., Pitsch, W., Papathanassiou, V. (2001). Die Sportvereine: Ein Versuch auf empirischer Grundlage. Schriftenreihe des Bundesinstituts für Sportwissenschaft. Schorndorf: Verlag Karl Hofmann.
- Frey, R.L., Jeanrenaud, C. et al. (1999). L'impact économique des manifestations sportives. Bilan des connaissances. IREU Universität Neuenburg und WWZ Universität Basel. Neuenburg/Basel.
- Fritzeiler, J., Pfister, B., Summerer, T. (1998). Praxishandbuch Sportrecht. In: Scherrer, U., Zölch, F.A., Sportveranstaltungen im Fokus von Recht und Wirtschaft. Zürich: Orell Füssli.
- Gans, P., Horn, M., Zemann, Ch. (2004). Sportgrossveranstaltungen – ökonomische, ökologische und soziale Wirkungen. Bundesinstitut für Sportwissenschaft. Schorndorf: Verlag Karl Hofmann.
- Jeanrenaud, C., Stritt, M.-A., Voillat, F. (1998). Bewerbung Olympische Winterspiele "Sion 2006", L'impact économique des Jeux olympiques Sion 2006. Switzerland candidate. Neuenburg.
- Jeanrenaud, C. (Hrsg.) (1999). The Economic Impact of Sport Events, Centre Internationale d'Etude du Sport (CIES), Université de Neuchâtel. Neuenburg.
- Joly, P. (1996). Mobilität im Fussballsport. Untersuchung der durch Fussball ausgelösten Mobilität in der Schweiz. Lizenziatsarbeit am Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF) der Universität Bern. Bern.
- Laesser, Ch., Ludwig, E. (1999). Auswirkungen von sportlichen Grossanlässen (Conceptual Framework). Institut für Öffentliche Dienstleistungen und Tourismus IDT-HSG, Universität St. Gallen, St. Gallen/Bern.
- Müller, H.R., Stettler, J. (1999). Ökonomische Bedeutung sportlicher Grossveranstaltungen in der Schweiz. Vorschläge zur Klassifikation. Schlussbericht. Bern: FIF (Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus der Universität).
- Nathani, C., Rütter H., de Bary, A., Berwert, A. (2008) : Wirtschaftliche Bedeutung von Sportvereinen und -verbänden in der Schweiz. Schlussbericht (noch nicht veröffentlicht). Rüşchlikon.
- Neuhaus, C. (1997). Wertschöpfungsstudie am Beispiel des Rado-Swiss-Open Gstaad 1996. Lizenziatsarbeit am Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF) der Universität Bern, Bern.
- Preuss, H. (1999). Ökonomische Implikationen der Ausrichtung Olympischer Spiele von München 1972 bis Atlanta 1996. Kassel: Agon-Sportverlag.
- Preuss, H. (2004). Kosten-Nutzen-Analysen sportlicher Grossveranstaltungen. In: A. Krüger & A. Dreyer (Hrsg.), Sportmanagement (S. 169-192). München: Oldenbourg Verlag.
- Rütter, H., Berwert, A. et al. (2007). Wirtschaftliche Bedeutung des Sports in der Schweiz. Rüşchlikon.
- Rütter H. et al. (2007). Wirtschaftliche Wirkungen der UEFA EURO 2008TM in der Schweiz. Aktualisierung der Studie von 2004. Rüşchlikon.
- Rütter, H., Stettler, J. et al. (2002). Volkswirtschaftliche Bedeutung von Sportgrossanlässen in der Schweiz. Schlussbericht des KTI-Projekts „Volkswirtschaftliche Bedeutung von Sportgrossanlässen in der Schweiz“. Luzern: ITW (Institut für Tourismuswirtschaft, Hochschule Luzern – Wirtschaft).
- Scherrer, U. (2004). Der Begriff des Veranstalters. In Scherrer, U., Zölch, F.A. (Hrsg.), Sportveranstaltungen im Fokus von Recht und Wirtschaft (S.50-56). Zürich: Orell Füssli.
- Schneider, U. (1993). Stadtmarketing und Grossveranstaltungen. Beiträge zur angewandten Wirtschaftsforschung Band 26. Berlin: Duncker & Humboldt.
- Senn, P., Senn, P.Th., Glanzmann, V. (2004). Personal und Finanzen im Sportverein, Ehrenamtlichkeit und Geld als Erfolgsbedingung. Chur: Rügger.
- Stettler, J. (1997). Sport und Verkehr. Sportmotiviertes Verkehrsverhalten der Schweizer Bevölkerung. Bern: FIF (Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus der Universität).
- Stettler, J., Gisler, M., Danielli, G. (2007). Nachhaltigkeit der Sportinfrastruktur in der Schweiz. Schlussbericht. Bundesamt für Sport (BASPO) „Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit im Sportsystem Schweiz“. Luzern: Institut für Tourismuswirtschaft ITW, Hochschule Luzern – Wirtschaft.

- Stettler, J., Gisler, M., Erni, C. (2008): Sportveranstaltungen und Medien. Schlussbericht (noch nicht veröffentlicht). Luzern: Institut für Tourismuswirtschaft ITW, Hochschule Luzern - Wirtschaft.
- Stettler, J., Rütter, H. et al. (2005). Volkswirtschaftliche Bedeutung von Sportgrossanlässen: Indikatorenbildung und Vereinfachung der Methodik. Schlussbericht des KTI Projekts „Volkswirtschaftliche Bedeutung von Sportgrossanlässen: Indikatorenbildung und Vereinfachung der Methodik“. Luzern: Institut für Tourismuswirtschaft ITW, Hochschule Luzern – Wirtschaft.
- Swiss Tennis (2007). Geschäftsbericht 2006.
- Trosien, G., Dinkel, M. (1999). Verkaufen Medien die Sportwirklichkeit? Aachen: Meyer & Meyer Verlag.
- Weber, W., Schneider, C., Kortlüke, N., Horak, B. (1995). Die wirtschaftliche Bedeutung des Sports. Abschlussbericht, Forschungsauftrag des Bundesinstitutes für Sportwissenschaften und des Kultusministeriums des Landes Nordrhein-Westfalen an die Universität – GH – Paderborn. Fachbereich Wirtschaftswissenschaften. Schorndorf: Verlag Karl Hoffmann.

Internetquellen-Verzeichnis

- Event-Scorecard. Online (15.11.2007):
<http://www.event-scorecard.ch/scorecard.htm>
- Swiss Athletics. Online (12.12.2007):
http://www.swiss-athletics.ch/files/ueber_uns/jahresbericht/jahresbericht_2006.pdf
- Schweizerischer Eishockeyverband. Online (06.12.2006):
<http://www.sehv.ch/page/content/index.asp?MenuID=21&ID=8&Menu=1&Item=4>
<http://www.sehv.ch/page/content/index.asp?MenuID=32&ID=19&Menu=1&Item=6.2>
- Schweizerischer Firmensport Verband. Online (30.11.2006):
<http://www.sfssport.ch/index.html>
- Schweizerischer Fussballverband. Online (30.11.2006):
http://www.football.ch/sfv/de/Statistiken_GRF.aspx?vNews=1&newsID=2
- Schweizerischer Handball-Verband. Online (29.1.07):
<http://www.handball.ch/DesktopDefault.aspx?tabindex=11&tabid=709&langid=1>
- Schweizerischer Schiesssportverband. Online (12.12.2006):
http://www.fst-ssv.ch/desktopdefault.aspx/tabid-108/139_read-2702/
<http://www.fst-ssv.ch/Desktopdefault.aspx/tabid-24/>
- Schweizerischer Skiverband. Online (12.3.07):
http://www.swiss-ski.ch/001ski_01010002_de.htm
http://www.swiss-ski.ch/pdf/050900_Facts_Figures_05_de.pdf
- Schweizerischer Tennisverband, Online (27.02.2007):
<http://www.mytennis.ch/pages/index.cfm?rub=44>
<http://www.mytennis.ch/upload/docs/swisstennis/Klassierungsrichtlinien-06.pdf>
<http://www.mytennis.ch/pages/index.cfm?rub=19&id=58800>
- Schweizerischer Verband für Pferdesport. Online (19.1.2006):
http://www.svps-fsse.ch/dokumente/deutsch/Statuten_D_Vorstand.pdf
http://www.svps-fsse.ch/home_d/wir/mitglieder/default.asp
http://www.svps-fsse.ch/home_d/default.htm
- Schweizerischer Volleyballverband, Online (15.12.2006)
<http://www.swissvolley.ch>
- Swiss Top Sport. Online (13.06.2007)
<http://www.swisstopsport.ch>
- Indikatorenkonzept. Online (12.06.07):
<http://www.sportobs.ch/indikatorenkonzept.html>

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Multiperspektiven einer Sportveranstaltung im Spannungsfeld _____	3
Abbildung 2:	Sportarten-Radar (Liste der Sportarten im Anhang) _____	4
Abbildung 3:	Schematischer Aufbau der Arbeit _____	5
Abbildung 4:	Das Sportsystem Schweiz im ökonomischen Bezugsrahmen _____	7
Abbildung 5:	Die Sportveranstaltung im ökonomischen Bezugsrahmen _____	8
Abbildung 6:	Ablaufschema des Auswertungsprozesses des Event-Scorecard-Modells _____	12
Abbildung 7:	Absolute Verteilung der Anzahl Sportveranstaltungen im Jahr 2006, aufgeteilt nach Sportarten, Zahlen gerundet _____	26
Abbildung 8:	Relative Verteilung der Anzahl Sportveranstaltungen im Jahr 2006, aufgeteilt nach Sportarten _____	27
Abbildung 9:	Absolute Verteilung des direkten Gesamtumsatzes der Sportveranstaltungen im Jahr 2006, aufgeteilt nach Sportarten _____	28
Abbildung 10:	Relative Verteilung des direkten Gesamtumsatzes der Sportveranstaltungen im Jahr 2006, aufgeteilt nach Sportarten _____	29
Abbildung 11:	Vergleich zwischen dem direkten Gesamtumsatz einer Sportart und der Anzahl Sportveranstaltungen im Jahr 2006, aufgeteilt nach Sportart _____	30
Abbildung 12:	Struktur des direkten Gesamtumsatzes der Sportveranstaltungen im Jahr 2006 _____	31
Abbildung 13:	Absolute Struktur des direkten Gesamtumsatzes der Sportveranstaltungen im Jahr 2006, aufgeteilt nach Sportart _____	33
Abbildung 14:	Relative Struktur des direkten Gesamtumsatzes der Sportveranstaltungen im Jahr 2006, aufgeteilt nach Sportart _____	34
Abbildung 15:	Absolute direkte Bruttowertschöpfung der Sportveranstaltungen im Jahr 2006, aufgeteilt nach Sportart _____	35
Abbildung 16:	Vergleich zwischen der direkten Bruttowertschöpfung einer Sportart und der Anzahl Sportveranstaltungen im Jahr 2006, aufgeteilt nach Sportart _____	36
Abbildung 17:	Ausgelöste Beschäftigung durch die Sportveranstaltungen im Jahr 2006 _____	37
Abbildung 18:	Durchführungshäufigkeit von Sportgrossveranstaltungen _____	40
Abbildung 19:	Anzahl Sportgrossveranstaltungen je Sportart und je Kanton im Jahr 2006 _____	40
Abbildung 20:	Aufteilung der Sportgrossveranstaltungen nach Veranstaltungsarten im Jahr 2006 _____	41
Abbildung 21:	Anteil der Sportgrossveranstaltungen am direkten Gesamtumsatz aller Sportveranstaltungen im Jahr 2006 _____	42
Abbildung 22:	Anteil der Sportgrossveranstaltungen am direkten Gesamtumsatz aller Sportveranstaltungen im Jahr 2006, aufgeteilt nach Sportart _____	43
Abbildung 23:	Direkter Umsatz und direkte Bruttowertschöpfung der Swiss Top Sport-Veranstaltungen und der restlichen Grossveranstaltungen des Jahres 2006 im Vergleich _____	45
Abbildung 24:	Struktur des direkten Gesamtumsatzes aller Sportveranstaltungen im Jahr 2006 _____	46
Abbildung 25:	Direkter Gesamtumsatz der UEFA EURO 2008 TM _____	47
Abbildung 26:	Gesamtumsatz des Fussballs im Jahr 2008 mit gewichtetem und ungewichtetem Umsatzanteil der EURO 2008 (gewichtet nach Annahme der Durchführungshäufigkeit alle 40 Jahre) _____	48
Abbildung 27:	Gesamtumsatz aller Sportveranstaltungen im Jahr 2008 mit gewichtetem (links) und ungewichtetem (rechts) Umsatzanteil der EURO 2008 (gewichtet nach Annahme der Durchführungshäufigkeit von 40 Jahren) _____	48
Abbildung 28:	Vergleich der direkten Gesamtumsätze verschiedener Sportveranstaltungsgrössen über 40 Jahre _____	49
Abbildung 29:	Direkter Gesamtumsatz und dessen Struktur im Fussball 2006 _____	54
Abbildung 30:	Direkte Bruttowertschöpfung im Fussball 2006 _____	54
Abbildung 31:	Direkter Gesamtumsatz und dessen Struktur im Eishockey 2006 _____	56

Abbildung 32:	Direkte Bruttowertschöpfung im Eishockey 2006 _____	57
Abbildung 33:	Direkter Gesamtumsatz und dessen Struktur im Tennis 2006_____	59
Abbildung 34:	Direkte Bruttowertschöpfung im Tennis 2006 _____	59
Abbildung 35:	Direkter Gesamtumsatz und dessen Struktur im Pferdesport 2006 _____	61
Abbildung 36:	Direkte Bruttowertschöpfung im Pferdesport 2006_____	61
Abbildung 37:	Direkter Gesamtumsatz und dessen Struktur in der Leichtathletik 2006 _____	63
Abbildung 38:	Direkte Bruttowertschöpfung in der Leichtathletik 2006 _____	64
Abbildung 39:	Direkter Gesamtumsatz und dessen Struktur im Schiessen 2006 _____	66
Abbildung 40:	Direkte Bruttowertschöpfung im Schiessen 2006 _____	66
Abbildung 41:	Direkter Gesamtumsatz und dessen Struktur im Ski Alpin 2006 _____	68
Abbildung 42:	Direkte Bruttowertschöpfung im Ski Alpin 2006 _____	68
Abbildung 43:	Direkter Gesamtumsatz und dessen Struktur im Handball 2006_____	70
Abbildung 44:	Direkte Bruttowertschöpfung im Handball 2006 _____	70
Abbildung 45:	Direkter Gesamtumsatz und dessen Struktur im Golf 2006 _____	72
Abbildung 46:	Direkte Bruttowertschöpfung im Golf 2006 _____	72
Abbildung 47:	Direkter Gesamtumsatz und dessen Struktur im Volleyball 2006_____	74
Abbildung 48:	Direkte Bruttowertschöpfung im Volleyball 2006 _____	75

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Disaggregierte Budgetberechnung pro Sportart	16
Tabelle 2: Sportartengruppen	20
Tabelle 3: Kriterien zur Abgrenzung von Sportgrossanlässen	21
Tabelle 4: Erweiterte Sportveranstaltungstypologie mit Grenzwerten	22
Tabelle 5: Ökonomische Bedeutung der Sportveranstaltungen in der Schweiz im Überblick im Jahr 2006	25
Tabelle 6: Sportgrossveranstaltungen in der Schweiz	38
Tabelle 7: Überblick über den durchschnittlichen direkten Gesamtumsatz von Sportveranstaltungen	44
Tabelle 8: Event-Scorecard Ökonomie und Soziales/Image ausgewählter Sportgrossveranstaltungen	51
Tabelle 9: Ökonomische Bedeutung der Sportveranstaltungen im Fussball 2006	53
Tabelle 10: Ökonomische Bedeutung der Sportveranstaltungen im Eishockey 2006	56
Tabelle 11: Ökonomische Bedeutung der Sportveranstaltungen im Tennis 2006	58
Tabelle 12: Ökonomische Bedeutung der Sportveranstaltungen im Pferdesport 2006	60
Tabelle 13: Ökonomische Bedeutung der Sportveranstaltungen in der Leichtathletik 2006	63
Tabelle 14: Ökonomische Bedeutung der Sportveranstaltungen im Schiessen 2006	65
Tabelle 15: Ökonomische Bedeutung der Sportveranstaltungen im Ski Alpin 2006	67
Tabelle 16: Ökonomische Bedeutung der Sportveranstaltungen im Handball 2006	69
Tabelle 17: Ökonomische Bedeutung der Sportveranstaltungen im Golf 2006	71
Tabelle 18: Ökonomische Bedeutung der Sportveranstaltungen im Volleyball 2006	74

Anhang 1: Berücksichtigte Sportarten

Aero-Sport	Rad-Quer
American Football	Rad-Radball/Kunstrad
Automotorsport	Rad-Trial
Badminton	Ringens
Base- und Softball	Rollhockey
Basketball	Rudern
Beachvolleyball	Rugby/ Unterwasser Rugby
Billiard	Schach
Bob/Rodeln/Skeleton	Schiessen
Boccia/Boules/Pétanque	Schwimmen
Bogenschiessen	Schwingen
Boxen	Segeln
Casting/Fliegenfischen	Ski alpin / Grasski
Curling	Ski-Biathlon
Deltafliegen	Ski-Freestyle/Akrobatik
Eishockey	Ski-Langlauf
Eiskunstlauf	Ski-Nord. Kombination
Eisschnelllauf/Short Track	Ski-Springen
Eisstock	Snowboard
Fallschirmspringen/Hängegleiten/Gleitschirm	Sportkegeln
Fechten	Sportklettern
Fussball	Squash
Gewichtheben	Streetball
Golf	Streethockey
Handball	Streetsocker
Hornussen	Synchronschwimmen
Inline/ Rollschuhlaufen	Taekwondo
Judo	Tanzsport/Twirling
Ju-Jitsu	Tauziehen
Kanu	Tennis
Karate	Tischtennis
Kickboxen	Triathlon/Duathlon
Landhockey	Turnen
Leichtathletik	Turnen-Faustball
Minigolf	Unihockey
Moderner Fünfkampf	Unterwassersport
Motorrad	Volleyball
OL/Ski-OL/Bike-OL	Wandern
Pferdesport	Wasserball
Rad Strassenrennen	Wasserski
Rad: Bahn/Piste	Wasserspringen
Rad: Mountainbike	Windsurfen
Rad-BMX	

Anhang 2: Legende Sportarten-Radar

Nr. Aktivitäten

- 59 Aerobics
- 5 American Football
- 60 Aqua-Fit
- 29 Badminton
- 61 Ballett
- 62 Ballonfahren
- 63 Baseball
- 25 Basketball
- 36 Beachvolleyball
- 26 Behindertensport
- 35 Biathlon
- 64 Billiard
- 65 Bob
- 66 Boccia

- 67 Bogenschiessen
- 68 Boomerang
- 69 Boules
- 20 Boxen
- 70 Broomball
- 71 Bungy-Jumping
- 72 Canyoning, Rafting
- 73 Casting/ Fliegenfischen
- 74 Cricket
- 75 Curling
- 76 Darts
- 77 Deltafliegen
- 21 Duathlon
- 55 Eishockey
- 33 Eiskunstlauf
- 78 Eislaufen
- 8 Eisschnelllauf
- 79 Eisstock
- 80 Fallschirmspringen
- 42 Fechten

- 81 Fitness
- 82 Frisbee
- 53 Fussball
- 6 Gewichtheben

- 83 Golf
- 84 Grasski
- 40 Handball
- 85 Gleitschirmfliegen
- 86 Hornussen

- 87 Hunde: Agility
- 88 Jagd
- 89 Jassen
- 90 Jazztanz
- 91 Jogging, Waldlauf
- 30 Judo
- 92 Ju-Jitsu
- 93 Kajak
- 47 Kanu
- 16 Karate
- 94 Karting

Nr. Aktivitäten

- 95 Kegeln, Bowling
- 96 Kick-Boxing
- 97 Kiteboard
- 98 Klettern, Bergsteigen
- 99 Krafttraining,
- 100 Kung-Fu
- 34 Landhockey
- 46 Leichtathletik
- 101 Minigolf
- 102 Modellfliegen
- 13 Moderner Fünfkampf
- 103 Motorflug
- 104 Motorrad: Gelände
- 105 Motorsport generell
(Automobil, Motorrad)
- 3 Nationalturnen
- 17 Orientierungslauf
- 106 Pétanque
- 107 Pferde: Ausdauer
- 108 Pferde: Dressurreiten
- 109 Pferde: Fahren
- 110 Pferde: Springreiten
- 111 Pferde: Voltige
- 112 Polo
- 113 Pontoniere
- 45 Rad: Bahnfahren,
- 37 Rad: BMX
- 57 Rad: Mountainbike
- 38 Rad: Quer
- 114 Rad: Radball/Kunstrad
- 58 Rad: Strassenrennen
- 115 Rad: Trial
- 116 Radfahren
- 117 Rallye
- 118 Reiten ("Ausreiten")

- 119 Ringen
- 120 Rodeln
- 19 Rollhockey
- 14 Rollschuhlaufen und
Inline-Skating
- 43 Rudern
- 10 Rugby
- 121 Schach
- 122 Schiessen: 300m
- 123 Schiessen: Armbrust

- 124 Schiessen: Clay
- 125 Schiessen: Dynamisch
- 126 Schiessen: Olympische
- 127 Schlitteln
- 128 Schlittenhunderennen
- 129 Schneeschuh
- 41 Schwimmen
- 1 Schwingen
- 130 Segelfliegen
- 131 Segeln
- 12 Eisschnelllauf

Nr. Aktivitäten

- 132 Skateboard
- 133 Skeleton
- 56 Ski alpin: Skifahren,
- 48 Ski: Freestyle/Akrobatik
- 49 Ski: Langlauf
- 50 Ski: Nord. Kombination
- 51 Ski: Springen
- 134 Ski-Orientierungslauf
- 135 Skitouren, Skiwandern
- 136 Slow-up Bewegung
- 137 Snow Bike
- 52 Snowboard
- 138 Softball
- 139 Sonstige Adventure-
Sportarten
- 140 Sonstige asiat.
- 23 Squash
- 141 Steinstossen
- 142 Streetball
- 7 Streethockey
- 143 Streetsoccer
- 15 Synchronschwimmen
- 144 Taekwondo
- 145 Tai Chi, Qi Gong
- 146 Tanzen
- 147 Tauchen
- 148 Tauziehen
- 149 Tchoukball
- 54 Tennis
- 18 Tischtennis
- 44 Triathlon
- 150 Turnen Allgemein
- 151 Turnen: Faustball
- 39 Turnen: Kunstturnen
- 27 Turnen: Rhythm.
Gymnastik, Gymnastik
- 28 Turnen: Trampolin
- 152 Twirling (Tanzart)
- 24 Unihockey
- 2 Unterwasser-Rugby

- 153 Velo-Trial
- 31 Volleyball
- 9 Waffenlauf
- 154 Wakeboard
- 155 Wandern, Nordic
Walking, Bergwandern
- 11 Wasserball
- 156 Wasserski
- 4 Wasserspringen
- 157 Wellness
- 32 Windsurfen
- 22 Wintertriathlon
- 158 Wrestling
- 159 Yoga

Anhang 3: Fragebogen Sportgrossveranstaltungen



Fragebogen für Organisatoren von Sportveranstaltungen

1. Name Ihrer Sportveranstaltung

2. Rechtsform Ihrer Veranstaltungsorganisation? Verein AG Stiftung weitere: _____

3. Wie viele Tage dauert Ihre Sportveranstaltung? Tag(e)

4. Bitte schätzen Sie, wie viele Eintritte (verkaufte Tickets sowie Gratintritte) Sie insgesamt während allen Veranstaltungstagen erzielen.

Anmerkung: **Eine Person**, die an **zwei Tagen** die Veranstaltung besucht, **zählt als zwei Eintritte**.

Anzahl Eintritte: Eintritte davon verkaufte Tickets % davon Gratintritte %

5. Bitte schätzen Sie, wie viele Personen über die gesamte Dauer der Sportveranstaltung erwarten werden und nehmen Sie eine prozentuale Zuordnung über das "Total Personen" auf die drei vorgegebenen Personenkategorien vor.

Zuschauer	<input type="text"/>	} Total Personen <input type="text"/>	} Total 100 %				
Athleten	<input type="text"/>						
Trainer/Betreuer	<input type="text"/>						
Helfer/Mitarbeiter	<input type="text"/>						
Medienschaffende	<input type="text"/>						

→ Einheimische aus der Region: %
→ Tagesgäste ausserhalb Region: %
→ Übernachtende Gäste: %

6. Bitte schätzen Sie die durchschnittlichen Ausgaben auf dem Veranstaltungsgelände während der Sportveranstaltung (in CHF) pro Tag sowie die Aufenthaltsdauer (in Tagen) der übernachtenden Gäste (Zuschauer, Athleten etc.).

Einheimische	<input type="text"/>	CHF				
Tagesgäste	<input type="text"/>	CHF				
Übernachtende Gäste	<input type="text"/>	CHF				

Tage

7. Wie hoch schätzen Sie die Gesamteinnahmen Ihrer Sportveranstaltung (gemäss Budget) und welche Beiträge stammen von der öffentlichen Hand?

Gesamteinnahmen total (gemäss Rechnung oder Budget)	<input type="text"/>	CHF					
davon Beiträge der öffentlichen Hand in Form von Geld	<input type="text"/>	CHF					
davon Beiträge der öffentl. Hand in Form von Sach- u. Dienstleistungen	<input type="text"/>	CHF					
davon Sponsoringbeiträge	<input type="text"/>	CHF					
davon Einnahmen aus Eintritten	<input type="text"/>	CHF					

8. Wie hoch schätzen Sie die weiteren Einnahmen, die auf dem Veranstaltungsgelände (z.B. durch Eventunternehmen, Catering etc.) erzielt wurden, aber nicht dem Veranstalter zu Gute kommen?

Gesamteinnahmen von Dritten CHF

9. Wie hoch schätzen Sie die Gesamtausgaben ihres Sportanlasses (gemäss Budget) und wie teilen sich diese auf?

Gesamtausgaben total (gemäss Rechnung oder Budget)	<input type="text"/>	CHF					
davon Personalaufwand (ausbezahlte Bruttolöhne inkl. alle Sozialabgaben)	<input type="text"/>	CHF					
davon Steueraufwand (Steuern, Abgaben, Gebühren, MwSt)	<input type="text"/>	CHF					
davon weitere Aufwände (von Dritten bezogene Güter und Dienstleistungen)	<input type="text"/>	CHF					

10. Für wie viele Vollzeitstellen (= 220 Tage à 8h) werden oder wurden von ihrer Organisation in den Jahren 2001 und 2005 Löhne ausbezahlt?

2001: Anzahl Vollzeitstellen 2005: Anzahl Vollzeitstellen

11. Bitte schätzen Sie die vor, während und nach dem Sportanlass von allen Personen ehrenamtlich geleisteten Tage für Freiwilligenarbeit.

Arbeitstage Anz. Personen (Freiwilligenarbeit)

☛ Bitte wenden.

12. Wie hoch waren die in den letzten 5 Jahren (2001-2005) durch Sie als Veranstalter getätigten Investitionen?

Bauinvestitionen							in 1000 CHF
Ausrüstungsinvestitionen							in 1000 CHF

13. Bitte geben Sie den prozentualen Anteil der oben beschriebenen Sportveranstaltung, gemessen am Gesamtumsatz ihrer Organisation an.

--	--	--

%

14. Ergänzende Angaben

Um bei allfälligen Unklarheiten mit Ihnen Rücksprache zu nehmen und Ihnen den Abschlussbericht resp. eine kurze Zusammenfassung der Studie zuzusenden, sind wir Ihnen dankbar, wenn Sie Ihre Adresse angeben. Die von Ihnen gemachten Angaben werden **streng vertraulich** gehandhabt und **nicht** weiter gegeben.

Name Ihrer Organisation: _____

Wirtschaftl. Haupttätigkeit der Organisation _____

Adresse: _____

PLZ/ Ort: _____ / _____

Kontaktperson (Name): _____

Telefon: _____

E-mail: _____

Für allfällige Fragen erreichen Sie uns wie folgt:
Philippe Linder, ITW Institut für Tourismuswirtschaft, HSW Luzern
Tel. 041/228 99 97; E-Mail: philippe.linder@hsw.fhz.ch

Für Ihre Teilnahme an der Befragung sowie Ihre wertvolle Unterstützung danken wir Ihnen ganz herzlich.
Bitte schicken Sie den Fragebogen bis am 22. Dezember 2006 an uns zurück.

Zutreffendes bitte ankreuzen:

- Schicken Sie mir per E-Mail den Abschlussbericht der Studie (pdf-Format)
- Schicken Sie mir per E-Mail eine kurze Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse der Studie (pdf-Format)