

Sportökonomie

EM 2008: Erfolg muss erarbeitet werden Makroökonomische und sektorale Effekte der UEFA EURO 2008 in Österreich

*Daniela Grozea-Helmenstein/Christian Helmenstein/
Anna Kleissner/Bernhard Moser*

JEL-No: L83

Die UEFA Fußball Europameisterschaft 2008 (EURO) markiert den vorläufigen Höhepunkt einer mehrjährigen Abfolge von in Österreich ausgerichteten Großsportveranstaltungen. Dieser Beitrag verfolgt das Ziel, ex ante die von der EURO ausgehenden, direkten und multiplikativen Effekte auf die inländische Wirtschaft zu quantifizieren. Nach derzeitigem Analysestand ist ohne Einbeziehung der Wirkungen von Folgeinvestitionen und Fanmeilen mit einer Wertschöpfung in Höhe von € 321 Millionen und einem Beschäftigungseffekt im Ausmaß von knapp 6.000 Jahresbeschäftigungsverhältnissen zu rechnen. Da sich der mit rund 0,15% der Bruttowertschöpfung zu beziffernde Gesamteffekt über mehrere Wirtschaftsjahre erstreckt, ist trotz der erheblichen absoluten Größenordnung der wirtschaftlichen Effekte eine EURO-induzierte Sonderkonjunktur im Veranstaltungsjahr nicht zu erwarten. Vielmehr löst die EURO vorwiegend sektoral relevante Wertschöpfungs- und Beschäftigungsimpulse in Österreich aus.

Macroeconomic and sector-specific effects of the UEFA EURO 2008 in Austria.

With the staging of the UEFA European Football Championship 2008 (EURO) a series of consecutive large-scale sporting events in Austria is going to hit its peak. This article seeks to quantify the direct and multiple effects of the EURO on the domestic economy. The EURO generates an estimated economy-wide value added of € 321 million and is entailing employment equivalent to about 6,000 person-years, excluding the effects from follow-on fixed capital spending and from fan zones. Despite being substantial in absolute terms, since the overall impact of approximately 0.15% of overall gross value added in Austria extends over several years, the likelihood of an EURO-induced general economic boom around the time of the final tournament should not be overrated. Rather the EURO's meaningful beneficial effects will mainly be confined to specific sectors of the Austrian economy.

UEFA EURO 2008™: Stadienbauten und Eventumsetzung – Probleme ihrer öffentlichen sozio-ökonomischen Effektediskussion

Erich Thöni

JEL-No: L83, D61, L31, L82

Sportliche Ereignisse, besonders Sportgroßveranstaltungen, sind noch für breite Bevölkerungskreise attraktiv. Im Juni 2008 wird die Endrunde der Fußball Europameister-

schaft in der Schweiz und Österreich stattfinden. Seit der Auswahlentscheidung findet eine breite öffentliche Diskussion zu wirtschaftlichen, ökologischen, sozialen, Sicherheits- und anderen Aspekten statt. Verschiedene ‚Stakeholder‘ (Politiker, Medienleute/Journalisten, Unternehmer, Sportfunktionäre, Wissenschaftler, Bürger) greifen verschiedene Aspekte gemäß ihrer Interessen auf und manipulieren, bewusst oder unbewusst, die Diskussion.

Der Artikel versucht auf die Mängel in zwei Dimensionen hinzuweisen – einerseits in der Diskussion der Effekte von Stadionbauinvestitionen und andererseits in der Diskussion von ex-ante Evaluationen von sozio-ökonomischen Effekten solch einer Veranstaltung. Nach allgemeinen Bemerkungen in Bezug auf die beiden Dimensionen fokussiert sich die Argumentation auf die österreichische Diskussion. In ihr wird aufgezeigt, dass die interessebezogenen Argumentationslinien vieler ‚Stakeholder‘ die notwendigen Bedingungen ‚solider‘ Einschätzungen und Interpretationen aus polit-ökonomischer Sicht nicht erfüllen. Die Schlussfolgerungen geben Hinweise für umfassendere und klarere Ergebnisinterpretationen.

UEFA Euro 2008™: Stadiums‘ building and Event realisation – Problems of their publicly discussed socioeconomic effects.

Sportevents, especially Sport – Megaevents are still attractive to large segments of the population. In June 2008 the final round of the European Championship will take place in Switzerland and Austria. Since the selection a wide public discussion is on referring to economical, ecological, social, security, and other aspects. Different ‚stakeholders‘ (politicians, media people/journalists, entrepreneurs, sport functionaries, scientists, civilians) pick up different aspects according to their interests and ‚manipulate‘ thereby, wittingly or unwittingly, the discussion.

The article tries to point out the shortcomings in two dimensions – on the one hand in a discussion of the effects of building investments into stadiums and on the other in a discussion of ex-ante evaluations of socio-economic effects of such an event. After developing general remarks on both dimensions the arguments turn to the Austrian discussion, pointing to the fact, that interest-based argumentation lines of several ‚stakeholders‘ do not meet necessary basic conditions of ‚sound‘ evaluations and interpretations from a politico-economic point of view. The conclusions summarize ‚hints‘ for more comprehensive and precise interpretations of results.

The network of value captures: creating competitive advantage in football management

Harald Dolles/Sten Söderman

JEL-No: L83, L82, L21, L22

The national teams competing in the EURO 2008 Austria-Switzerland are composed of elite players mainly from European football clubs. The performance of these players is not only determined by their ambition and competence but is also closely connected to the overall standing of their football clubs. Targeting a top performance on the football pitch is related to top management performance, as during past decades costs and revenues of European football clubs have grown dramatically. Driving forces are technology and the interplay between television and sponsors, as well as the changing character due to internationalisation. The network of value captures developed in this article is a framework that helps to analyze specific activities through which football clubs can create value and competitive advantage. By identifying six value offerings and five customer

categories we can construct up to 30 value captures in professional football reflecting the complexity of the football business. Competitive combinations of these value captures are preceded by the management's vision and strategies on different levels of aggregation.

Das Netzwerk an Wertschöpfungsaktivitäten: Wie sich Wettbewerbsvorteile im Fußballmanagement erzielen lassen.

Während der EURO2008 Österreich-Schweiz kommen Elitespieler europäischer Fußballclubs zum Einsatz. Ihre Leistung hängt nicht nur vom Ehrgeiz und ihren Fähigkeiten ab, sondern ist verbunden mit Spielstärke und Auftritt ihrer Heimatvereine. Höchstleistungen auf dem Fußballfeld fordern gleichzeitig entsprechende Managementkapazität an der Vereinsspitze, da in den letzten Jahren Kosten und Einnahmen sowie die Führungsaufgaben enorm gewachsen sind. Treibkräfte dieser Entwicklung sind technologischer Wandel, das Zusammenspiel zwischen Medien und Sponsoren sowie neue internationale Herausforderungen. Das in diesem Artikel entwickelte Netzwerk von Wertschöpfungsaktivitäten ist ein Modell zur Analyse spezifischer Aktivitäten durch die Fußballclubs Unternehmenswerte und Wettbewerbsvorteile generieren können. Indem wir sechs Wertschöpfungsquellen und fünf Kundenkategorien herausarbeiten, eröffnen wir 30 verschiedene Kombinationen von Wertschöpfungsaktivitäten. Diese reflektieren in Abhängigkeit von der Vision und den Wettbewerbsstrategien auf verschiedenen Ebenen die Komplexität im Management von Profifußballvereinen

Fußball-Europameisterschaften:

Expect Emotions and Party – not Earnings and Profit

Swantje Allmers/Wolfgang Maennig

JEL-No: L83, R53, R58

Gastgeber der UEFA-Fußball-Europameisterschaft zu sein, ist nicht nur ein freudiges Ereignis für einheimische Fußballfans, sondern auch eine Aktivität, mit der vermehrt wirtschaftliche Erwartungen assoziiert werden. Die ausrichtenden Länder rechnen regelmäßig mit positiven Impulsen für Tourismus, Einzelhandel und Beschäftigung. Der Rückblick auf die beiden letzten Europameisterschaften 2004 in Portugal und 2000 in Belgien und den Niederlanden zeigt allerdings, dass die Effekte in den genannten Bereichen auf makroökonomischer Ebene gering ausfallen. Allerdings sind jedoch Neuigkeitseffekte aus den Stadioninvestitionen, Imageeffekte und Erlebniszusätze für die Bevölkerung – obwohl in ökonomischen Analysen selten betrachtet –, zu beachten.

UEFA EURO 2008™: Expect Emotions and Party – not Earnings and Profit.

Hosting the UEFA European Football Championship is not only a stimulating event for local soccer fans, but also a case for hopes for a positive impetus on tourism industry, retail trade and employment. However the two most recent European Championships in 2004 in Portugal and in 2000 in Belgium and the Netherlands hardly produced any significant positive effects. However, further effects from hosting major sporting events, such as a positive novelty effect of stadiums, image-building and the feelgood effect amongst the residents. These factors are too often neglected in economic analyses.

Konsuminduzierter Impact von Sportgroßevents am Beispiel der Fußball-WM 2006

Befragungsergebnisse und Implikationen für die EURO 2008

Markus Kurscheidt/Holger Preuß/Norbert Schütte

JEL-No: D12, C42, C67, L83

Der Beitrag beschreibt die primärempirische Messung der Konsummuster von Touristen zur FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland. Dazu wurden Stadionzuschauer und Besucher der Public Viewings befragt (N=9.456). Ausgewertet wurden grundlegende Variablen des soziodemographischen und psychographischen Profils der Besucher sowie des konsumtiven Primärimpulses durch ausländische WM-Gäste und inländische „Urlaubsverzichtler“. Auf dieser Grundlage konnte die gesamtwirtschaftliche Auswirkung durch WM-induzierte Konsumausgaben ermittelt werden, wonach das BIP um € 3,2 Mrd anstieg und rund 34.800 „Mannjahre“ zusätzliches Beschäftigungsvolumen geschaffen wurde. Abschließend werden die Ergebnisse kritisch gewürdigt und Implikationen für die UEFA EURO 2008 diskutiert.

Consumption Induced Impact of Major Sport Events for the Case of the Football World Cup 2006: Survey Results and Implications for EURO 2008.

The paper describes the primary empirical measurement of the consumption patterns of tourists at the FIFA Football World Cup 2006 in Germany. For this purpose, the stadium and public viewing attendance was surveyed (N=9,456). The crucial variables on the socio-demographic and psychographic profile of visitors were analysed as well as the consumption related primary impact through foreign World Cup guests and domestic "home stayers". Using this data base, the overall economic impact induced by the consumer spending at the World Cup was calculated and found that the GDP increased by € 3.2 billion which created 34,800 "man years" of employment. Finally, the limitations of the results and implications for the UEFA EURO 2008 are discussed.

Die Fußball-Europameisterschaft 2008 im Fernsehen

Jörn Kruse/Niklas Im Winkel

JEL-No: L83, L40, L82

Die Fußball-Europameisterschaft im Juni 2008 stellt einen Premium-Content für die Fernsehprogramme in den europäischen Ländern dar. Dies bestimmt ihre hohe Zahlungsbereitschaft für die TV-Rechte. Diese werden üblicherweise exklusiv vergeben, da die Erlöse für die Sportveranstalter dabei wegen der unterschiedlichen Zahlungsbereitschaft der Programme höher sind als bei nicht-exklusiver Rechtevergabe. Im Übrigen ist die Exklusivität grundsätzlich auch volkswirtschaftlich effizient.

Für das Pay-TV stellt die Exklusivität von attraktiven Sportrechten gegenüber den Free-TV-Programmen quasi eine Geschäftsvoraussetzung dar. Die staatlichen Schutzlisten gehen deshalb zu Lasten der Pay-Programme und sind ein gravierender Eingriff in die Rechtemärkte und den Wettbewerb auf der Programmebene. Die politischen Begründungen dafür sind fragwürdig. In Ländern mit geringer Pay-Verbreitung (zB Deutschland, Österreich, Schweiz) sind sie außerdem überflüssig, da solche Ereignisse wie die EURO 2008 vermutlich ohnehin im Free-TV zu sehen wären. In Ländern mit hoher Pay-Penetration (zB Frankreich und Großbritannien) entfällt dagegen der Schutzzweck weitgehend, da nahezu jeder Fußballinteressent Pay-TV-Zugang erlangen kann.

The Euro 2008 on TV.

The Euro 2008 is a premium content for television channels in European countries. Football live television rights are usually sold exclusively to individual channels because exclusive contracts usually maximize organizers's revenues from the specific sport event. This also is efficient from the economic viewpoint. For pay-tv channels the exclusive availability of popular sports (esp. football) events is of major importance.

Therefore, the European regulation of national "listed events" that have to be covered by free television is a significant discrimination of the pay-tv business model and causes economic distortions of programming and television markets. The reasoning is questionable. In countries with low pay-penetration (Germany, Austria, Switzerland) they are unnecessary, since events like the EURO 2008 would probably be shown in free-tv anyway. In high pay-penetration countries (France, UK) those lists are needless because live pay-tv coverage would be available for almost everybody who is interested.

Globalisierung und Faktormobilität:

Der Einfluss des „Bosman-Urteils“ auf die Internationalisierung des Arbeitsmarktes für Fußball-Profis

Bernd Frick

JEL-No: J44, L83

Das Bosman-Urteil des Europäischen Gerichtshofes hat die seit den sechziger Jahren zu beobachtende Migration von Fußball-Profis insbesondere aus Osteuropa, Südamerika, Asien und Afrika in die westeuropäischen Top-Ligen (Deutschland, England, Frankreich, Italien und Spanien) erheblich beschleunigt. Die mit diesen Wanderungsprozessen einhergehenden geringeren Einsatzmöglichkeiten einheimischer Spieler haben bislang nicht zu einer erkennbaren Annäherung der relativen Spielstärken der Nationalmannschaften aus „Import- und Exportländern“ geführt.

Globalization and Factor Mobility: The Impact of the „Bosman Ruling“ on Player Migration.

Since the 1960s, increasing numbers of football players from Eastern Europe, South America, Africa and Asia have been migrating to the top leagues in Western Europe (England, France, Germany, Italy and Spain). Obviously, this development has been fostered by the „Bosman ruling“ of the European Court of Justice. Perhaps surprisingly, the decreasing playing time that is now available to „local players“ has not yet resulted in an increasing competitive balance of the national teams of countries importing players and those exporting players.

Zur Frage der Stellung und Systemkonformität von Wirtschaftsförderungen in einem liberalen Wirtschaftsumfeld

Viktor Zorn

JEL-No: H0, H1

Die in der Wirtschaftspolitik zunehmend bedeutsamen Maßnahmen der Unternehmensförderung werden innerhalb der Wirtschaftspolitik dem Bereich der Strukturpolitik zugeordnet. Derartige Maßnahmen sind in einem liberalen Wirtschaftssystem (wie jenem der Europäischen Union) grundsätzlich nicht systemkonform und bedürfen daher einer besonderen Legitimation. Aus theoretischer Perspektive kann eine solche Legitimation

durch die Theorie des Marktversagens erfolgen, wobei aus dem bloßen Vorliegen von Marktversagen noch nicht automatisch auf die Notwendigkeit einer staatlichen Intervention zu schließen ist. Vielmehr ist jeweils zu prüfen, ob ein entsprechendes öffentliches Interesse an einer Wirtschaftsförderung vorliegt und der Staat Nachteile des wettbewerbswirtschaftlichen Allokationsmechanismus auszugleichen imstande ist. Für staatliche Eingriffe in Form von Wirtschaftsförderungen bedarf es folglich einer sorgfältigen Analyse der Vor- und Nachteile, wobei neben budgetären Gesichtspunkten auch Aspekte der allokativen Effizienz, der Verteilung und der Wettbewerbsverzerrung im Zuge einer Gesamtbeurteilung der Effekte von Wirtschaftsförderungen zu berücksichtigen sind.

The Position and Systematic Conformity of Business Aids in a Free-Market Economy.

Having gained more importance in recent years, business aids form part of the structural policy. However, such economic policy measures do not conform to a free-market system (like the one of the European Union) and, consequently, require a specific justification. From a theoretical point of view the theory of market failure can provide this, with the ascertainment of market failure being only a necessary but insufficient condition for government intervention. In fact, it is to be examined whether a specific public interest in a business aid can be identified and whether government is apt to compensate for the disadvantages of free-market allocation. For business aids to be advocated, a total analysis of the advantages and inconvenients and an analysis thereof are indispensable, taking into account not only budgetary aspects of business aids, but also considerations of allocative efficiency, distribution and competitive distortions.

Probleme von Datenrevisionen und volkswirtschaftlichen Prognosen

Michael Getzner

JEL-No: C520, C530, C800

Verlässliche Daten über volkswirtschaftlichen Zusammenhänge, zB Brutto-Inlandprodukt, sind wesentlich für wirtschaftspolitische Interventionen, für Prognosen und Zukunftsplanung. Ein Vergleich von Datenjahrgängen volkswirtschaftlicher Daten (BIP, Staatsausgaben) für Österreich im Zeitraum 1976 bis 2005 zeigt, dass teilweise erhebliche Unterschiede in den Zeitreihen auftreten, die zu konträren Schlussfolgerungen über den Konjunkturzyklus führen können. Auch die Auswahl ökonometrischer Methoden kann durch Datenrevisionen beeinflusst werden. Eine wichtige Schlussfolgerung des Beitrags ist, bei volkswirtschaftlichen Zustandsbeschreibungen und Prognosen nicht nur zu bedenken, dass diese Informationen mit großen Unsicherheiten behaftet sein können, sondern auch, dass der Vergleich von Prognosen nur sinnvoll ist, wenn der Datenjahrgang vergleichbar ist.

Problems of revisions of macroeconomic data.

Reliable economic data, for instance regarding GDP, are essential for economic policies, for forecasts and planning of future economic policies. A comparison of data vintages of economic data (gross domestic product, total government expenditure) for Austria between 1976 and 2005 shows that there are partly significant differences between time series that may lead to contrary conclusions about the business cycle. The choice of

econometric methods may be influenced by the validity of the underlying data as well. An important conclusion of the paper is that the description of an economic status quo may be subject to substantial uncertainties, and that a comparison of economic forecasts only makes sense if the data vintage is comparable and made transparent.

Kreativwirtschaft in Österreich

Irene Mandl/Aliette Dörflinger

JEL-No: L14

In Europa findet sich kein einheitliches Verständnis der Begriffe „Kreativwirtschaft“ bzw. „Kulturwirtschaft“. Selbst innerhalb der einzelnen Mitgliedstaaten – wie auch in Österreich – sind verschiedene Definitionsansätze zu finden. Nichtsdestotrotz wird der Kreativwirtschaft – sowohl in Österreich als auch in anderen europäischen Ländern – ein bedeutendes wirtschaftliches Potenzial zugeschrieben.

Die österreichische Kreativwirtschaft ist durch eine hohe Kooperationsneigung gekennzeichnet, die auf die geringe durchschnittliche Unternehmensgröße und die schwierige Vermarktung intangibler Produkte zurückzuführen ist. Dementsprechend entwickeln sich einerseits Cluster innerhalb der Kreativwirtschaft, und andererseits Kooperation zwischen der Kreativwirtschaft und anderen Wirtschaftsbereichen. Zu einer umfassenden Nutzung dieses Potenzials für alle Beteiligten (die Kreativwirtschaft, andere Sektoren, Regionen, die Gesellschaft etc) dürften weitere öffentliche Initiativen nötig sein, um das gegenseitige Verständnis und die Bereitschaft, bei der Entwicklung und Verbreitung gemeinsamer Produkte und Dienstleistungen zusammen zu arbeiten, zu fördern.

Creativ Industries in Austria.

In Europe, no common understanding of the terms „Creative Industries“ or „Culture Industries“, respectively, can be found. Even within individual Member States – such as in Austria – diverging definitions are prevalent. Nevertheless, Creative Industries are seen to dispose of a considerable economic potential, both in Austria and in other European countries.

Austrian Creative Industries (CI) are characterised by a high affection towards cooperation which is to be attributed to their small average company size and the difficulty of marketing intangible culture products. Consequently, on the one hand clusters in the CI have emerged, and on the other hand cooperation between CI and other economic sectors take place. However, for a full exploitation of this potential for all involved parties (CI, other sectors, regions, population etc) further public initiatives will be necessary to foster mutual understanding and willingness to jointly develop and distribute products and services