

Schlussbericht EURO 2008: Methodische Erkenntnisse der Evaluation

Institut für Tourismuswirtschaft ITW
David Caliesch
Wissenschaftlicher Mitarbeiter

T direkt +41 41 228 99 81
david.caliesch@hslu.ch

Geht an:
FIF

Luzern, 12. November 2009
Seite 1/10

Methodische lessons learnt der Evaluation der UEFA EURO 2008

1. Vorbemerkungen

Im Rahmen des Forschungsprojekts „Sportökonomisches Monitoring unter besonderer Berücksichtigung von Sportevents und Sportinfrastruktur-Projekten“¹ wurde das methodische Vorgehen der Begleitstudie² zur Evaluation der Effekte der UEFA EURO 2008 auf die nachhaltige Entwicklung der Schweiz evaluiert. Untersucht wurde, wie sich die für die UEFA EURO 2008 eingesetzten Messinstrumente und Indikatoren in den Bereichen Ökonomie, Gesellschaft, Umwelt, Infrastruktur und Medien bewährt haben und welche Erkenntnisse sich daraus für zukünftige Begleitstudien und für die bestehende Event-Scorecard³ ableiten lassen. Die umfassende Evaluation mit allen Stärken und Schwächen der Methodik sowie der daraus abgeleiteten Erkenntnisse sind im Schlussbericht des Teilprojektes 2 beschrieben. Nachfolgend werden die wichtigsten methodischen Erkenntnisse für zukünftige Evaluationen von einmalig oder unregelmässig durchgeführten Mega-Sport-Events wie der EURO 2008 dargelegt. Dabei liegt der Fokus auf den Verbesserungs- und Optimierungsmöglichkeiten.

2. Gesamtkonzept der Evaluation der EURO 2008

Bezugsrahmen und Operationalisierung

Das breit angelegte Evaluationskonzept zur umfassenden Erhebung der nachhaltigen Wirkungen der EURO 2008 basierend auf den fünf Bereichen Ökonomie, Gesellschaft, Umwelt, Medien und Infrastruktur hat sich bewährt. Ebenso bewährt hat sich die Operationalisierung in Bezug auf die Wahl der Indikatoren (Indikatorenset) und der Methoden der Datenerhebung. Für zukünftige Erhebungen ist zur Vereinfachung eine Reduktion auf die klassischen Nachhaltigkeitsdimensionen Ökonomie, Umwelt und Gesellschaft mit einer Integration der zwei separat ausgewiesenen Bereiche

¹ Das Forschungsprojekt „Sportökonomisches Monitoring unter besonderer Berücksichtigung von Sportevents und Sportinfrastruktur-Projekten“ ist Teil des Forschungskonzepts „Sport und Bewegung 2008-2011“ des Bundesamtes für Sport BASPO. Das Forschungsprojekt wurde vom Institut für Tourismuswirtschaft (ITW) der Hochschule Luzern – Wirtschaft, Rütter und Partner (R+P) und dem Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF) der Universität Bern bearbeitet und besteht aus drei Teilbereichen. Die Evaluation der Evaluationsmethode erfolgte im Rahmen des vom ITW bearbeiteten Teilprojektes 2 „Erweiterung der Event-Scorecard zur Messung und Bewertung von quantitativen und qualitativen Effekten von Sportveranstaltungen“.

² Die Begleitstudie „UEFA EURO 2008TM – Gesamtevaluation und Effekte auf die nachhaltige Entwicklung“ ist Teil des Forschungskonzeptes „Sport und Bewegung 2004–2007“ des Bundesamtes für Sport BASPO.

³ www.event-scorecard.ch

Luzern, 12. November 2009

Seite 2/10

Disposition Management Summary TP2 für wissenschaftlichen Schlussbericht EURO 08 –

Medien und Infrastruktur anzustreben. Empfohlen wird auch eine Reduktion der Indikatoren und Erhebungszeitpunkte. Wichtig und wertvoll sind eine erste frühzeitige Nullmessung und Prognose der erwarteten Wirkungen sowie eine Messung direkt nach dem Event. Auf zusätzliche Erhebungen vor dem Event und ein Jahr nach dem Anlass kann verzichtet werden, weil der Aufwand für die Datenerhebung im Vergleich zum Erkenntnisgewinn unverhältnismässig hoch ist.

Indikatoren und Messinstrumente

Die Tabelle 1 zeigt die Übersicht über die verschiedenen Messinstrumente, mit denen die wichtigsten Indikatoren in den jeweiligen Dimensionen in Bezug auf die nachhaltigen Wirkungen der EURO 2008 erhoben und berechnet worden sind. Die meisten Messinstrumente erheben Daten für mehrere Indikatoren aus einer oder mehreren Dimensionen. Mit den wichtigsten Messinstrumenten wurden zusätzliche Daten erhoben, die keinen direkten Bezug zu einem Indikator hatten, sich jedoch als nützliche Zusatzinformationen für das Gesamtkonzept erwiesen haben. Mit den verschiedenen Indikatoren konnten disaggregierte Einzelergebnisse und nach den Berechnungen aggregierte Gesamtergebnisse in den fünf Dimensionen ausgewiesen werden.

Datenerhebung

Rückblickend kann festgestellt werden, dass selbst mit grosser Vorlaufzeit viele Untersuchungsschritte und speziell auch die Datenerhebung im Rahmen des Forschungskonzeptes nicht detailliert genug geplant werden konnten – zum einen aufgrund fehlender Informationen, zum anderen weil sich viele Aspekte erst kurzfristig konkretisiert haben. So waren beispielsweise in der ersten Planungsphase der UEFA EURO 2008 Public Viewing Bereiche oder UBS-Arenas nicht vorgesehen. Erst mit dem Erfolg des Public Viewing während der WM 2006 in Deutschland wurde dieses Konzept auch für die EURO 08 übernommen. Die Komplexität und der Aufwand der Besucherbefragung haben sich dadurch im Vergleich zur ursprünglichen Planung deutlich erhöht.

Ebenso waren die Komplexität und der Aufwand der Datenerhebung durch die vielen beteiligten Akteure deutlich grösser als anfänglich geschätzt. Hinzu kam, dass viele Unternehmen, Sponsoren und Medien-Unternehmen nicht oder erst nach mehrmaligem Nachfragen bereit waren, die gewünschten Informationen und Daten zu liefern. Das Projektteam war daher gezwungen, gewisse Daten zu schätzen. Zudem erschwerte dies die Plausibilisierung der Ergebnisse, insbesondere der ökonomischen Daten (siehe Kapitel 3).

Koordination der Evaluationen mit Akteuren

Die Nutzung von Synergien der Evaluationen der verschiedenen Akteure (Projektteam, POÖH, ARE, BAV, UEFA, Schweiz Tourismus, Host Cities, Kantone, Event-Unternehmen, Sponsoren etc.) und die Vermeidung von Doppelspurigkeiten ist nur teilweise gelungen. Die Einbindung des Projektteams in die Projektorganisation der öffentlichen Hand erfolgte zu spät und zu wenig konsequent. Bei zukünftigen Evaluationen und Wirkungsanalysen von Veranstaltungen dieser Grössenordnung ist darauf zu achten, dass alle Projektpartner und die öffentliche Hand von Beginn an eingebunden und die Aktivitäten aufeinander abstimmt werden. Anzustreben ist ein Gesamt-Framework der Evaluationen sowie eine Gesamtkoordination mit gegenseitiger Transparenz, klaren Verantwortlichkeiten und Zuständigkeiten der einzelnen Aufgaben unter Berücksichtigung der Finanzierung.

Finanzielle Aspekte

Im Verlauf des Forschungsprojektes hat sich gezeigt, dass der Evaluationsbedarf in Bezug auf die UEFA EURO 2008 mit dem immer grösseren finanziellen Engagement der öffentlichen Hand kontinuierlich zugenommen hat. Dabei war der Aufwand, die gewünschten empirischen Daten zu erheben, in keinem Verhältnis zur Zahlungsbereitschaft der verschiedenen Interessensgruppen. Das

Projekt war von Beginn an unterfinanziert. Es hat sich gezeigt, dass nachträgliche Zusatzfinanzierungen von bereits geplanten Projektschritten nicht oder nur teilweise möglich waren. Die im Verlauf des Projektes zusätzlich generierten Mittel konnten die Kosten der umfangreichen Erhebungen und Berechnungen nicht decken, so dass letztlich die Forschungspartner einen beträchtlichen Teil der Kosten selbst tragen mussten.

3. Bereich Ökonomie

Besucherbefragung: Befragungskonzept

Die Besucher wurden vor Ort während der UEFA EURO 2008 in den Host Cities und UBS Arenas sowie im Rahmen einer telefonischen und webbasierten Umfrage unmittelbar nach dem Fussball-Event befragt. Diese Vorgehensweise hatte verschiedene Vorteile. Mittels der Befragung direkt am Event war es möglich, die Stimmungen und Eindrücke der Besucher zeitnah einzuholen. In Hinblick auf die Erfassung der Ausgaben ist eine grössere Genauigkeit zu erwarten. Mit der abschliessenden Besucherbefragung nach dem Event konnte dagegen ein Gesamteindruck sowie die Gesamtausgaben der Besucher über den Zeitraum der UEFA EURO 2008 abgefragt und mit den Ergebnissen der Vor-Ort-Befragung verglichen werden. Zudem konnten im Rahmen der Nachbefragungen Fragen gestellt werden, die aufgrund der notwendigen Kürze der Vor-Ort-Befragung dort nicht berücksichtigt werden konnten. Insofern hat die zeitliche Zweiteilung der Befragung wertvolle Erkenntnisse geliefert. Allerdings sollten in künftigen Studien die Besucher einer Mega-Sport-Veranstaltung nach dem Event mit einem einheitlichen Konzept (nur telefonisch oder Online) befragt werden.

Für die Befragung vor Ort wurde grossteils auf erprobte Fragen bzw. Fragebogenkonzepte zurückgegriffen, die sich auch im Rahmen der UEFA EURO 2008 bewährt haben. Für die Nachbefragung wurde ein Grossteil der Fragen aus der Vor-Ort-Befragung übernommen und entsprechend angepasst. Weitere Fragen wurden u.a. von den beteiligten Akteuren (Öffentliche Hand, UEFA, Host Cities) in den Fragebogen integriert.

Die Datenauswertung war relativ aufwändig. Zum Teil erwiesen sich die Angaben der Besucher als unplausibel, zum anderen lagen insgesamt vier verschiedene Datensätze vor, die ausgewertet werden mussten.

Für die Befragung in den Host Cities und UBS Arenas mussten Volunteers rekrutiert werden, was sich als sehr zeitintensiv herausstellte. Die Host Cities und die UEFA waren nicht bereit, einen Teil ihrer Volunteers für die Befragung zur Verfügung zu stellen.

Besucherbefragung: Besucherzahlen und Besucherstruktur

Die Erhebung und Berechnung der Besucherzahlen und der Besucherstruktur waren sehr komplex. Die Gründe für die Komplexität waren die Austragung in vier verschiedenen Host Cities bzw. Regionen (Basel, Bern, Genf, Zürich) sowie die lange Dauer des Events von rund einem Monat. Die standardisierte Besucherbefragung der Event-Scorecard musste angepasst und weiterentwickelt werden. Besondere Schwierigkeiten ergaben sich bezüglich der Ermittlung der Besucherfrequenzen. Anstelle des Personenkonzeptes (Zahl der anwesenden Besucher am gesamten Event) der Event-Scorecard wurde ein Tagesbesucherkonzept verwendet, welches die Besucherzahl und -struktur pro Eventtag ermittelte. Dabei war zu berücksichtigen, dass sich Stadionbesucher teilweise auch im Public Viewing aufhielten. Wichtig waren daher die Vermeidung von Doppelzählungen und die methodisch korrekte Zuordnung der Ausgaben der Besucher. Leider war es nicht möglich, ein gemeinsames Erhebungskonzept für alle Host Cities für die Erfassung der täglichen Besucher-

frequenzen zu etablieren. Es ist deshalb für künftige Events wichtig, dass bereits in der Planungsphase ein solches Konzept festgelegt wird.

Die grosse Zahl der befragten Besucher (über 17'000) erlaubte hingegen eine valide und differenzierte Ermittlung der Besucherausgaben für die verschiedenen Gästekategorien und Host Cities; ausgenommen sind einige spezifische Gästekategorien, die eine zu geringe Bedeutung hatten und die in der Stichprobe ungenügend vertreten waren.

Veranstalterbefragung

Ein weiteres Problem bestand darin, dass die EURO 2008 nicht nur von einem einzigen Veranstalter alleine organisiert worden war. Neben der Tochtergesellschaft UEFA EURO SA waren dies die vier Host Cities (Städte und Kantone) und der Bund (mit verschiedenen involvierten Bundesämtern). Für die Verbesserung der Zusammenarbeit mit den verschiedenen Akteuren in Bezug auf die Datenerhebung ist es wichtig, dass das Projektteam frühzeitig in die Projektorganisation integriert wird und dass die Verantwortlichkeiten sowie die Vorstellungen und Erwartungen der einzelnen Akteure geklärt sind.

Befragung der Eventunternehmen und Sponsoren

Die Befragung der Eventunternehmen und Sponsoren war sehr anspruchsvoll. Schwierig war einerseits die Identifikation der Vielzahl involvierter Unternehmen und Sponsoren und andererseits die Erhebung der vielfältigen Aktivitäten rund um die EURO 2008 (z.B. Kundenevents, flankierende Marketingmassnahmen). Die Datenerhebung wurde erschwert durch die beschränkte Auskunftsbereitschaft bezüglich den finanziellen Vereinbarungen mit den Event-Organisatoren und den zusätzlich begleitenden Aktivitäten rund um die EURO 2008. Dies dürfte auch bei zukünftigen Evaluierungen und Wirkungsanalysen eine zentrale Herausforderung bleiben.

Öffentliche Hand

Schwierig zu erfassen waren die Art und Höhe der Unterstützung der EURO 2008 durch den Bund, die Kantone, die Host Cities sowie die Standortgemeinden der UBS-Arenas und Public Viewings. Besonders problematisch waren die Erfassung und Quantifizierung der vielfältigen Sachleistungen und die damit verbundenen Kosten, vor allem, wenn diese zusätzlichen Ausgaben über gleichzeitige Ausgabenkürzungen in anderen Bereichen kompensiert wurden. Ferner waren diverse Transferzahlungen zwischen der öffentlichen Hand und weiteren Akteuren zu identifizieren, um Doppelzahlungen zu vermeiden.

Makroökonomische Entwicklungen

Das Monitoring der makroökonomischen Entwicklung hat gezeigt, dass die UEFA EURO 2008 interessante Einflüsse auf die Bereiche Tourismus und Sportwerbung gehabt hat. Bei den übrigen untersuchten Indikatoren waren dagegen kaum Einflüsse erkennbar, da selbst ein Mega-Event wie die EURO 2008 volkswirtschaftlich zu unbedeutend und auch zeitlich nur von kurzer Dauer ist.

Berechnung der wirtschaftlichen Wirkungen der UEFA EURO 2008

Wichtig ist es, sehr früh die Frage der Regionalisierung von Impact-Berechnungen vorzunehmen. Dabei müssen die Räume so abgegrenzt werden, dass sie in den Befragungen auch klar verstanden werden. Die Berechnung der wirtschaftlichen Wirkungen erfolgte auf der Basis der durch die Befragungen gewonnenen Daten sowie der verfügbaren Dokumente. Die Dokumente waren allerdings nicht vollständig, so dass in einigen Bereichen Schätzungen vorgenommen werden mussten. Das bisher bei der Event-Scorecard verwendete Berechnungsmodell wurde erweitert durch ein Input-Output-Modell. Dieses wird künftig auch Standard der Event-Scorecard sein.

Besonders wichtig ist es, zwischen den Wirkungen, welche vom Event ausgehen (Sicht des Events, Bruttoeffekte) und den volkswirtschaftlich wirksamen Impacts (Nettoeffekte) zu differenzieren. Damit ist es gelungen, unliebsame Diskussionen über den wirtschaftlichen Nutzen, wie sie bei der WM 2006 in Deutschland entstanden sind, zu vermeiden. Wertvoll war, die Impact-Berechnungen sowohl ex-ante (2004 und 2007), als auch ex-post vorzunehmen. Die Schätzung 2004 war viel zu tief, weil die notwendigen Aufwendungen unterschätzt wurden, diejenige von 2007 – ein gutes Jahr vor der EURO 2008 – kam relativ nahe an die ex-post Ergebnisse heran.

4. Bereich Gesellschaft

Bevölkerungsbefragung

Die Bevölkerungsbefragung lieferte äusserst interessante Ergebnisse in Hinblick auf die Einstellung der Schweizer Bevölkerung zur EURO 2008. Die Umfrage wurde zu insgesamt drei Zeitpunkten durchgeführt – 2005, 2007 (vor der UEFA EURO 2008) und kurz nach der EURO 2008. Änderungen in der Einstellung der Schweizer Bevölkerung gegenüber dem Event konnten damit sichtbar gemacht werden. Die Host Cities beteiligten sich finanziell an der Befragung, wodurch eine vertiefte Stichprobe in den Host Cities möglich wurde. Diese wiederum erlaubte Aussagen auf der Ebene der Host City Bevölkerung und damit interessante Vergleiche zwischen den Host Cities wie auch zur Gesamtbevölkerung. In der Regel wurden die gleichen Fragen gestellt, um die Veränderungen verfolgen zu können. Ein Teil der Fragen wurde jedoch situativ nur einmal gestellt. Die Zusammenarbeit mit einem extern beauftragten Befragungsinstitut lief problemlos. Für zukünftige Studien wird empfohlen, die Befragung auf zwei Messpunkte – vor und nach dem Event – zu beschränken, sofern nicht besondere Ereignisse drei Messzeitpunkte rechtfertigen.

Fussball-Nachwuchs

Die Untersuchung zum Schweizer Fussball-Nachwuchs wurde in Zusammenarbeit mit dem Schweizerischen Fussballverband (SFV) durchgeführt, der alle notwendigen Daten für diese Untersuchung zur Verfügung stellte. Die Daten lagen für die Jahre 2000 bis 2007 jährlich vor, ab der Saison 2007/08 stellte der SFV monatliche Mitgliederzahlen zur Verfügung. Die Kooperation mit dem SFV funktionierte völlig reibungslos. Insgesamt konnte dieses Projekt sehr effizient abgewickelt werden. Die Untersuchung ist eine empfehlenswerte Begleitung eines Events, indem sie den Bezug zu den realen Aktivitäten in der jeweiligen Sportart herstellt.

Volunteers-Befragung

FIF: Falls möglich bitte ergänzen sonst weglassen.

5. Bereich Umwelt

Nachhaltigkeitskonzept: 4 ökologische Themenfelder

Im Rahmen der UEFA EURO 2008 wurde gemeinsam mit Österreich und der Euro 2008 SA ein Nachhaltigkeitskonzept entwickelt, welches vier ökologische Themenfelder (Umweltmanagement, Verkehr, Energie und Wasser) mit insgesamt 30 Zielen und Massnahmen beinhaltet. Ergänzend zum Nachhaltigkeitsbericht UEFA EURO 2008⁴ lag der Fokus dabei weniger auf einer Bilanzierung der unmittelbar von der EURO 2008 ausgehenden Effekte, sondern vielmehr auf einer umfassenden Perspektive der integralen Effekte und Einordnung der Eventwirkungen im längerfristigen Zeitverlauf. Im Bereich Energie fällt der Verkehr mit Abstand am meisten ins Gewicht, da dieser über 90% des eventbedingten CO₂ Verbrauchs verursacht (siehe folgender Abschnitt). Diverse Massnahmen im Sinne eines dauerhaften Umweltmanagements können die negativen Effekte auf die Umwelt weit über den Event hinaus verhindern. Zudem hat sich gezeigt, dass aus ökologischer Sicht die Bereiche Abfall und Wasser von untergeordneter Bedeutung für die EURO 2008 waren. Obwohl die unterschiedlichen Evaluationen innerhalb des Nachhaltigkeitskonzeptes für die EURO 2008 soweit als möglich aufeinander abgestimmt wurden, ist es für zukünftige Begleitstudien empfehlenswert, ein Nachhaltigkeitskonzept frühzeitig in das Gesamtkonzept einzubinden um Redundanzen und Lücken zu vermeiden.

Verkehr

Das eventbedingte Mobilitätsverhalten wurde im Rahmen des Gesamtprojektes mittels zwei Befragungskonzepten erhoben. Einerseits wurden angebotsseitige- und nachfrageseitige Verkehrsströme durch eine Gesamtstudie mit Besucherbefragungen in den Stadien, Public Viewings und Schweizer Host Cities während und nach dem Turnier gemessen. Andererseits wurde das Mobilitätsverhalten der wichtigsten Funktionäre von 2005 bis 2009 erhoben.

Infolge der Besucherbefragungen konnten valide Daten zu den Verkehrsfrequenzen generell, zum Modalsplit und zum Verkehrsaufkommen im Bereich öffentlicher Verkehrsmittel gewonnen werden. Nicht gelungen ist hingegen die Quantifizierung des gesamten Verkehrsaufkommens aller Besucher und Akteure der EURO 2008. Eine Quantifizierung des vollständigen Verkehrsaufkommens unter Berücksichtigung des Modalsplit erfordert nämlich eine vorgängige korrekte Modellierung der Verkehrsströme und eine optimale Abstimmung mit dem Besucherbefragungskonzept. Dies ist für einen Sportanlass in der Grössenordnung der EURO 2008 methodisch sehr schwierig und aufwändig zu konzipieren.

Um das Mobilitätsverhalten der wichtigsten Funktionäre messen zu können wurde eine Auswahl getroffen, indem insbesondere die inhaltliche Repräsentanz sowie die Bedeutung für den Vorbereitungsprozess in der Schweiz als zentrale Kriterien herangezogen wurden. Als Indikator für den Verkehrsbereich konnte das Mobilitätsverhalten ausgewählter Funktionäre im Sinne eines Monitorings über die gesamte Zeitspanne von 2005 bis 2009 erfasst werden. Selbstverständlich kann noch in weiteren Bereichen während der Vor- und Nachbearbeitungsphase ein Verkehrsaufkommen lokalisiert werden, das in direktem kausalen Zusammenhang zum Event steht. Dies gilt insbesondere für den Güter- und Personenverkehr der durch eventbedingte Baumassnahmen ausgelöst wird.

⁴ Der „Nachhaltigkeitsbericht UEFA EURO 2008TM“ wurde herausgegeben von Österreich (Bundesamt für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft BMLFUW) und der Schweiz (Bundesamt für Raumentwicklung ARE, Bundesamt für Umwelt BAFU, Bundesamt für Sport BASPO).

6. Bereich Medien

Bezugsrahmen der Wirkungen der Medienberichterstattung auf Bekanntheit, Image und Verhalten

Im Rahmen des Forschungsprojektes „Sport und Medien“ konnten die in der Literatur mehrfach theoretisch beschriebenen positiven Wirkungen der Medienberichterstattung über Sportveranstaltungen auf die Bekanntheit und das Image der Austragungsorte und das daraus folgende Verhalten von Touristen in einem Bezugsrahmen konzeptionell abgebildet werden. Mit den zur Verfügung stehenden Mitteln war es aber nicht möglich, die kausalen Zusammenhänge zwischen den Botschaften der Akteure, deren Kommunikation über die Medien (Medienpräsenz) und den daraus resultierenden Wirkungen auf die Bekanntheit, das Image und Verhalten empirisch nachzuweisen.

Quantitative Medienpräsenz der EURO 2008 in den Schweizer Print- und TV-Medien 2005 bis 2008

Die Analyse der Medienberichterstattung über die EURO 2008 in den Schweizer Print- und TV-Medien ermöglichte Aussagen über den Umfang, die Inhalte und die Tonalität der Berichterstattung in den untersuchten Medien im Verlauf von vier Jahren (2005 bis 2008). Der dafür erforderliche Aufwand der Datenerhebung und Auswertung war enorm. Aufgrund der zeitlichen Verzögerung des Vorliegens der Ergebnisse reduzierte sich der Nutzen der Erkenntnisse im Verhältnis zum Aufwand markant. Zukünftig wird daher empfohlen, die Erhebungen zu vereinfachen (d.h. Verzicht auf Erhebung der Tonalität der Berichterstattung) und zu automatisieren (d.h. kostengünstige Auswertung von öffentlich zugänglichen Datenbanken ausgewählter Print- und TV-Medien) oder spezialisierte Firmen (z.B. Mediafocus) damit zu beauftragen.

Medienwirkung von Bekanntheit, Image und Verhalten

Im Rahmen der Befragungen in Deutschland und Frankreich (2007, 2008 und 2009) konnten die in der Literatur beschriebenen Wirkungen der Medienberichterstattung auf die Bekanntheit, das Image und Verhalten empirisch nur punktuell nachgewiesen werden. Signifikante Veränderungen konnten nur kurzfristig im Bereich der Bekanntheit gemessen werden. Beim Image der Schweiz und den Host Cities konnten mit wenigen Ausnahmen keine Veränderungen gemessen werden. Damit bestätigte sich, dass das Image das Ergebnis einer Vielzahl von Einflussfaktoren über einen langen Zeitraum ist. Keine Veränderungen konnten in Bezug auf das Reiseverhalten festgestellt werden. Die von Sport und Markt im April und Juli 2008 im Rahmen des Standortmarketings in insgesamt sieben Ländern (CH, D, NL, F, I, RUS, GB) durchgeführte Online-Befragung zu den Wirkungen der EURO 2008 auf die Bekanntheit und das Image der Schweiz und die Host Cities hat diverse signifikante Wirkungen ergeben, allerdings ohne kausale Verknüpfung mit der medialen Berichterstattung. Mögliche Gründe für die Abweichungen bei den Ergebnissen sind die unterschiedlichen Fragestellungen und Erhebungsmethoden. Es bleibt offen, welche Ergebnisse der beiden Untersuchungen mit den effektiven Veränderungen besser übereinstimmen. Die Untersuchungen haben gezeigt, dass mit den aktuellen Modellen, Methoden und Instrumenten sowie den beschränkten finanziellen Mitteln die kausalen Wirkungen der Medienberichterstattung auf die Bekanntheit, das Image und Verhalten auch bei zukünftigen Sportgrossveranstaltungen nicht empirisch erhoben und quantifiziert werden können. Gemessen werden können lediglich isolierte Einzelaspekte der

Luzern, 12. November 2009
Seite 10/10
Disposition Management Summary TP2 für wissenschaftlichen Schlussbericht EURO 08 –

Wirkungen von Sportgrossveranstaltungen auf die Bekanntheit und das Image eines Austragungsortes sowie das Reiseverhalten der Besucher.

7. Bereich Infrastruktur

Im Rahmen des Projektes wurden sechs verschiedene Modelle der investitionsbedingten Wirkungen eines Sportgrossanlasses entwickelt (Präsenzphasen-Prinzip, Vertrag-Prinzip, Mit-und-ohne-Prinzip, Event-Faktor-Prinzip, Vorher-nachher-Prinzip, Top-down-Prinzip) und anhand der Daten der EURO 2008 berechnet. Die Untersuchung hat gezeigt, dass die berechneten Wirkungen je nach gewähltem Modell sehr unterschiedlich sind und dass jedes Modell spezifische Aussagen ermöglicht. Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass bei einer Bilanzierung der Vor- und Nachteile der verschiedenen Modelle das Event-Faktor-Prinzip, trotz der empirisch noch wenig erhärteten Gewichtungsfaktoren, tendenziell am besten abschneidet.