

# Ökonomische Wirkungen von Sportgroßveranstaltungen

Destination Salzburg



# Ökonomische Wirkungen von Sportgroßveranstaltungen

Destination Salzburg

Endbericht

*Studienbeauftragung durch*

*Stadt Salzburg  
Land Salzburg  
Bundeskanzleramt (Sektion Sport)*

Juni 2005

**SPEA**  
SportsEconAustria

### **Autorinnen und Autoren:**

Christian Helmenstein  
SportsEconAustria  
☎: +43/664/2553868  
Email: [christian.helmenstein@spea.at](mailto:christian.helmenstein@spea.at)

Anna Kleissner  
SportsEconAustria  
☎: +43/650/6213238  
Email: [anna.kleissner@spea.at](mailto:anna.kleissner@spea.at)

Bernhard Moser  
SportsEconAustria  
☎: +43/650/5206311  
Email: [bernhard.moser@spea.at](mailto:bernhard.moser@spea.at)

### **Kontakt:**

Bernhard Felderer  
Präsident, SportsEconAustria  
☎: +43/1/59991-125  
Email: [felderer@ihs.ac.at](mailto:felderer@ihs.ac.at)

Christian Helmenstein  
Geschäftsführer, SportsEconAustria  
☎: +43/664/2553868  
Email: [christian.helmenstein@spea.at](mailto:christian.helmenstein@spea.at)

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>1.</b>	<b>Einleitung</b>	<b>6</b>
<b>2.</b>	<b>Die Bedeutung von Sportgroßveranstaltungen</b>	<b>8</b>
<b>3.</b>	<b>Methodik</b>	<b>13</b>
3.1.	Quantifizierung von Investitionen .....	13
3.2.	Grundlagen der Input-Output-Analyse .....	14
3.2.1.	Berechnung der Wertschöpfungseffekte .....	15
3.2.2.	Berechnung der Kaufkrafteffekte.....	16
3.2.3.	Berechnung der Beschäftigungseffekte .....	16
3.2.4.	Berechnung der fiskalischen Effekte .....	17
3.2.5.	Berechnung von Multiplikatoreffekten .....	20
3.2.6.	Multiregionale Input-Output Tabelle / Multiregionale Input-Output Analyse.....	20
<b>4.</b>	<b>Sportgroßveranstaltungen in Salzburg 2006 - 2014</b>	<b>21</b>
4.1.	Rad WM 2006 .....	21
4.1.1.	Das Budget der Rad WM 2006 .....	23
4.2.	Fußball Europameisterschaft 2008 .....	23
4.2.1.	Das Budget der Fußball-EM 2008.....	24
4.3.	Olympische Winterspiele 2014.....	24
4.3.1.	Das Budget für "Salzburg 2014".....	25
<b>5.</b>	<b>Der ökonomische Impact der Sportgroßveranstaltungen</b>	<b>27</b>
5.1.	Wirtschaftliche Impulse der Rad WM 2006 .....	27
5.1.1.	Wertschöpfungseffekte.....	27
5.1.2.	Beschäftigungseffekte .....	28
5.1.3.	Kaufkrafteffekte .....	29
5.1.4.	Fiskalische Effekte .....	30
5.2.	Wirtschaftliche Impulse der Fußball-Europameisterschaft 2008 .....	30
5.2.1.	Wertschöpfungseffekte.....	30
5.2.2.	Beschäftigungseffekte .....	31
5.2.3.	Kaufkrafteffekte .....	32
5.2.4.	Fiskalische Effekte (aus Beschäftigungseffekten).....	33
5.3.	Wirtschaftliche Impulse der Olympischen Winterspiele 2014.....	33
5.3.1.	Wertschöpfungseffekte.....	33
5.3.2.	Beschäftigungseffekte .....	35
5.3.3.	Kaufkrafteffekte .....	36
5.3.4.	Fiskalische Effekte (aus Beschäftigungseffekten).....	37

5.4.	Zusammenfassung der wirtschaftlichen Effekte der Sportgroßveranstaltungen .....	39
5.4.1.	Wertschöpfungseffekte (in Mio. €).....	39
5.4.2.	Gesamte Beschäftigungseffekte .....	40
5.4.3.	Gesamte Kaufkratteffekte (in Mio. €).....	41
5.4.4.	Gesamte Fiskalische Effekte (aus Beschäftigungseffekten, in Mio. €).....	41
<b>6.</b>	<b>Wirtschaftliche Impulse der touristischen Nachfrage</b>	<b>42</b>
6.1.	Bestandsaufnahme des Tourismus in Österreich.....	42
6.2.	Bestandsaufnahme des Tourismus in Salzburg .....	44
6.2.1.	Beherbergungsbetriebe und -betten.....	45
6.2.2.	Übernachtungen.....	47
6.2.3.	Bettenauslastung.....	48
6.2.4.	Aufenthaltsdauer .....	49
6.2.5.	Reiseausgaben .....	50
6.3.	Die touristische Nachfrage durch die Rad WM 2006 .....	51
6.4.	Die touristische Nachfrage durch die Fußball EM 2008 .....	52
6.4.1.	Maximales Szenario .....	53
6.4.2.	Minimales Szenario .....	54
6.5.	Die touristische Nachfrage durch die Olympischen Winterspiele 2014.....	55
<b>7.</b>	<b>Qualitative Effekte der Sportgroßveranstaltungen</b>	<b>59</b>
7.1.	Qualitative Effekte der Bewerbung für die Olympischen Winterspiele 2014 .....	61
7.1.1.	Ehrenamtliche Helfer und Mitarbeiter.....	61
7.1.2.	Infrastruktur- und Planungsschub .....	61
7.1.3.	Zusatzveranstaltungen in Salzburg .....	61
7.1.4.	Imagezuwachs .....	62
7.1.5.	Identität.....	62
7.1.6.	Bildung .....	63
7.1.7.	Immaterielle Effekte von Sport .....	63
7.2.	Qualitative Effekte der Durchführung der Olympischen Winterspiele.....	64
7.2.1.	Auswirkungen auf den Bekanntheitsgrad der Region durch die Zuschauerzahlen	64
7.2.2.	Langfristige Effekte des Imagegewinnes und des steigenden Bekanntheitsgrades auf die Region Salzburg.....	66
7.2.3.	Erfahrungen aus Lillehammer (1994).....	67
7.2.4.	Die Spiele von 1988 in Calgary .....	69
7.2.5.	Die Spiele von 1992 in Albertville .....	70
7.2.6.	Schlussfolgerungen für Salzburg 2014 .....	71
7.3.	Qualitative Effekte der Rad WM 2006 und der EURO 2008 auf die Region Salzburg	72
7.3.1.	Identität.....	72
7.3.2.	Rahmenbedingungen .....	72
7.3.3.	Ehrenamtliche Helfer und Mitarbeiter.....	72
7.3.4.	Imageverbesserung.....	73

7.3.5.	Verbesserung der Einstellung .....	73
7.3.6.	Effekte auf das Freizeit- und Erholungsverhalten .....	74
7.3.7.	Effekte auf die Qualität des Sports .....	74
7.3.8.	Bildung .....	74
7.3.9.	Soziale Aspekte.....	75
7.3.10.	Politische Aspekte .....	75
<b>8.</b>	<b>Executive Summary</b>	<b>76</b>
<b>9.</b>	<b>Abbildungsverzeichnis</b>	<b>84</b>
<b>10.</b>	<b>Tabellenverzeichnis</b>	<b>85</b>
<b>11.</b>	<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>86</b>

## 1. Einleitung

Mit der Rad WM 2006 und der Fußball-Europameisterschaft 2008 sowie der Bewerbung um und die mögliche Durchführung der Olympischen Winterspiele 2014 sind in den kommenden Jahren hochkarätige Sportgroßveranstaltungen in Salzburg in Aussicht bzw. geplant, welche für die Region mit großen Impulsen für die gesamte Wirtschaft verbunden sein werden.

Zunächst gehen von den zu tätigen Investitionen und den mit der Durchführung der Veranstaltung verbundenen, laufenden Ausgaben unmittelbare Impulse für die entsprechenden Sektoren aus. Durch die Verzahnung dieser Sektoren mit Unternehmen anderer Wirtschaftsklassen werden multiplikative Anstoßwirkungen ausgelöst, welche ebenfalls zu einem großen Teil in der Region wirksam werden. Auch die Tourismuswirtschaft kann – nicht nur kurzfristig, für den Zeitraum der Veranstaltungen – deutliche Effekte erwarten. Durch einen steigenden Bekanntheitsgrad der Region und einen positiven Imageeffekt können auch mittel- und längerfristige Effekte, insbesondere für die Tourismuswirtschaft, erwartet werden.

Die vorliegende, von *SportsEconAustria Institut für Sportökonomie* erstellte Studie verfolgt ein in ökonomischer Hinsicht doppeltes Ziel: zum einen die Analyse der ökonomischen Auswirkungen dieser Veranstaltungen in Salzburg, so wie sie sich aufgrund der aktuellen Planungsunterlagen bzw. der offiziellen Bewerbungsdokumente darstellen. Dabei werden die gesamt- und regionalwirtschaftlichen Konsequenzen der einzelnen Sportgroßveranstaltungen in Form von Wertschöpfungs-, Kaufkraft-, Beschäftigungs- und fiskalischen Effekten quantifiziert und die touristischen Effekte abgeschätzt. Zum anderen geht es um die Erfassung der qualitativen Effekte, also jener Effekte, die sich beispielsweise in einer Steigerung des Imagewertes und Bekanntheitsgrades einer Region niederschlagen, aber nicht oder nur unter Rückgriff auf starke Annahmen quantitativ abschätzbar sind.

Zunächst liefert Kapitel 2 eine allgemeine Einführung in die Bedeutung und die einzelnen ökonomischen Aspekte sportlicher Großveranstaltungen. Kapitel 3 umfasst im Rahmen des methodischen Teils nicht nur die Grundlagen der Input-Output-Analyse, sondern stellt darüber hinaus alle, für die Berechnungen relevanten Arbeitsschritte kurz dar. Die für die Berechnungen relevanten Daten und Rahmenbedingungen der einzelnen Veranstaltungen werden in Kapitel 4 kurz erörtert.

Anschließend werden in Kapitel 5 die wirtschaftlichen Impulse für die drei verschiedenen Sportgroßveranstaltungen in Form von primären und multiplikativen Wertschöpfungseffekten, Beschäftigungseffekten, Kaufkrafteffekten und fiskalischen Effekten berechnet. In Kapitel 5.2 folgt eine Zusammenfassung der wirtschaftlichen Effekte dieser Serie an Sportgroßveranstaltungen.

Danach werden die touristischen Effekte in Form zusätzlicher Einnahmen und Wertschöpfung abgeschätzt (Kapitel 6).

Die Analyse der qualitativen Effekte, die mit der Durchführung einer Serie von Sportgroßveranstaltungen für die Region Salzburg verbunden sind, steht im Fokus der Analyse in Kapitel 7.

Das Executive Summary (Kapitel 8) fasst die wichtigsten Ergebnisse zusammen.

## 2. Die Bedeutung von Sportgroßveranstaltungen

Der Nutzen, die Kosten und die gesamtwirtschaftlichen Wirkungen, die mit einer sportlichen Großveranstaltung, wie beispielsweise der Durchführung Olympischer Spiele oder der Fußballeuropameisterschaft, verbunden sind, gehen weit über die direkten monetären bzw. monetär bewertbaren Effekte hinaus. Neben den direkt ausgelösten Effekten kommt es zu induzierten und Multiplikatoreffekten sowie zu externen Effekten.<sup>1</sup>

Eine Auflistung der mit der Durchführung einer ganzen Serie von Sportgroßveranstaltungen im Zeitraum von 2006 bis 2014 für Salzburg verbundenen Vorteile enthält die folgende Tabelle (Tabelle 1).

**Tabelle 1: Vorteile sportlicher Großveranstaltungen**

	<b>Vorteile</b>
Ökonomische Effekte	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Wertschöpfungs- und Kaufkratfeffekte durch steigende Investitions- und Konsumausgaben</li> <li>* Beschäftigungsimpulse</li> <li>* Fiskalische Effekte</li> </ul>
Tourismus	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Steigerung der Attraktivität und des Bekanntheitsgrads der Region für Touristen</li> </ul>
Infrastruktur	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Verbesserte Infrastruktur</li> <li>* Neue und/oder renovierte Sportgelegenheiten</li> </ul>
Sozio-kulturelle Effekte	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Steigender Erlebnis- und Freizeitwert für die Bevölkerung</li> <li>* Förderung kultureller Werte und der Traditionen</li> </ul>
Psychologische Effekte	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Steigerung der lokalen Identität</li> </ul>
Politische Effekte	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Steigerung des internationalen Ansehens</li> </ul>

Quelle: SportsEconAustria.

In dieser Tabelle ist nicht berücksichtigt, dass diese Effekte zeitabhängig sind, einige also bereits vor, andere während der Veranstaltung auftreten, einige erst kurzfristig danach wirksam werden oder auch erst längerfristig in Erscheinung treten. Der Umfang und die Ausprä-

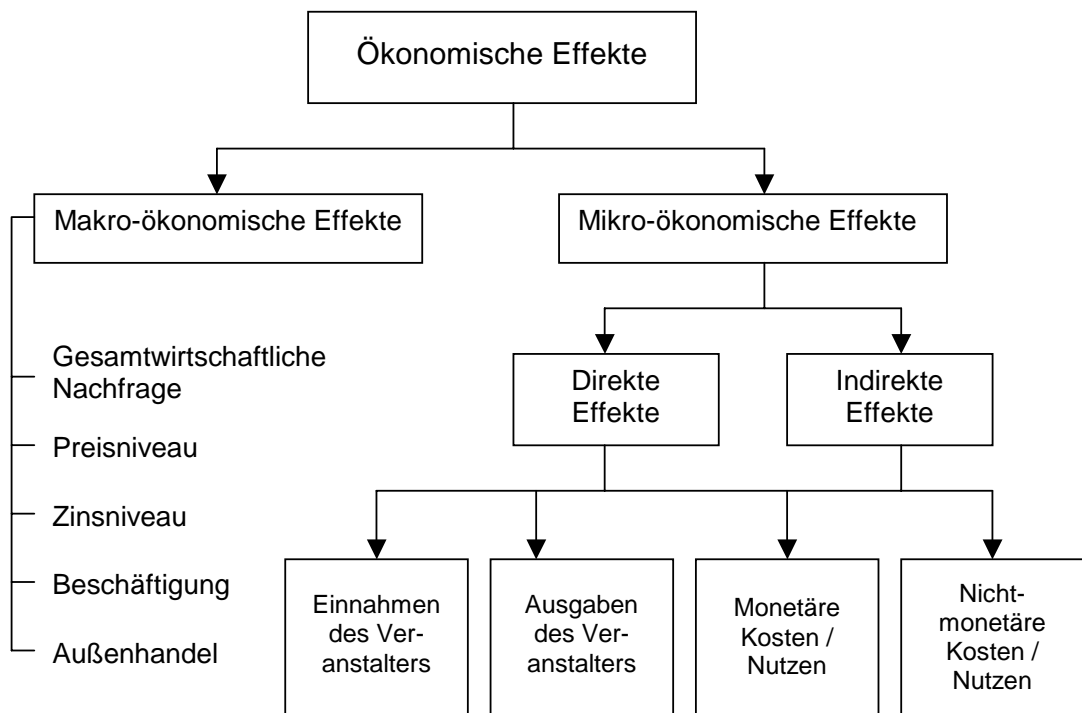
<sup>1</sup> Vgl. auch Grozea-Helmenstein D. / Kleissner A. (2003) Ökonomische Auswirkungen der Olympischen Winterspiele 2010 in Salzburg, Studie im Auftrag des Candidature Committee of the the Olympic Games Salzburg

gung dieser Effekte hängt schließlich auch noch vom Typus der Sportveranstaltung ab – gerade für sportliche Großveranstaltungen wie die Olympischen Winterspiele 2014 oder die EURO 2008 kann jedoch angenommen werden, dass die induzierten Effekte durch kaum ein anderes Ereignis in dem selben Ausmaß ausgelöst werden könnten.

Die Durchführung von Sportgroßveranstaltungen ist für das Gastgeberland zu einem zunehmend wichtigen Wirtschaftsfaktor geworden. Dies bezieht sich sowohl auf die Einnahmen als auch auf die Investitions-Ausgaben und die laufenden Ausgaben.

Insbesondere sind auch die Einnahmen aus Fernsehübertragungsrechten und aus Sponsoren in den letzten 30 Jahren stark angestiegen, was auf eine steigende Attraktivität und Publikumswirksamkeit sportlicher Großveranstaltungen, wie auch auf eine Verbesserung in der mediengerechten Übermittlung des Sports und eine steigende Nutzung von Sportgroßveranstaltungen als Werbemedium schließen lässt.

**Abbildung 1: Mikro- und makroökonomische Aspekte sportlicher Großveranstaltungen**



Quelle: Heinemann K. (1995), S. 256.

Neben Einnahmen und Ausgaben des Veranstalters müssen aber auch jene Effekte berücksichtigt werden, die nicht bei diesen selbst anfallen, d.h. externe Effekte in Form von

Kosten<sup>2</sup>, die von Dritten getragen werden oder Nutzen, der bei anderen eintritt. Dazu kann man zwischen monetären externen Effekten und nicht monetär zu bewertenden externen Effekten differenzieren.

Neben der Quantifizierung der ökonomischen Effekte, die sich direkt aus Budgets der Veranstalter ableiten lassen, hat diese Studie auch zum Ziel, jenen Nutzen, der durch die positiven externen Effekte der Bewerbung und Durchführung von Sportgroßveranstaltungen entsteht, zu bewerten. Einige Beispiele derartiger externer Effekte sollen im Folgenden kurz angeführt werden.

### **Monetärer externer Nutzen**

Von den Ausgaben der Veranstaltungsbesucher profitieren vor allem Hotels, Restaurants wie auch sämtliche Betriebe der Touristikindustrie in der Region. Darüber hinaus kommt es zu einer Steigerung der Steuereinnahmen, von welchen alle Gebietskörperschaften profitieren können. Hinzu kommt auch noch der „monetäre Gewinn“ der Bevölkerung in der Region selbst, welche die Sportgroßveranstaltungen – würden sie woanders stattfinden – entweder nicht besuchen könnte oder wesentlich höhere Kosten zu tragen hätte. Hinzu kommt, dass es – bereits im Rahmen der Bewerbung als auch im Vorfeld der Veranstaltung– häufig zu zusätzlichen Events und Veranstaltungen kommt, die ohne Sportgroßveranstaltungen nicht stattfinden würden. Auch dadurch wird im Land zusätzliche Wertschöpfung induziert.

### **Externer, nicht monetärer Nutzen**

In einer Bewertung der gesamtwirtschaftlichen ökonomischen Effekte ist natürlich auch jener Nutzen zu erfassen, der nicht unmittelbar mit der Durchführung der Sportgroßveranstaltungen in Beziehung gebracht wird und monetär fassbar ist, d.h. der externe, nicht monetäre Nutzen. Dieser besteht zum einen in einer Vergrößerung der Identifikation der betroffenen Bevölkerung mit ihrer Region, andererseits auch in einer Erhöhung des Erlebnis- und Freizeitwerts. Ebenfalls nicht zu vernachlässigen ist der mit der Planung und Durchführung von Sportgroßveranstaltungen verbundene Infrastruktur- und Planungsschub, der für die gesamte Öffentlichkeit einen großen Nutzen darstellt. Mit dem Ausbau von Verkehrssystemen kommt es üblicherweise zu einer Behebung von Strukturdefiziten und damit zu einem gewissen Zeitgewinn (vorgezogene Infrastrukturinvestitionen). Ganz wesentlich ist auch der Image- und Werbeeffect für die Stadt bzw. die Region Salzburg, welche die Großveranstaltungen austrägt bzw. mitträgt, da diese nicht nur zu steigenden Tourismuszahlen beiträgt, sondern auch die Attraktivität als Industrie- und Dienstleistungsstandort stärkt.

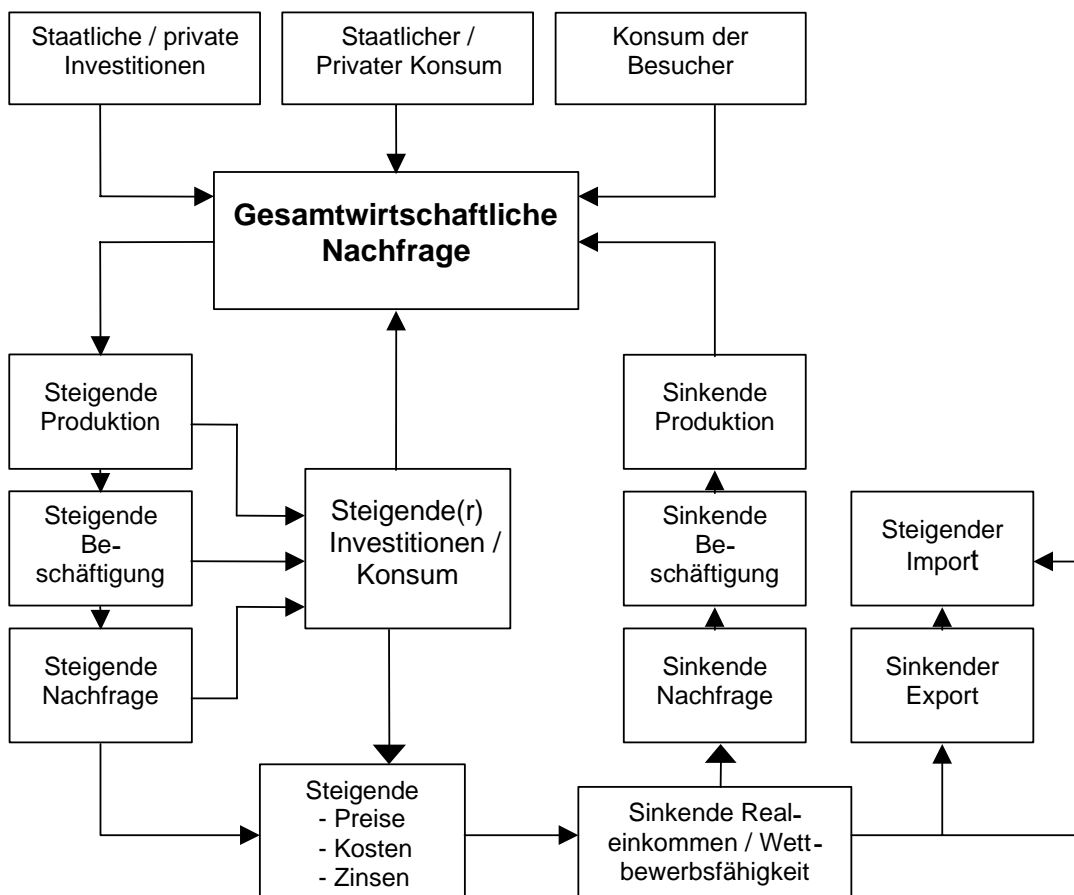
---

<sup>2</sup> Negative externe Kosten von Sportgroßveranstaltungen können sich beispielsweise in Preissteigerungen in der Region, zusätzlicher Umweltbelastung, Überfüllung oder der Schaffung von Überkapazitäten äußern. Auch das Ausbleiben von Touristen, welche dem Rummel um das Großevent entgehen wollen, zählt zu diesen externen Effekten.

### Multiplikative Wirkungen

Um die gesamtwirtschaftlichen Effekte einer Großveranstaltung zu quantifizieren, darf man sich jedoch nicht nur auf die Ausgaben des Veranstalters, staatliche und private Investitionen sowie die Ausgaben der Besucher beschränken. Von diesen Ausgaben gehen nämlich noch weitere ökonomische Wirkungen aus, da die Ausgaben des einen stets die Einnahmen eines anderen bedeuten. Da diese Einnahmen zumindest zu einem gewissen Teil wieder ausgegeben werden, werden weitere Einkommen geschaffen. Bei einer solchen Kette wirtschaftlicher Aktivitäten spricht man von so genannten Multiplikatoreffekten.

Abbildung 2: Gesamtökonomische Wirkungszusammenhänge



Quelle: Heinemann K. (1995), S. 260.

Deren Größe hängt im wesentlichen davon ab, wie viel wieder ausgegeben wird (d.h. der Sparquote), wie viel des Geldes im Land Salzburg selbst verbleibt (d.h. nicht für Importe ins

Ausland oder in andere Bundesländer abfließt) und wie die Verflechtungen der einzelnen angeregten Branchen mit der restlichen Wirtschaft aussehen.

Eine graphische Darstellung der gesamtwirtschaftlichen Wirkungszusammenhänge, wie sie auch im Rahmen einer Sportgroßveranstaltung entstehen, bietet Abbildung 2.

## 3. Methodik

### 3.1. Quantifizierung von Investitionen

Zur Quantifizierung der ökonomischen Effekte von Investitionen werden in der Literatur unterschiedliche Methoden verwendet, wobei sich die Wahl der optimalen Methode vor allem nach dem Untersuchungsgegenstand richtet.

Zum einen findet die **Simulationsmethode anhand ökonometrischer Makromodelle**<sup>3</sup> Anwendung. Grundlage eines Makromodells bildet die Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, welche das Wirtschaftsgeschehen einer Volkswirtschaft für eine festgelegte Periode in der Vergangenheit zahlenmäßig erfasst indem sie die wirtschaftsstatistischen Bereichsinformationen in einem System von untereinander zusammenhängenden Konten und Tabellen zusammenführt. Um Aussagen über die wirtschaftliche Entwicklung tätigen zu können, bedarf es der Zusammenfassung der wirtschaftlichen Tätigkeiten. Durch diese Aggregation geht jedoch Detailinformation verloren, worin auch der Nachteil eines Makromodells für die Quantifizierung von Infrastrukturinvestitionen liegt. Die gesamtwirtschaftlichen Effekte der im Folgenden betrachteten Investitionsvolumina sind in einem Makromodell nicht signifikant, wodurch sich die Simulationsmethode mittels ökonometrischer Makromodell im Rahmen dieser Studie als nicht geeignet erweist.

Eine weitere Möglichkeit zur Berechnung stellt die **Kennziffernmethode** dar. Hierbei handelt sich um eine Ex-Post-Betrachtung, indem ausgewählte Kennziffern (z.B. das Pro-Kopf-Einkommen) mit einem Referenzszenario verglichen werden. Verwendet wird dieses Verfahren vor allem zur Ex-post-Erfolgskontrolle wirtschaftspolitischer Maßnahmen. In dieser Studie geht es jedoch um eine Ex-ante-Quantifizierung der zu erwartenden regionalen Effekte, sodass sich auch die Kennziffernmethode als nicht geeignet erweist.

Als dritte Variante zur Evaluierung von Investitionen bietet sich schließlich die **Input-Output-Analyse** (IOA) an. Diese basiert auf Input-Output-Tabellen<sup>4</sup>, welche ergänzend zur Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (VGR) von der Statistik Österreich erstellt werden. Diese Tabellen stellen die Verflechtung der einzelnen Produktionsbereiche in einer Volkswirtschaft sowie deren Beiträge zur Wertschöpfung dar. Die Gliederung erfolgt nicht wie in der VGR nach institutionellen Gesichtspunkten (Unternehmen, private und öffentliche Haushalte), sondern nach funktionellen Gesichtspunkten, wodurch die Ströme einzelner Güter und

---

<sup>3</sup> In einem Makromodell (wie beispielsweise dem IHS-Prognosemodell LIMA) werden die Zusammenhänge zwischen Güter-, Arbeits- und Geldmarkt, den Preisen, Löhnen und anderen Einkommen sowie dem Staatssektor abgebildet.

<sup>4</sup> Die aktuellste Version einer Input-Output-Tabelle für Österreich stammt aus dem Jahr 2000.

Gütergruppen von der Produktion bis hin zur Verwendung deutlich gemacht werden können. Insbesondere werden sämtliche Vorleistungsströme exakt dargestellt.

In der Quantifizierung von Infrastruktur- und Investitionsprojekten hat die Input-Output-Analyse eine lange Tradition, sodass dieser methodische Ansatz auch der vorliegenden Untersuchung zugrundegelegt werden soll.

### **3.2. Grundlagen der Input-Output-Analyse**

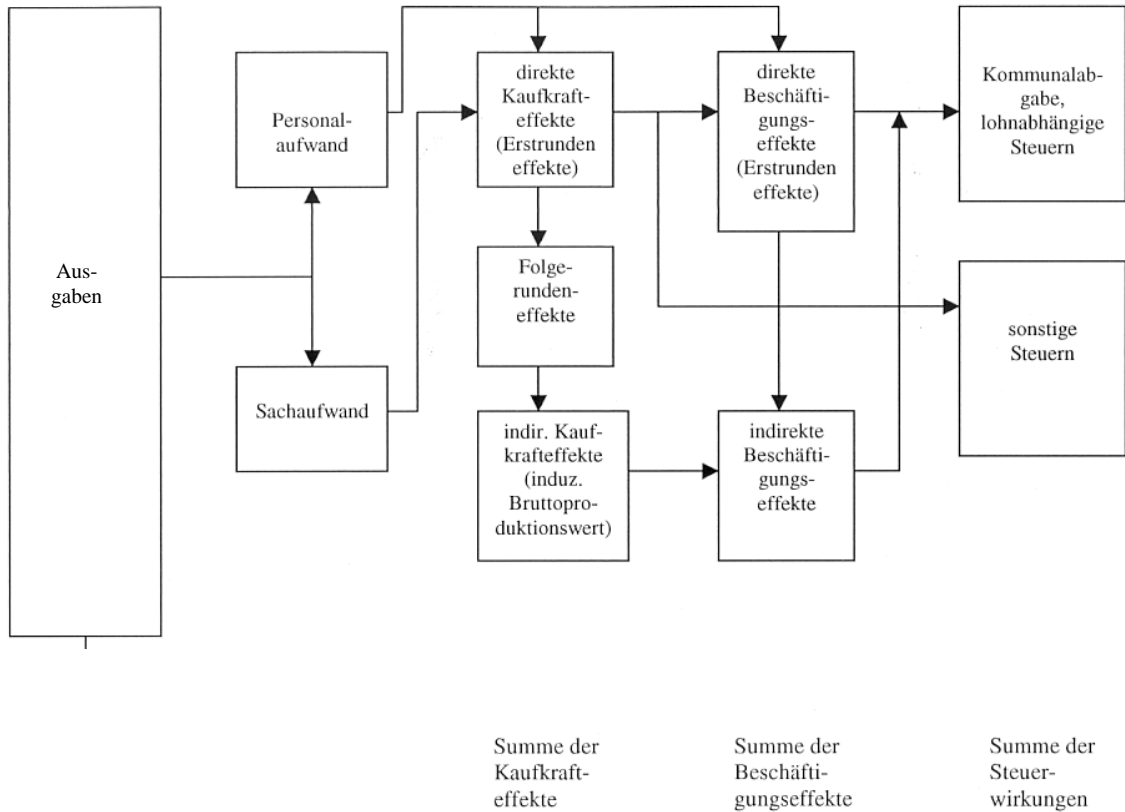
Die Input-Output-Analyse ist das methodische Instrument, um die wechselseitig verknüpften Liefer- und Bezugsstrukturen der Sektoren einer Wirtschaft zu erfassen und den multiplikativ verstärkten gesamtwirtschaftlichen Effekt zu quantifizieren. Sie ermöglicht die Berechnung von direkten und indirekten Wertschöpfungs-, Kaufkraft- und Beschäftigungseffekten, wie sie sich beispielsweise bei der Planung und Durchführung von Sportgroßveranstaltungen ergeben. Zudem lassen sich mit diesem Instrument die induzierten Effekte auf das gesamtwirtschaftliche Aufkommen an Steuern und Sozialabgaben berechnen. Eine vereinfachte Struktur der Untersuchung im zentralen Bereich der IOA ist schematisch in folgendem Schaubild (Abbildung 3) dargestellt.

Verglichen mit herkömmlichen makroökonomischen Modellen basiert die IOA auf der sehr detaillierten Input-Output-Tabelle der Statistik Austria. Diese detaillierte sektorale Gliederung des Modells ist allerdings mit dem Nachteil verbunden, dass die Abbildung der volkswirtschaftlichen Verflechtungsstrukturen aufgrund des enormen Erhebungs- und Verarbeitungsaufwands nur zeitlich verzögert bereitgestellt werden kann. Die aktuellste Fassung einer Input-Output-Tabelle für Österreich stammt daher aus dem Jahre 2000.

Abgeleitet aus den Vorleistungsverflechtungen und der Input-Struktur können Wertschöpfungs- und Beschäftigungsmultiplikatoren berechnet werden, welche die Beziehung zwischen Endnachfrage und Gesamtgüterproduktion abbilden.

Im Ergebnis liefert die Untersuchung die Auswirkungen der durch Planung und Durchführung der Sportgroßveranstaltungen der Region Salzburg in den Jahren 2006 bis 2014 ausgelösten Investitionen und sonstigen Ausgaben auf die Gesamtwirtschaft, welche gegenüber den so genannten „Erstrundeneffekten“ über gesamtwirtschaftliche Verflechtungszusammenhänge multiplikativ verstärkt werden.

Abbildung 3: Darstellung von Beschäftigungs-, Kaufkraft- und Steuerwirkungen



Quelle: Gantner et al. (1996) S. 6.

### 3.2.1. Berechnung der Wertschöpfungseffekte

Die Wertschöpfung eines Sektors berechnet sich als Gesamtproduktion abzüglich der Vorleistungen. Zur Quantifizierung der direkten Wertschöpfungseffekte benötigt man einerseits die im Rahmen des Veranstaltungs-Budgets veranschlagten Investitionen als auch die wertschöpfungsrelevanten Ausgaben im Rahmen des laufenden Veranstaltungsbudgets. Zieht man von diesen Ausgaben die für Vorleistungen aufgewendeten Ausgaben ab, so erhält man den direkten Wertschöpfungseffekt. Durch Multiplikation mit dem entsprechenden sektorspezifischen (Branchen-) Multiplikator erhält man schließlich die Summe der direkten und indirekten Wertschöpfungseffekte

### 3.2.2. Berechnung der Kaufkrafteffekte

Kaufkrafteffekte werden einerseits durch die der Region zurechenbaren Sachausgaben, andererseits durch die Nettoeinkommen, die von den in den Unternehmen Beschäftigten erwirtschaftet und in weiterer Folge nachfragewirksam werden, ausgelöst. Zur Quantifizierung der direkten Kaufkrafteffekte benötigt man daher die Aufwendungen für Investitionen und Sachausgaben sowie das nachfragewirksame Nettoeinkommen. Das nachfragewirksame Nettoeinkommen berechnet sich nach folgendem Schema (Tabelle 2):

**Tabelle 2: Berechnungsschema für nachfragewirksames Nettoeinkommen**

	Personalausgaben
-	Aufwendungen (Steuern, Sozialversicherungsabgaben) (48%)
	<b>Gesamtnettoeinkommen</b>
-	Ersparnisse (8,5 %)
-	Einkaufstourismus (20 %)
	<b>Nachfragewirksames Nettoeinkommen</b>

### 3.2.3. Berechnung der Beschäftigungseffekte

Zur Abschätzung der ausgelösten Beschäftigungseffekte ist die Arbeitsproduktivität von zentraler Bedeutung. Die marginale Arbeitsproduktivität definiert sich als Quotient der Änderung des Produktivitätsergebnisses und der Änderung der Arbeitsleistung (Beschäftigtenzahlen oder auch geleistete Arbeitsstunden). Die marginale Arbeitsproduktivität gibt die Änderung des Produktivitätsergebnisses pro zusätzlich Beschäftigtem an. Der inverse Quotient – der so genannte Arbeitskoeffizient – ist ein Maß für die Anzahl der Beschäftigten, die pro Produktionsmenge im Herstellungsprozess eingesetzt werden.

Beispielsweise waren im Jahr 2000 im Bauwesen knapp 1.305 Personen pro Milliarde Schilling (entsprechend knapp 1.796 Personen pro 100 Millionen Euro) Bruttowertschöpfung (nominell) beschäftigt.<sup>5</sup> Die Wechselwirkungen von Produktionswert und Beschäftigtenzahl ist hier sehr groß, sodass eine Nachfrageerhöhung in diesem Sektor aufgrund des gezeigten Zusammenhangs zu großen positiven Arbeitsmarkteffekten führt.

---

<sup>5</sup> Die Bauwirtschaft lag damit hinter Landwirtschaft, Handel, Tourismus und Verkehr bzw. sonstigen Dienstleistungen an vierter Stelle.

Die Anzahl der Beschäftigten pro Bruttoproduktionswert kann an dieser Stelle jedoch noch nicht dahingehend interpretiert werden, dass eine Million Euro zusätzliches Auftragsvolumen auch tatsächlich die genannte Zahl an Beschäftigten zusätzlich generiert. Vielmehr sind weitere Faktoren für eine genauere Analyse heranzuziehen. Dazu zählt beispielsweise die Beschäftigungsstruktur: im Jahr 1999 waren im Bauwesen 20,1 Prozent Angestellte und 79,9 Prozent ArbeiterInnen beschäftigt. Die Beschäftigungselastizität ist bei den ArbeiterInnen üblicherweise größer als bei den Angestellten, sodass eine Ausweitung der Bauaktivitäten vor allem zu einer Erhöhung der Anzahl der ArbeiterInnen führen wird. Ein signifikanter Zuwachs ist bei den Angestellten hingegen nicht zu erwarten. Ein weiterer, nicht zu vernachlässigender Faktor, ist auch die Auslastung der Kapazitäten in den entsprechenden Sektoren: der volle Beschäftigungseffekt wird sich nur bei einer bereits 100-prozentigen Auslastung und einer entsprechenden Aufstockung der Kapazitäten entfalten, in allen anderen Fällen kommt es aber auf jeden Fall zu einer Absicherung bereits vorhandener Arbeitsplätze und einer höheren Auslastung der Kapazitäten. Darüber hinaus besteht bei nicht permanent anfallender Nachfrage häufig die Tendenz, diese eher in Form von Überstundenleistungen und Sonderschichten, als durch die Neueinstellung von Arbeitskräften zu bedienen.

#### **3.2.4. Berechnung der fiskalischen Effekte**

Zu den bereits angeführten Wertschöpfungs-, Beschäftigungs- und Kaufkrafteffekten kommen auch die durch Planung, Vorbereitung und Durchführung der Sportgroßveranstaltungen induzierten, nicht zu vernachlässigenden, Steuerrückflüsse hinzu. Vor allem aus Sicht der Region Salzburg ist von Interesse, welche Teile der Abgabenerträge in der Region verbleiben und damit die finanzielle Situation der öffentlichen Haushalte verbessern.

Tabelle 3 zeigt, welcher öffentliche Haushalt von welchen Steuereinnahmen betroffen ist, die Zahl „x“ in einer Zeile gibt Auskunft darüber, ob es sich um ausschließliche oder gemeinschaftliche Abgaben handelt. Auf Grundlage der Verteilungssystematik des Finanzausgleichsgesetzes (FAG 2001) lässt sich dann das zusätzliche Steueraufkommen auf die jeweiligen Gebietskörperschaften verteilen. Die konkreten Anteile der Gebietskörperschaften am jeweiligen Steuerkuchen, die sich auf der Grundlage des FAG 2001 ergeben, d.h. die anteilige Verteilung der Steuereinnahmen in Prozent, zeigt Tabelle 4.

**Tabelle 3: Gebietskörperschaft Inzidenz – Einnahmenhoheit (Österreich)**

Gebietskörperschaftliche Inzidenz - Einnahmenhoheit						
	Bund	Länder	Gemeinden		SV	Kammern
			Standortg.	Wohnsitzg.		
Unselbständige Arbeit						
Lohnsteuer	X	X	X			
Kammerbeiträge						X
Dienstgeberbeiträge	X					
Kommunalabgabe			X			
Wohnbauförderungsbeiträge	X					
U-Bahn-Abgabe (nur in Wien)			X			
Invalideausgleichstaxen	X					
Arbeitnehmerbeiträge zur SV					X	
Arbeitgeberbeiträge zur SV					X	
Kapital						
Veranlagte Einkommenssteuer	X	X	X			
Kapitalertragsteuer von Personen	X	X	X			
Kapitalertragssteuer auf Zinsen von Personen	X	X	X			
Körperschaftssteuer	X	X	X			
Kapitalertragssteuer von Körperschaften	X	X	X			
Kapitalertragssteuer auf Zinsen von Körperschaften	X	X	X			
Kammerbeiträge vom Einkommen von Körperschaften						X
Grundsteuer B			X			
Bodenwertabgabe	X		X			
Erbschafts- und Schenkungssteuer	X	X				
Kapitalverkehrssteuern	X					
Grunderwerbsteuer	X		X			
Gebrauchsabgaben			X			

Quelle: IHS Wien.

**Tabelle 4: Gebietskörperschaft Inzidenz – Verteilungssystematik (Österreich)**

Gebietskörperschaftliche Inzidenz-Verteilungssystematik						
	Bund	Länder	Gemeinden		SV	Kammern
			Standortg.	Wohnsitzg.		
<b>Unselbständige Arbeit</b>						
Lohnsteuer	71,891	14,941	13,168			
Kammerbeiträge						100
Dienstgeberbeiträge	100					
Kommunalabgabe			100			
Wohnbauförderungsbeiträge	100					
U-Bahn-Abgabe (nur in Wien)			100			
Invalidenausgleichstaxen	100					
Arbeitnehmerbeiträge zur SV					100	
Arbeitgeberbeiträge zur SV					100	
<b>Kapital</b>						
Veranlagte Einkommenssteuer	71,891	14,941	13,168			
Kapitalertragssteuer von Personen	71,891	14,941	13,168			
Kapitalertragssteuer auf Zinsen von Personen	53	27	20			
Körperschaftssteuer	71,891	14,941	13,168			
Kapitalertragssteuer von Körperschaften	71,891	14,941	13,168			
Kapitalertragssteuer auf Zinsen von Körperschaften	53	27	20			
Kammerbeiträge vom Einkommen von Körperschaften						100
Saldo der fälligen Forderungen gegenüber Körperschaften	100					
Grundsteuer B			100			
Bodenwertabgabe	4		96			
Erbschafts- und Schenkungssteuer	83,333	16,667				
Kapitalverkehrssteuern	100					
Grunderwerbssteuer	4		96			
Gebrauchsabgaben			100			
Interessentenbeiträge <sup>6</sup>			100			

Quelle: IHS Wien.

<sup>6</sup> = Abgaben, die von der Gemeinde ausgeschrieben und eingehoben werden (ähnlich den Benützungsgebühren)

### **3.2.5. Berechnung von Multiplikatoreffekten**

Von den ursprünglich getätigten Ausgaben werden Folgerunden- bzw. Multiplikatoreffekte induziert, da jeder Betrieb für die Herstellung seiner Produkte bzw. Dienstleistungen Halbfabrikate sowie Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe von anderen Branchen benötigt. Um von den Erstrundeneffekten auf die Höhe dieser Folgerundeneffekte schließen zu können, verwendet man Multiplikatoren, welche aus der Input-Output-Tabelle abgeleitet werden, welche die sektoralen Verflechtungen der Volkswirtschaft abbildet. Die Höhe der Multiplikatoren hängt in erster Linie von der Struktur der wirtschaftlichen Verflechtungen der primär „angeregten“ Sektoren mit den übrigen Sektoren ab, d.h. vor allem davon, an wen die Personal- und Sachausgaben fließen und wie diese in Folgeaufträgen weitergegeben werden. Zu berücksichtigen ist auch, dass die Vorleistungen sowohl aus dem In- und Ausland bezogen werden können. Primäre Effekte für die Region Salzburg und Österreich gehen aber nur von jenem Teil der Investitionssumme aus, der nicht durch Importe ins Ausland fließt.

### **3.2.6. Multiregionale Input-Output Tabelle / Multiregionale Input-Output Analyse**

Mit Hilfe der von der Statistik Austria publizierten Input-Output Tabelle vermag man nur die auf gesamtösterreichischer Ebene ausgelösten Effekte zu quantifizieren, während eine Berechnung auf disaggregierterem Niveau, wie beispielsweise der im Rahmen dieser Studie interessierenden Bundesländer-Ebene, nicht möglich ist.

Aus diesem Grund wird den Berechnungen eine, mittels hybrider Methoden<sup>7</sup> erstellte multiregionale Input-Output Tabelle zugrunde gelegt. Diese vermag die Verflechtungen nicht nur der einzelnen Sektoren, sondern auch der einzelnen Bundesländer darzustellen. Die auf Basis der zur Verfügung stehenden Daten in dieser Studie durchgeführten Berechnungen weisen daher einen, mittels anderer Methoden kaum zu erreichenden, Genauigkeitsgrad auf, indem erstmals auch die aus anderen Bundesländern durch Rückkopplungseffekte in Salzburg ausgelösten Effekte berücksichtigt und in die Berechnungen miteinbezogen werden können.

---

<sup>7</sup> D.h. unter Anwendung von non-survey Methoden und der Ergänzung vorhandener statistischer Daten erstellte Input-Output Tabellen.

## **4. Sportgroßveranstaltungen in Salzburg 2006 - 2014**

In den kommenden Jahren erwartet die Region Salzburg eine Serie von zwei, möglicherweise sogar drei aufeinander folgenden Sportgroßveranstaltungen: im Jahr 2006 wird die UCI Straßenweltmeisterschaft des Radsportes durchgeführt. Im Rahmen der UEFA Fußball-europameisterschaft 2008 in Österreich und der Schweiz wird Salzburg einer jener vier Standorte sein, an welchen Spiele durchgeführt werden, sodass auch hier große ökonomische und qualitative Effekte für die Stadt und die Region Salzburg erwartet werden können. Die geplante Bewerbung und mögliche Durchführung der Olympischen Winterspiele in der Region könnte im Jahr 2014 den Höhepunkt dieser Sportgroßveranstaltungsreihe darstellen.

Im Kulturbereich hat sich die Region Salzburg durch historische Begebenheiten (Mozart), den starken Musikbezug und regelmäßige aktuelle kulturelle Veranstaltungen (wie zum Beispiel den Salzburger Festspielen) als „kulturelle touristische Marke“ bereits sehr stark in dem Bewusstsein der Touristen und potenziellen Gäste eingepreßt. Diese Serie an zeitlich nicht weit auseinander liegenden sportlichen Großveranstaltungen könnte jedoch auch dazu genutzt werden, um Salzburg zusätzlich auch im Bereich des Sporttourismus entsprechend zu positionieren. Aktuelle Marktforschungszahlen unterstreichen dabei generell die Bedeutung des sportlichen Angebotes bei der Wahl des Urlaubszieles. Dies wird insbesondere beim Winterurlaub deutlich: Laut Gästebefragung Österreich (GBÖ), der größten unter Österreich-Urlaubern durchgeführten Befragung, bezeichnen 61% aller Winter-Urlauber ihren Aufenthalt als Sporturlaub. Das sind hochgerechnet rund 7,6 Millionen Gäste. Damit liegt der sportliche Aspekt eines Winterurlaubes in Österreich an erster Stelle – weit vor dem Aspekt „Erholung“ mit 49%.

Sportgroßveranstaltungen eignen sich besonders gut, ein sportliches Image einer Region einer breiten Öffentlichkeit, und damit auch den potenziellen Gästen der Zukunft vorzustellen. Die Olympischen Winterspiele 2014 als Winterveranstaltung, sowie die Rad WM 2006 und die Fußball-Europameisterschaft 2008 als Sommerveranstaltungen decken zudem beide Tourismussaisonen ab, wodurch ein positiver Imagetransfer für die Gesamtsaison erreicht werden kann.

### **4.1. Rad WM 2006**

Von 19. bis 24.09.2006 wird in und um die Stadt Salzburg die UCI Straßen-Rad-Weltmeisterschaft ausgetragen. Sechs Tage lang wird der Radsport im Mittelpunkt des Salzburger Interesses stehen und viele Radsportfans aus dem Ausland werden nach Salzburg kommen um diese Großveranstaltung vor Ort erleben zu können. Die Rad Weltmeisterschaften 2006 in der Stadt Salzburg und im Flachgau sind die erste Sportgroßveranstaltung einer solchen Größenordnung in dieser Region. Nachdem der Radsport– im Vergleich zu Fußball oder

dem Wintersport – in Österreich nach wie vor eine untergeordnete Rolle spielt, werden die Dimensionen dieser Veranstaltung (zumindest innerhalb Österreichs) noch nicht erkannt und höchstwahrscheinlich deutlich unterschätzt.

Dabei sind die Zahlen und Fakten sehr eindrucksvoll:

- knapp 1000 AthletInnen aus 55 Nationen und
- 1756 BetreuerInnen sowie offizielle VertreterInnen der internationalen Radsport-Verbände, sowie
- rund 330 Delegationsmitglieder,
- 80 Direktionsmitglieder der UCI und
- 643 eingeladene Sponsoren

werden dafür sorgen, dass – noch unberücksichtigt jene zusätzlichen Übernachtungen, die durch Zuschauer, Medienvertreter und sonstige Angehörige ausgelöst werden – in der Region zwischen 25.000 und 35.000 zusätzliche Nächtigungen verzeichnet werden können.

Das Besucheraufkommen wird von Dienstag (Veranstaltungsbeginn) bis Samstag der WM Woche auf bis zu 70.000 Besuchern geschätzt. Am Sonntag, dem Hauptrenntag, kann mit zusätzlich 200.000 bis 250.000 Besuchern gerechnet werden.

Hinzu kommen noch rund 1511 Pressemitarbeiter (Journalisten, Fotografen, New Media, TV Presse), welche unter anderem in 55 TV-Stationen vor Ort dafür sorgen werden, dass rund 353 Mio. Zuseher in Europa (Frankreich, gefolgt von Italien, Deutschland, Polen und den Niederlanden) auch vor dem Bildschirm an diesem Großevent teilhaben können. An durchschnittlicher Übertragungsdauer kann pro Tag ein Wert von 1:06:29 angesetzt werden, die Gesamtsendedauer in Sportmagazinen und den Nachrichten wird knapp 224 Stunden betragen.

Im internationalen Sportgeschehen rangiert die Rad WM unter dem Top fünf der jährlich wiederkehrenden WM-Veranstaltungen. Mit Verona (2004), Madrid (2005) und Stuttgart (2007) befindet sich Salzburg in bester und prominenter Gesellschaft der WM-Veranstaltungen.

#### 4.1.1. Das Budget der Rad WM 2006

Das Budget der Rad-WM beträgt rund 6 Mio. €, von welchen 3,6 Mio. € durch die öffentliche Hand (je 1/3 von Bund, Land und Stadt) und der Rest überwiegend durch Sponsoring als auch geringfügige Eintrittserlöse finanziert werden.

Für die Rad WM 2006 (und die Durchführung der Junioren Rad WM 2005) sind folgende Ausgaben im Budget geplant:

**Tabelle 5: Budgetdaten der Rad WM 2006 (inkl. der Durchführung der Junioren Rad WM 2005)**

	2004 und 2005	2006
<b>Administration, Personal</b>	446.000 €	570.000 €
<b>Technik</b>	145.000 €	447.000 €
<b>Logistik</b>	230.000 €	1420.000 €
<b>Marketing und Medien</b>	322.000 €	420.000 €

Quelle: OK Rad WM 2005/2006.

Derzeit arbeiten rund 58 ehrenamtliche Mitarbeiter für die Rad WM 2006, neben dem Generalsekretär gibt es 2 fix angestellte Mitarbeiter. Für die Veranstaltung (kurz vor bis kurz nach der Veranstaltung) werden rund 2.500 freiwillige Mitarbeiter ständig beschäftigt sein.

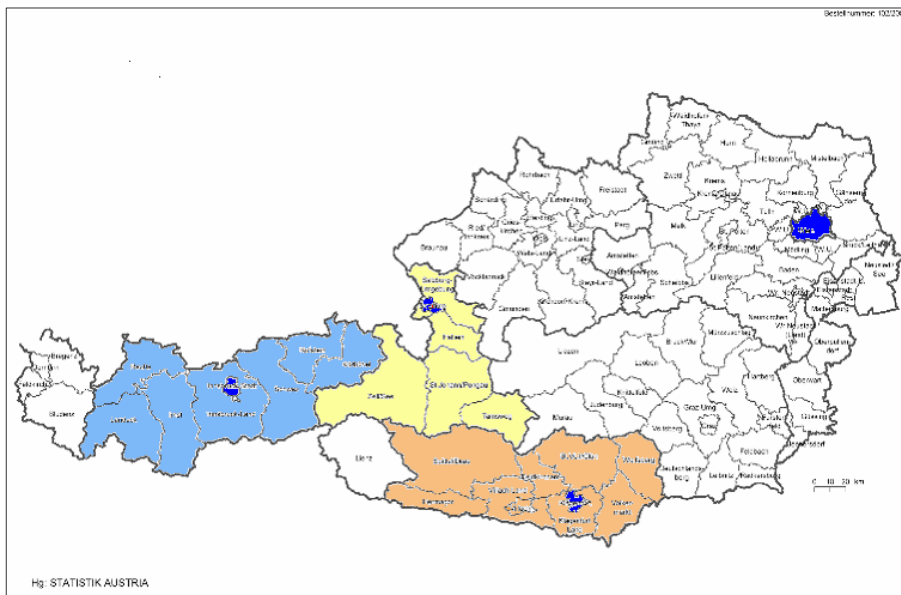
#### 4.2. Fußball Europameisterschaft 2008

Gemeinsam mit seinem Nachbarn, der Schweiz, hat Österreich den Zuschlag zur Austragung der Fußball-Europameisterschaft 2008 und damit eine große Chance, sowohl in sportlicher als auch wirtschaftlicher Hinsicht bekommen. Die große Bedeutung, die mit dieser EM verbunden ist, resultiert nicht letztlich daraus, dass die Fußball-Europameisterschaft nach Olympischen Spielen und Fußball-Weltmeisterschaft bereits das drittgrößte sportliche Event darstellt.<sup>8</sup> Neben der großen sportlichen Herausforderungen stellen sich für Österreich aber auch ökonomische und touristische Herausforderungen und Ziele: so kann die EM zum einen dazu genutzt werden, die Reputation in Bezug auf die professionelle Planung, Organisation und Durchführung von Großveranstaltungen zu erhöhen, zum anderen können zusätzliche Touristen, insbesondere in die Regionen der Austragungsspielorte (Wien, Salzburg, Klagenfurt, Innsbruck), attrahiert werden.

---

<sup>8</sup> Grozea-Helmenstein D. / Helmenstein C. / Hauser-Rethaller U. (2002) Case Study: Fußball Europameisterschaft 2008 / Österreich – Schweiz, Studie im Auftrag der Wirtschaftskammer Österreich

**Abbildung 4: Austragungsorte der Fußball-EM 2008**



Quelle: Statistik Austria, ESCE.

#### **4.2.1. Das Budget der Fußball-EM 2008**

Mit dem Zuschlag zur EM 2008 wurde es notwendig, die erforderlichen Austragungsorte zu schaffen, d.h. entweder neue Stadien zu erbauen oder bereits vorhandene Stadien zu erweitern und verbessern. An für die Konstruktion, Renovierung und Verbesserung der Stadien erforderlichen Kosten fallen österreichweit rund 133,2 Millionen €, die für das Stadion in Salzburg notwendigen Ausgaben belaufen sich dabei auf 59 Mio. Euro. Diese 59 Mio. € können wiederum unterteilt werden in jene Kosten, die für die Errichtung des Stadions (kleinere Basisversion: 18.200 Sitzplätze) anfallen (44 Mio. €) und jene, die zusätzlich investiert werden, um die Kapazitäten auf die benötigten 31.500 Sitzplätze zu erweitern (15 Mio. €).

#### **4.3. Olympische Winterspiele 2014**

Mit einer Bewerbung um und der möglichen Durchführung der Olympischen Winterspiele 2014 könnte Salzburg den glanzvollen Höhepunkt der Sportgroßveranstaltungen erreichen.

Die, für eine Bewerbung erforderlichen, Unterlagen wurden bereits zu einem großen Teil im Rahmen der Bewerbung 2010 erarbeitet und für die Bewerbung 2014 im Hinblick auf die vom Internationalen Olympischen Comité angeregten Verbesserungsmöglichkeiten hin überarbeitet.

Als das größte Wintersportereignis weltweit stellen die Olympischen Winterspiele für die Austragungsregion einen kaum zu schätzenden Wert – sowohl quantitativ, im Hinblick auf ökonomische Effekte wie Wertschöpfung, Kaufkraft und Beschäftigung, als auch qualitativ als Werbeträger – dar. Die Voraussetzungen für eine erfolgreiche Durchführung sind dabei zu einem großen Teil bereits vorhanden, sodass auch die finanziellen Belastungen durch die erforderlichen Investitionen in Grenzen gehalten werden können. So sind die infrastrukturelle Anbindung (Autobahn, Schiene, Flughafen) sowie der substanzielle Bestand an Unterkünften besonders hervorzuheben. Als traditionelle Wintersportdestination verfügt Salzburg darüber hinaus bereits über die für Ski Alpin, Snowboard und Freestyle erforderliche Infrastruktur, auch die Bob- und Rodelbahn und die Skisprunganlage stehen bereits zur Verfügung. Hinzu kommen das Fußballstadion und die Salzburg Arena, die ebenfalls im Rahmen der Olympischen Spiele genutzt werden können. Zu errichten sind demnach nur noch zwei multifunktionale Hallen, eine permanente Eisarena und eine Eisschnelllaufhalle (in temporärer Bauweise).

Im Rahmen einer Bewerbung für Olympische Spiele müssen vom Bewerber verschiedene Budgets und Berechnungen (z.B. OCOG-Budget, Sonstiges Budget, Kapitalflussprognose) vorgelegt werden. Damit soll dargestellt werden, welche Ausgaben durch welche Einnahmen gedeckt sind und in welchem Jahr sie fließen werden. Basis der ersten Kostenschätzung für Salzburg 2014 stellen die im Rahmen der Bewerbung 2010 erstellten Budgets dar, welche entsprechend angepasst und überarbeitet wurden. Die, für die Berechnung der ökonomischen Effekte relevanten Daten sollen im Folgenden kurz näher erläutert werden.

#### **4.3.1. Das Budget für „Salzburg 2014“**

Im Budget wird eine antizipierte Bestands- und Gewinn- und Verlustrechnung olympiabedingter Aktivitäten der durchführenden Institution über den betreffenden Wirkungszeitraum aufgestellt. Hierzu werden Annahmen bezüglich der direkten Ausgaben und Einnahmen getroffen, wobei ein so genanntes „laufendes Veranstaltungs-/Durchführungsbudget“ von einem „Investitions- und Bewerbungsbudget“ abgegrenzt wird. Ebenso werden Annahmen über Raum und Zeit getroffen.<sup>9</sup>

Die erste Kostenschätzung für das Budget der „Olympischen Winterspiele Salzburg 2014“ wurde auf Basis der Budgets der Bewerbung 2010 erstellt und entspricht folgender Tabelle (Tabelle 5).<sup>10</sup>

In diesem Budget noch nicht berücksichtigt sind jene Kosten, welche von Stadt, Land und Bund getragen werden. Diese Kosten werden in einem so genannten. „Non-OCOG-Budget“ zusammengefasst, liegen zu diesem Zeitpunkt der Bewerbung allerdings noch nicht vor<sup>11</sup>.

---

<sup>9</sup> Steiner M./Thöni E. (1995) S. 8 ff.

<sup>10</sup> Angewandter Wechselkurs in der Erstellung des Budgets: EUR 1 = US \$ 1,2; eingerechnete Inflationsrate: 1,25 %

Zusätzlich zu den Investitionen aus dem OCOG- und Non-OCOG-Budget ist zu erwarten, dass es in der Region auch zu einem Investitionsschub bzgl. Unterkünfte, Flughafen, Straßen und Schienen kommen wird. Die Bewertung dieser Effekte ist jedoch nicht Teil dieser Studie, die sich nur auf die unmittelbar, den OWS zurechenbaren Ausgaben beschränkt.

**Tabelle 6: 1. Kostenschätzung OCOG-Budget (in Mio. €)**

<b>OCOG - Budget</b>					
<b>Einnahmen</b>	<b>Mio. €</b>	<b>%</b>	<b>Ausgaben</b>	<b>Mio. €</b>	<b>%</b>
1 TV Rechte	750,0	59,6	<b>Investitionsbudget</b>		
2 TOP Sponsorprogramm	150,0	11,9	9 Sportstätten	196,0	15,5
3 OK Sponsoren inkl. VIK	142,0	11,4	10 Olympisches Dorf	54,0	4,3
4 Tickets, Lizenzen, Lotterien	166,0	13,2	11 MMC (Medienzentrum)	2,0	0,2
5 Veräußerungen	33,0	2,6	12 Reserve	10,0	0,8
6 Diverses	17,0	1,3	<b>Durchführung</b>		
			13 Sportstätten	142,0	11,2
			14 Olympisches Dorf	46,0	3,6
			15 MMC	75,0	5,9
			16 Reserve OP's	5,0	0,4
			17 Games Workforce, Catering	48,0	3,8
			18 Technologie	144,0	11,5
			19 Zeremonien / Kultur	56,0	4,5
			20 Medizinische Leistungen	6,0	0,5
			21 Sicherheit	95,0	7,6
			22 Paralympische Spiele	45,0	3,6
			23 Verkehr	72,0	5,8
			24 Umweltprogramme	7,0	0,5
			25 Werbung, Fackellauf, PR	38,0	3
			26 Administration	106,0	8,5
			27 Währungsabsicherung	30,0	2,3
			28 Testevents, PreOlympics	15,0	1,3
			29 Sportfonds, BK Fonds	25,0	1,9
			30 Reserve allgemein	41,0	3,3
7 Verlust	0	0	31 Gewinn	0	
<b>8 EINNAHMEN TOTAL</b>	<b>1.258,0</b>	<b>100</b>	<b>32 AUSGABEN TOTAL</b>	<b>1.258,0</b>	<b>100</b>

Quelle: Grundlagenpapier Salzburg 2014, Stand: 10.5.2005.

<sup>11</sup> Zum Vergleich: veranschlagte Kosten im Non-OCOG-Budget 2010: 155 Mio. US\$

## 5. Der ökonomische Impact der Sportgroßveranstaltungen

### 5.1. Wirtschaftliche Impulse der Rad WM 2006

#### 5.1.1. Wertschöpfungseffekte

Um den direkten bzw. primären Wertschöpfungseffekt, der sich aus der Durchführung der Rad-WM 2006 ergibt, berechnen zu können, bedarf es zunächst einer Zuordnung der getätigten Ausgaben zu sogenannten ÖNACE-Nummern<sup>12</sup>. Diese ermöglichen im Weiteren eine Zuordnung zu den in der Input-Output-Tabelle verwendeten Kategorien und Branchen. Von primärer Relevanz sind hier die folgenden ÖNACE-Nummern:

- ÖNACE 74: Unternehmensbezogene Dienstleistungen
- ÖNACE 92: Kultur-, Sport- und Unterhaltungsdienstleistungen
- ÖNACE 93: Sonstige Dienstleistungen

Zunächst müssen die Gesamtausgaben um die in das Ausland abfließenden Beträge (Importe) bereinigt werden, danach die entsprechenden Vorleistungsbezüge abgezogen werden.

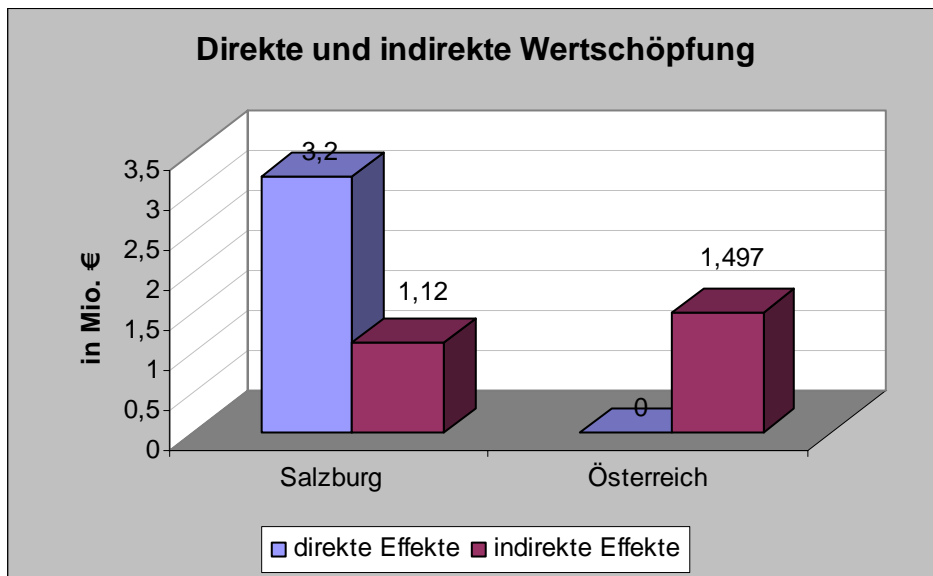
Zieht man den Anteil der Vorleistungen von den Gesamtausgaben in Höhe von rund 6 Mio. € ab, so erhält man den direkten, durch die Durchführung der Rad-WM ausgelösten Wertschöpfungseffekt. Dieser beträgt 3,2 Mio. € und wird vorwiegend in Salzburg wirksam.

Die durch den primären Wertschöpfungseffekt ausgelösten multiplikativen Wertschöpfungseffekte betragen insgesamt 2,4 Mio. €, wovon rund 903.000 € über Vorleistungsverflechtungen in das Ausland und weitere 398.000 € in andere Bundesländer abfließen, sodass in Salzburg ein totaler Wertschöpfungseffekt von 4,32 Mio. € zu verzeichnen ist.

---

<sup>12</sup> Es handelt sich bei der ÖNACE 1995 um die österreichische Version der NACE Rev. 1, also jener europäischen Wirtschaftstätigkeitenklassifikation, die für alle Mitgliedstaaten verbindlich anzuwenden ist. Das Akronym 'NACE' steht für 'Nomenclature générale des activités économiques dans les communautés européennes'.

**Abbildung 5: Direkte und Indirekte Wertschöpfungseffekte der Rad WM 2006**



Quelle: SportsEconAustria.

### 5.1.2. Beschäftigungseffekte

Die Berechnung des direkten Beschäftigungseffekts erfolgte mittels zweier unterschiedlicher Methoden. Methode 1 berechnet die Effekte auf Basis des durchschnittlichen Personalaufwands pro Jahr und Person (aus Arbeitgebersicht), Methode 2 hingegen geht von der allgemein üblichen Beschäftigungsstruktur der jeweiligen Branche im Verhältnis zur Bruttowertschöpfung aus. Durch Anwendung dieser beiden Methoden in Kombination miteinander kann die Bandbreite, in welcher sich der tatsächliche Effekt<sup>13</sup> bewegen wird, gut eingeschätzt werden.

Insgesamt kann damit gerechnet werden, dass durch die Rad-WM vorübergehend zwischen 47 und 76, d.h. durchschnittlich 62 Personen (Vollzeitäquivalente) beschäftigt werden.

Die sekundären bzw. multiplikativen Beschäftigungseffekte setzen sich aus den indirekten und induzierten Beschäftigungseffekten zusammen. Die indirekten Beschäftigungseffekte resultieren daraus, dass ein Unternehmen Vorleistungen von einem Lieferanten bezieht, sodass durch diese Leistungsbeziehung Arbeitsplätze geschaffen bzw. gesichert werden (d.h. Beschäftigung aus Lieferantenbeziehungen). Analog dazu entsteht der induzierte

<sup>13</sup> Der tatsächliche Beschäftigungseffekt lässt sich oft nur schwierig prognostizieren, da dieser von einigen Rahmenbedingungen wie z.B. der allgemeinen Auslastung der Kapazitäten, etc. abhängig ist.

Beschäftigungseffekt durch die Konsumtätigkeit der (im primären Beschäftigungseffekt ermittelten) Mitarbeiter und der Beschäftigung aufgrund der Investitionstätigkeit.

Aus den Daten der Leistungs- und Strukturhebung, der Input-Output-Tabelle, den Budgetdaten sowie den vorangegangenen Berechnungen zur Wertschöpfung und Beschäftigung lassen sich folgende Effekte berechnen:

- indirekte Beschäftigungseffekte:
  - Variante 1: 47 Beschäftigte
  - Variante 2: 74 Beschäftigte
  - Durchschnittlich<sup>14</sup>: 61 Beschäftigte
- induzierte Beschäftigungseffekte: 4 Beschäftigte

Die Gesamtanzahl der direkt<sup>15</sup>, indirekt und induziert Beschäftigten beträgt demnach 127 Vollzeitäquivalent-Arbeitsplätze. Damit ergibt sich ein Beschäftigungsmultiplikator in Höhe von 2,05<sup>16</sup>.

### 5.1.3. Kaufkrafteffekte

Kaufkrafteffekte werden einerseits durch die Sachausgaben, die getätigt werden, andererseits durch die Einkommen der Beschäftigten (nachfragewirksames Nettoeinkommen) ausgelöst.

Die Sachausgaben wurden bereits bei der Berechnung der Wertschöpfungseffekte in Form der Vorleistungen „herausgerechnet“. Um die Effekte, die in Salzburg wirksam werden, zu erfassen, werden die Vorleistungen, die ins Ausland und in andere Bundesländer fließen, abgezogen und nicht weiter berücksichtigt.

Das nachfragewirksame Nettoeinkommen berechnet sich nach dem im methodischen Teil der Studie erläuterten Schema. Ausgangsbasis der Berechnungen bilden die Werte aus der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung, der Input-Output-Tabelle als auch der Leistungs- und Strukturhebung für Österreich.

---

<sup>14</sup> Definiert als Mittelwert aus Variante 1 und 2.

<sup>15</sup> Berechnet als Mittelwert der beiden Grenzen.

<sup>16</sup> Berechnet als Summe der direkt, indirekt und induziert Beschäftigten / Anzahl der direkt Beschäftigten.

Die Berechnungen zeigen, dass rund 563.700 € in Salzburg direkt kaufkraftwirksam werden. Von den multiplikativen Gesamteffekten in Höhe von 422.308 € verbleiben 195.000 € in Salzburg, weitere rund 70.000 werden in anderen Bundesländern, rund 157.000 € im Ausland kaufkraftwirksam.

#### **5.1.4. Fiskalische Effekte**

Beschäftigungseffekte ziehen große fiskalische Wirkungen nach sich: zum einen bedeutet jeder zusätzlich geschaffene Arbeitsplatz eine (einmalige) Verringerung der Sozialtransfers (Arbeitslosengeld und Notstandshilfe), zum anderen aber auch eine laufende Erhöhung des Aufkommens an Steuern und Sozialversicherungsabgaben während des Beschäftigungszeitraumes.

Um die Einsparungen an Arbeitslosengeld und Notstandshilfe zu berechnen, wurden folgende Annahmen getroffen: alle zusätzlich Beschäftigten wären ohne die Rad-WM bedingten Ausgaben genau ein Jahr beschäftigungslos und bezögen in diesem Jahr 6 Monate Arbeitslosengeld (durchschnittlich 663 € monatlich) und weitere 6 Monate Notstandshilfe (rund 518 € pro Monat). Für den berechneten Beschäftigungseffekt von durchschnittlich 127 geschaffenen Arbeitsplätzen bedeutet dies eine Verringerung der Sozialtransfers um insgesamt rund 939.000 €.

Aus den Lohnnebenkosten von Arbeitgeberseite und den Steuern und Abgaben aus Arbeitnehmersicht resultieren schließlich 728.000 € an zusätzlichen Steuereinnahmen und Sozialversicherungsabgaben pro Jahr.

## **5.2. Wirtschaftliche Impulse der Fußball-Europameisterschaft 2008<sup>17</sup>**

### **5.2.1. Wertschöpfungseffekte**

#### ***Direkte Wertschöpfungseffekte***

Mit den 59 Mio. €, welche in den Bau und Ausbau des Stadions in Salzburg investiert werden, wird eine zusätzliche direkte Wertschöpfung von 30,39 Mio. € generiert, wovon 24,74 Mio. € in Salzburg wirksam werden.

---

<sup>17</sup> Berrer H. / Grozea-Helmenstein D. / Helmenstein C. / Kleissner A. (2003) Case Study: Fußball-Europameisterschaft 2008 Österreich – Schweiz, Studie im Auftrag der UEFA

### **Indirekte Wertschöpfungseffekte**

Der multiplikative Wertschöpfungseffekt, welcher durch den Stadionbau in Salzburg ausgelöst wird, kann mit 9.07 Millionen Euro quantifiziert werden.

Der totale Wertschöpfungseffekt in Salzburg, welcher durch die Investitionen in das Salzburger Stadion generiert wird, beläuft sich demnach auf 33,81 Mio. €.

### **Abbildung 6: Wertschöpfungseffekte der EM 2008 (Salzburg, Österreich)**

Quelle: SportsEconAustria.

#### **5.2.2. Beschäftigungseffekte**

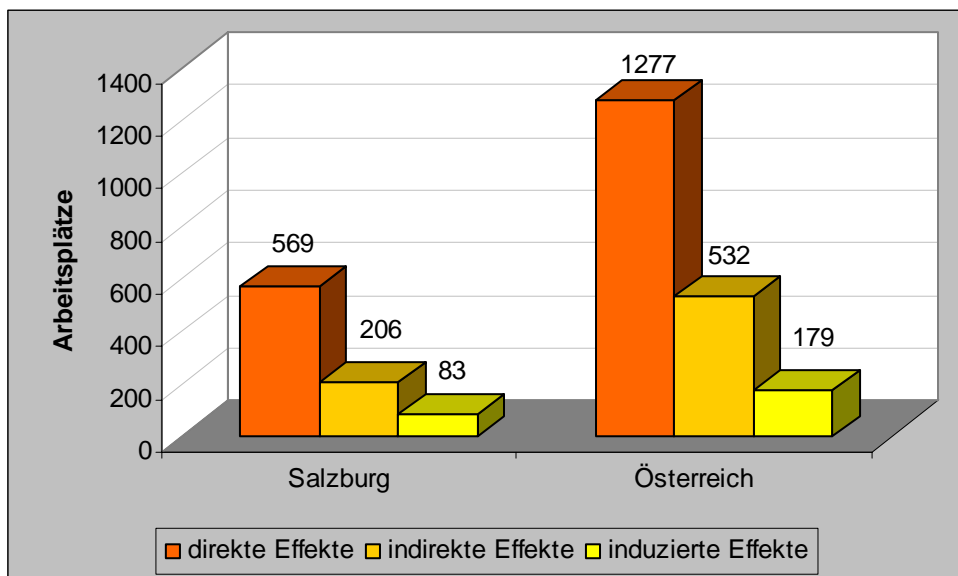
Durch die Arbeiten am Salzburger Stadion entstehen unmittelbar zwischen 560 und 576 Arbeitsplätze<sup>18</sup> (Durchschnitt: 569). Die indirekten Effekte (aus Vorleistungsverflechtungen) auf den Salzburger Arbeitsmarkt belaufen sich auf 206, die induzierten Beschäftigungseffekte (aus Konsum) führen zu weiteren 83 Arbeitsplätzen. Die totalen Beschäftigungseffekte belaufen sich demnach auf 858 Arbeitsplätze, das impliziert einen Arbeitsmarktmultiplikator<sup>19</sup> von 1.51.

---

<sup>18</sup> Mann-Jahre, VZÄ

<sup>19</sup> Berechnet als Quotient des Gesamtbeschäftigungseffekts und des direkten Beschäftigungseffekts

**Abbildung 7: Direkte, indirekte und induzierte Beschäftigungseffekte der EM 2008**

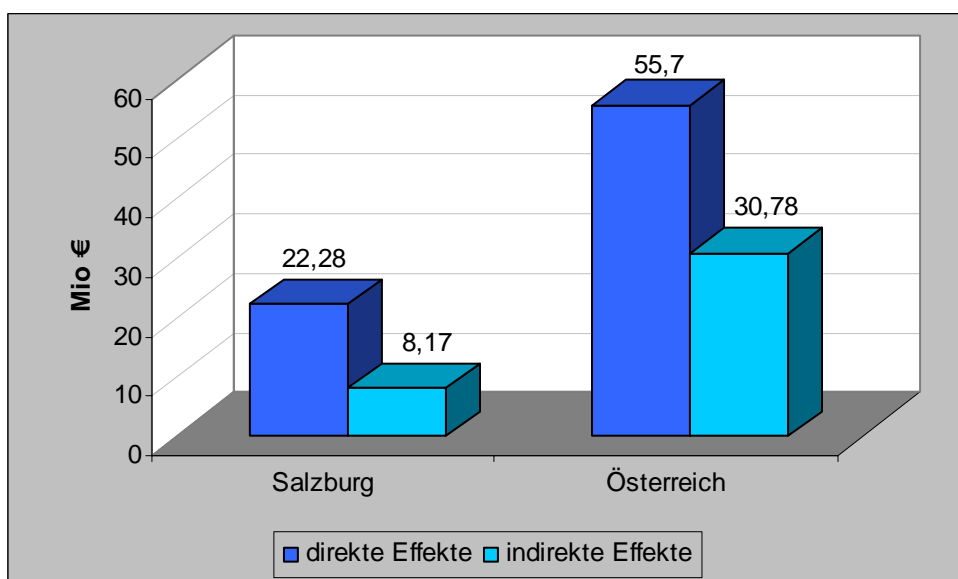


Quelle: SportsEconAustria.

### 5.2.3. Kaufkrafteffekte

Die direkten durch den Bau des Stadions in Salzburg ausgelösten Kaufkrafteffekte werden mit 22,28 Millionen Euro quantifiziert. Von den Multiplikatoreffekten, welche in Summe 22,31 Mio. € betragen, verbleiben 8,17 Mio. € in Salzburg, 14,14 Mio. € werden in anderen Bundesländern oder im Ausland wirksam. Der gesamte zu erwartende Kaufkrafteffekt in Salzburg beträgt demnach 30,45 Mio. €.

**Abbildung 8: Direkte und indirekte Kaufkrafteffekte der EM 2008**

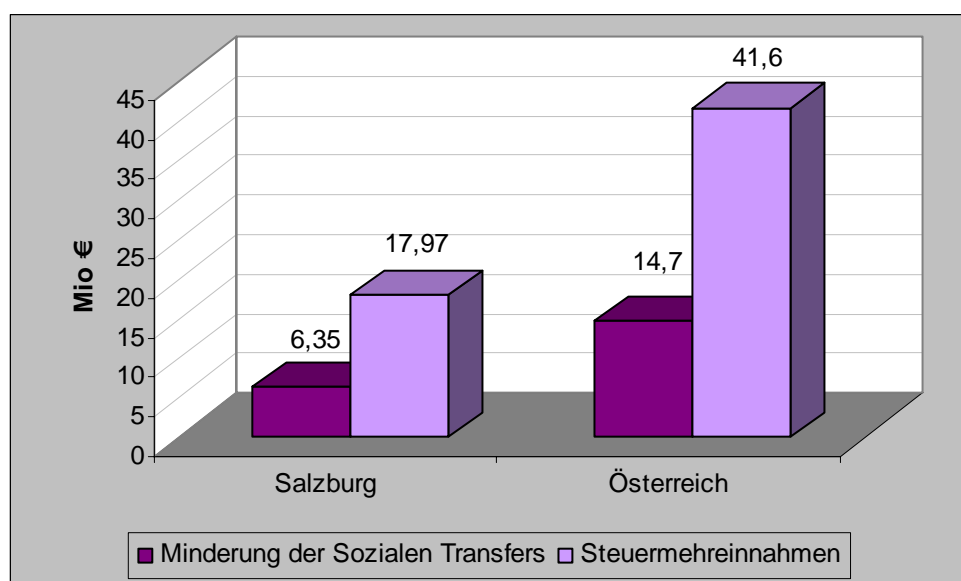


Quelle: SportsEconAustria.

#### 5.2.4. Fiskalische Effekte (aus Beschäftigungseffekten)

Die 858 zusätzlichen Arbeitsplätze führen zu einer (einmaligen) Minderung der Sozialtransfers (Arbeitslosengeld, Notstandshilfe) von 6,35 Mio. €, zusätzlich können Steuermehreinnahmen von 17,97 Mio. € erwartet werden. Über den Finanzausgleich verbleiben von diesen 17,97 Mio. € 1,33 Mio. € in der Stadt Salzburg, 634.000 € im Land Salzburg, 4,36 Mio. € fallen an den Bund und der Großteil mit 11,6 Mio. € an die Sozialversicherungsträger.

**Abbildung 9: Fiskalische Effekte (aus Beschäftigung) der EM 2008**



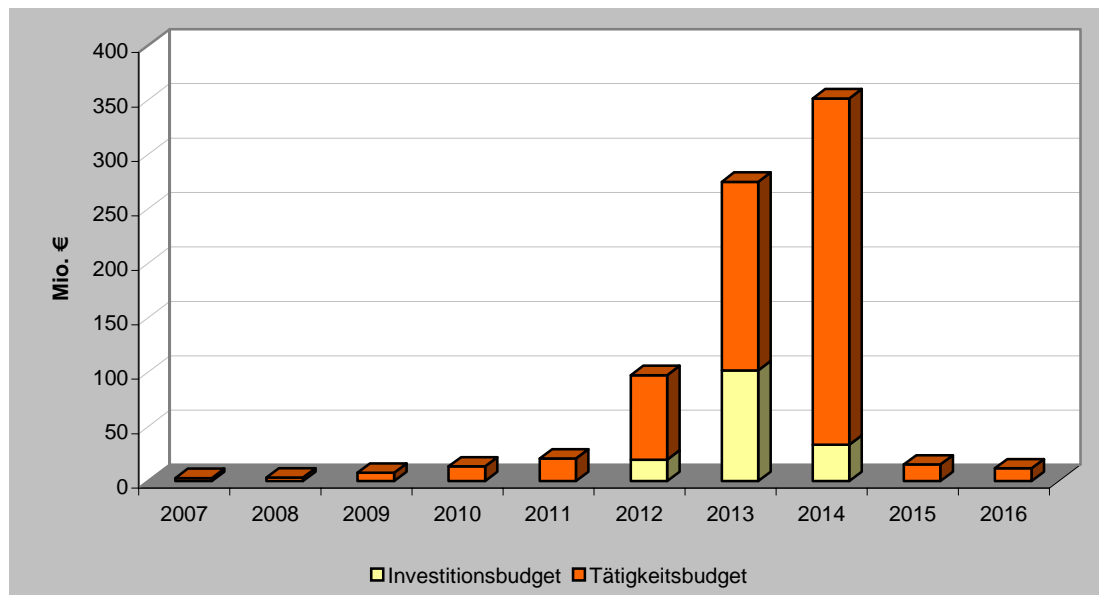
Quelle: SportsEconAustria.

### 5.3. Wirtschaftliche Impulse der Olympischen Winterspiele 2014

#### 5.3.1. Wertschöpfungseffekte

Durch die Gesamtausgaben in Höhe von 1.258 Mio. €, davon 262 Mio. € für Investitionen in Sportstätten, Olympisches Dorf und Medienzentrum und 996 Mio. € für die Durchführung der gesamten Spiele, wird in den Jahren von der Planung bis zum Abschluss der Spiele ein direkter Wertschöpfungseffekt von 798,1 Mio. € in Österreich ausgelöst werden. Eine – abgeleitet aus der Kapitalflussprognose der Bewerbung für 2014 – Aufteilung der Effekte auf die einzelnen Jahre kann in etwa in folgender Form erwartet werden (Abbildung 10).

**Abbildung 10: Direkte Wertschöpfungseffekte im Rahmen der Olympischen Winterspiele 2014**

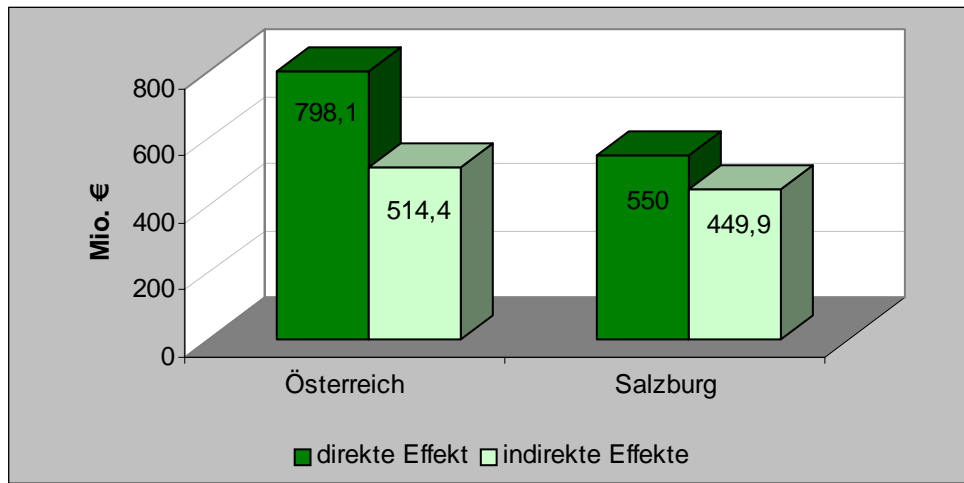


Quelle: SportsEconAustria.

Die indirekten in Österreich ausgelösten Wertschöpfungseffekte betragen für den selben Zeitraum in etwa 514,4 Mio. €, sodass der in Österreich ausgelöste Gesamteffekt rund 1.312,5 Mio. € beträgt.

Der Anteil der Wertschöpfung, welcher in der Region selbst verbleibt ist, zumal Annahmen darüber getroffen werden müssen, wo gewisse Produkte und Dienstleistungen zugekauft werden, schwieriger durchzuführen. Gegeben die derzeitige Verflechtungsstruktur der heimischen Wirtschaft, welche aus der multiregionalen Input-Output Tabelle ersichtlich ist, kann erwartet werden, dass rund 550 Mio. € an direkten Wertschöpfungseffekten in der Region verbleiben und demnach 248,1 Mio. € in anderen Bundesländern wirksam werden. An indirekten Wertschöpfungseffekten können in Salzburg weitere 449,9 Mio. € erwartet werden, sodass der total Wertschöpfungseffekt 999,9 Mio. € beträgt.

**Abbildung 11: Direkte und indirekte Wertschöpfungseffekte der Olympischen Winterspiele auf die Region Salzburg und Österreich**

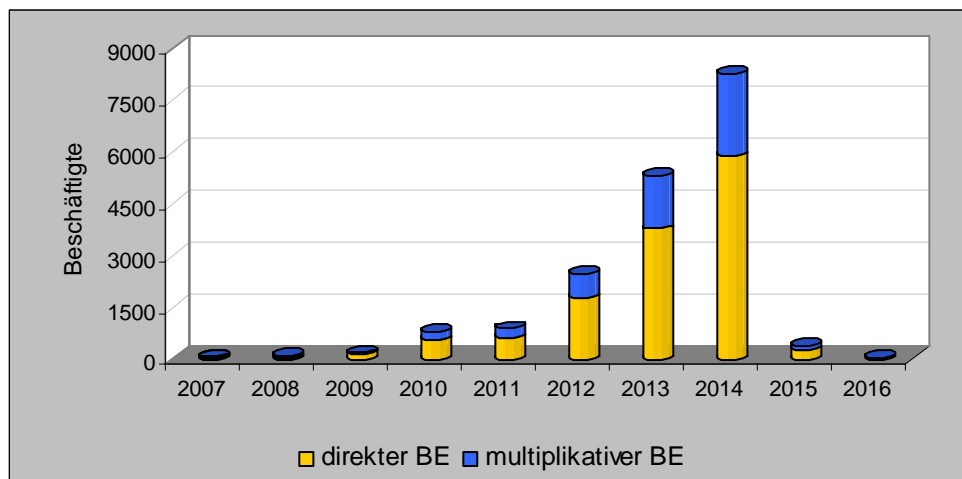


Quelle: SportsEconAustria.

### 5.3.2. Beschäftigungseffekte

Insgesamt kann damit gerechnet werden, dass sich im Zeitraum der Vorbereitungen bis zu den an die Spiele anschließenden Arbeiten (rd. 10 Jahre) 13.200 Jahresbeschäftigungsplätze direkt auf die mit den Olympischen Winterspielen verbundenen Ausgaben zurückführen lassen.

**Abbildung 12: Beschäftigungswirkungen (10-Jahres-Zeitraum)**

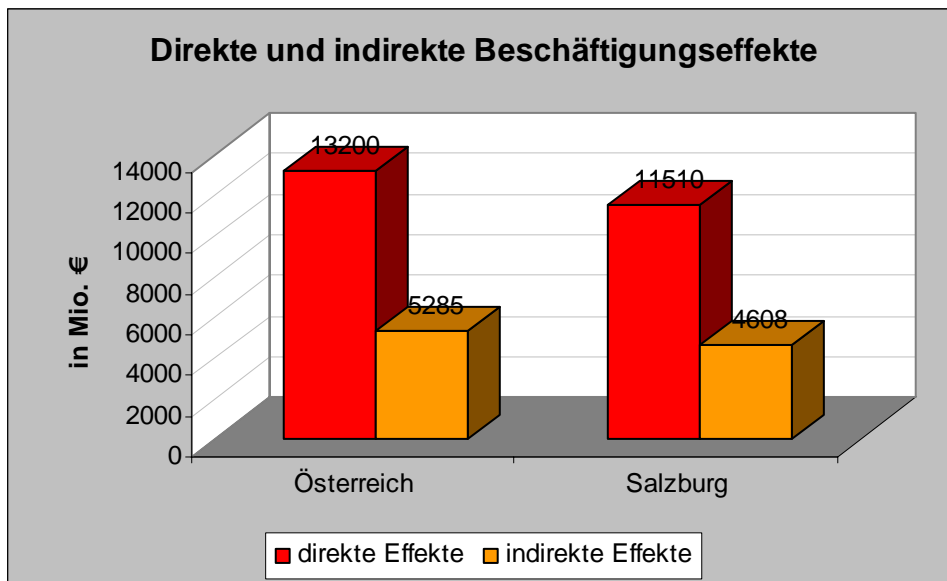


Quelle: SportsEconAustria.

Die multiplikativen, d.h. die indirekten (aus Lieferantenbeziehungen) und induzierten (aus Konsum- und Investitionstätigkeit), Beschäftigungseffekte bedeuten im selben Zeitraum die Schaffung bzw. Sicherung von weiteren 5.285 Jahresbeschäftigungsplätzen.

Der Großteil dieser Arbeitsplätze wird dabei in der Region selbst geschaffen werden. Aus den Verflechtungsbeziehungen und den Wertschöpfungseffekten lässt sich ableiten, dass rund 11.510 Arbeitsplätze direkt und 4.608 Arbeitsplätze indirekt bzw. induziert in Salzburg geschaffen werden.

**Abbildung 13: Beschäftigungseffekte der Olympischen Winterspiele auf die Region Salzburg und Österreich**



Quelle: SportsEconAustria.

### 5.3.3. Kaufkrafteffekte

Die Berechnungen zeigen, dass aus dem Investitionsbudget knapp 400 Mio. € und aus dem Tätigkeitsbudget 375,8 Mio. €, insgesamt demnach 772,5 Mio. € an direkter Kaufkraft in Österreich ausgelöst werden. Eine exakte Darstellung nach einzelnen Jahren ist hier schwieriger, da Annahmen vor allem hinsichtlich der Ausgabegewohnheiten der Österreicher getroffen werden müssten. Im Wesentlichen würde eine solche Grafik aber in etwa denselben Verlauf wie für Wertschöpfung und Beschäftigung – glockenförmig mit einer starken Konzentration auf die Jahre 2012 bis 2014 – aufweisen.

Die indirekt in Österreich ausgelösten Kaufkrafteffekte belaufen sich auf insgesamt 901,9 Mio. €. Eine Zusammenfassung liefert folgende Tabelle.

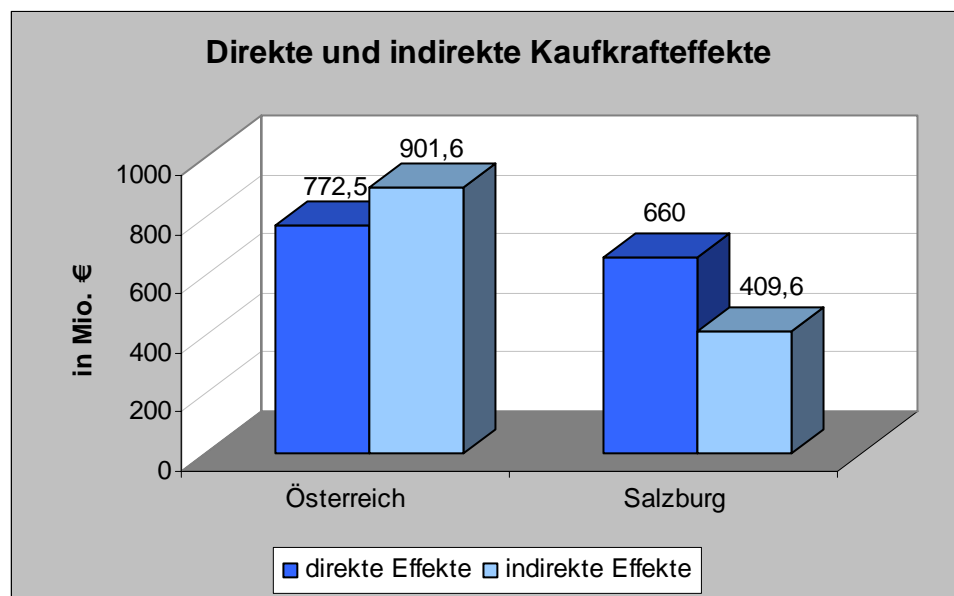
**Tabelle 7: Kaufkrafteffekte durch die Olympischen Winterspiele 2014 (Mio. €)**

Kaufkrafteffekte in Österreich			
	Investitionsbudget	Tätigkeitsbudget	Gesamtbudget
Direkte Kaufkrafteffekte	396,7	375,8	772,5
Indirekte Kaufkrafteffekte	440,9	461,0	901,9
Summe	837,6	836,8	1.674,4

Quelle: SportsEconAustria.

Von den insgesamt in Österreich ausgelösten Kaufkrafteffekten werden rund 660 Mio. € direkt in Salzburg wirksam, weitere rund 409,6 Mio. € können in Form multiplikativer Kaufkrafteffekte in Salzburg erwartet werden. Der totale Kaufkrafteffekt in Salzburg entspricht demnach 1.069,60 Mio. €.

**Abbildung 14: Direkte und indirekte Kaufkrafteffekte der Olympischen Winterspiele auf die Region Salzburg und Österreich**



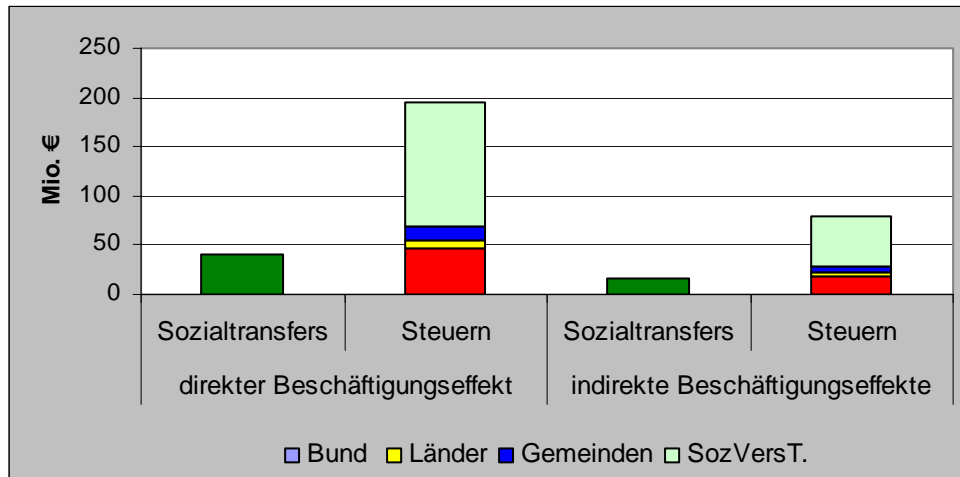
Quelle: SportsEconAustria.

#### 5.3.4. Fiskalische Effekte (aus Beschäftigungseffekten)

Die sich aus den direkten und indirekten Beschäftigungseffekten ableitenden zusätzlichen Steuereinnahmen belaufen sich auf rund 275 Mio. €. Davon profitieren die Gebietskörperschaften (Bund: 66,8 Mio. €, Länder: 9,7 Mio. €, Gemeinden: 20,5 Mio. €) ebenso wie die Sozialversicherungsträger (178 Mio. €). Hinzu kommen die Einsparungen an Sozialtransfers, d.h. Arbeitslosengeld und Notstandshilfe, welche rund 56 Mio. € betragen.

Von den durch Beschäftigungseffekten ausgelösten fiskalischen Effekten können rund 87 % auf die in Salzburg geschaffenen Arbeitsplätze zurückgeführt werden.

**Abbildung 15: Fiskalische Effekte der Olympischen Winterspiele 2014**



Quelle: SportsEconAustria.

#### 5.4. Zusammenfassung der wirtschaftlichen Effekte der Sportgroßveranstaltungen

Die in den vorangegangenen Kapiteln dargestellten Sportgroßveranstaltungen in Salzburg im Zeitraum von 2006 bis 2014 bedeuten in Summe einen enormen Impuls für die gesamte Wirtschaft der Region. Um die einzelnen Großveranstaltungen einander gegenüberzustellen sowie den zu erwartenden Gesamteffekt aller Veranstaltungen auszuweisen, werden die zuvor berechneten ökonomischen Effekte der einzelnen Sportgroßveranstaltungen nachstehend tabellarisch zusammengefasst.

Hinzuzufügen ist, dass der gesamte wirtschaftliche Nutzen für die Region Salzburg in der Realität sogar noch größer sein wird als die Summe der Effekte aus den Einzelveranstaltungen. Denn durch die in kurz aufeinander erfolgte Abhaltung von drei Veranstaltungen in der genannten Größenkategorie und die damit verbunden wirtschaftlichen Impulse kann erwartet werden, dass noch weitere (langfristige) Multiplikatoreffekte ausgelöst und insbesondere langfristige Effekte erzielt werden können, sodass die im Folgenden angeführten Summen stets als Minimumwert interpretiert werden sollten.

##### 5.4.1. Wertschöpfungseffekte (in Mio. €)

	Salzburg	Österreich
<b>Rad WM 2006</b>		
direkte Wertschöpfung	3,2	3,2
indirekte Wertschöpfung	0,9	1,5
Wertschöpfung total	4,3	4,7
<b>EURO 2008</b>		
direkte Wertschöpfung	24,74	57,43
indirekte Wertschöpfung	9,07	31,76
Wertschöpfung total	33,81	89,19
<b>OWS 2014</b>		
Direkte Wertschöpfung	550,0	798,1
indirekte Wertschöpfung	449,9	514,4
Wertschöpfung total	999,9	1.312,5
<b>Wertschöpfungseffekte total</b>		
Direkte Wertschöpfung	577,94	858,73
indirekte Wertschöpfung	459,87	547,66
Wertschöpfung total	1.037,81	1.406,39

Quelle: SportsEcon Austria.

**5.4.2. Gesamte Beschäftigungseffekte**

	<b>Salzburg</b>	<b>Österreich</b>
<b>Rad WM 2006</b>		
Direkter Beschäftigungseffekt	62	62
Multiplikativer Beschäftigungseffekt	65	65
Beschäftigungseffekt total	127	127
<b>EURO 2008</b>		
Direkter Beschäftigungseffekt	569	1.277
Multiplikativer Beschäftigungseffekt	289	711
Beschäftigungseffekt total	858	1.988
<b>OWS 2014</b>		
Direkter Beschäftigungseffekt	11.510	13.200
Multiplikativer Beschäftigungseffekt	4.608	5.285
Beschäftigungseffekt total	16.118	18.485
<b>Beschäftigungseffekte total</b>		
Direkter Beschäftigungseffekt	12.141	14.539
Multiplikativer Beschäftigungseffekt	4.962	6.061
Beschäftigungseffekt total	17.103	20.600

Quelle: SportsEconAustria.

5.4.3. Gesamte Kaufkrafteffekte (in Mio. €)

	Salzburg	Österreich
<b>Rad WM 2006</b>		
Direkter Kaufkrafteffekt	0,56	0,56
Multiplikativer Kaufkrafteffekt	0,2	0,37
Kaufkrafteffekt total	0,76	0,93
<b>EURO 2008</b>		
Direkter Kaufkrafteffekt	22,28	55,7
Multiplikativer Kaufkrafteffekt	8,17	30,78
Kaufkrafteffekt total	30,45	86,48
<b>OWS 2014</b>		
Direkter Kaufkrafteffekt	660,0	772,5
Multiplikativer Kaufkrafteffekt	409,6	901,9
Kaufkrafteffekt total	1.069,6	1.674,4
<b>Kaufkrafteffekte total</b>		
Direkter Kaufkrafteffekt	682,84	828,76
Multiplikativer Kaufkrafteffekt	417,97	933,05
Kaufkrafteffekt total	1.100,81	1.761,81

Quelle: SportsEconAustria.

5.4.4. Gesamte Fiskalische Effekte (aus Beschäftigungseffekten, in Mio. €)

	Salzburg	Österreich
<b>Rad WM 2006</b>		
Verminderte Sozialtransfers	0,939	0,939
Erhöhte Steuereinnahmen	0,728	0,728
<b>EURO 2008</b>		
Verminderte Sozialtransfers	6,35	14,7
Erhöhte Steuereinnahmen	17,97	41,6
<b>OWS 2014</b>		
Verminderte Sozialtransfers	48,8	56
Erhöhte Steuereinnahmen	239,8	275
<b>Fiskale Effekte total</b>		
Verminderte Sozialtransfers	56,089	71,639
Erhöhte Steuereinnahmen	258,498	317,328

Quelle: SportsEconAustria.

## 6. Wirtschaftliche Impulse der touristischen Nachfrage

Großveranstaltungen und so genannten „Mega-Events“ wird im Zusammenhang mit der touristischen Entwicklung einer Region eine wichtige Funktion zugeschrieben. Neben das mit der Durchführung einer Sportgroßveranstaltung verbundene kurzfristige Ziel, einen möglichst hohen Wertschöpfungszuwachs für die heimische Tourismuswirtschaft und die nationale Wirtschaft insgesamt zu realisieren, tritt das mittel- und langfristige Ziel, einen dauerhaften Imageverbesserungseffekt und eine Steigerung des Bekanntheitsgrades zu erreichen.

Inwieweit Salzburg von der Durchführung der Rad WM 2006, der Fußball-Europameisterschaft 2008 und möglicherweise auch der Olympischen Winterspiele 2014 im Bereich der Tourismuswirtschaft profitieren können wird, soll in den folgenden Kapiteln näher diskutiert werden. Dazu soll zunächst eine regionale Bestandsaufnahme und Analyse des Tourismus in Salzburg durchgeführt werden, welche den Rahmen für die Einschätzung der Möglichkeiten und Perspektiven liefert.

### 6.1. Bestandsaufnahme des Tourismus in Österreich

Österreich ist ein tourismusintensives Land. Aufgrund eines sich ändernden Freizeitverhaltens sowie durch den Wandel der internationalen Wettbewerbsbedingungen sind die gegebenen Strukturen der österreichischen Tourismuswirtschaft ständigen Anpassungserfordernissen ausgesetzt, um den Marktanteil<sup>20</sup> im internationalen Reiseverkehr zumindest zu halten. Ein Blick auf die reale Bruttowertschöpfung verdeutlicht den hohen Stellenwert der Tourismus für Österreich, zeigt aber auch die gegenwärtigen Strukturschwächen: nach einer rückläufigen Entwicklung des Anteils des Hotel- und Gastgewerbes an der Bruttowertschöpfung Österreichs in der ersten Hälfte der 90er Jahre – mit einem Zwischenhoch 1992 – wuchs der Anteil am Ende des Jahrzehnts wieder und betrug in den Jahren 1999 und 2000 jeweils 4 Prozent.

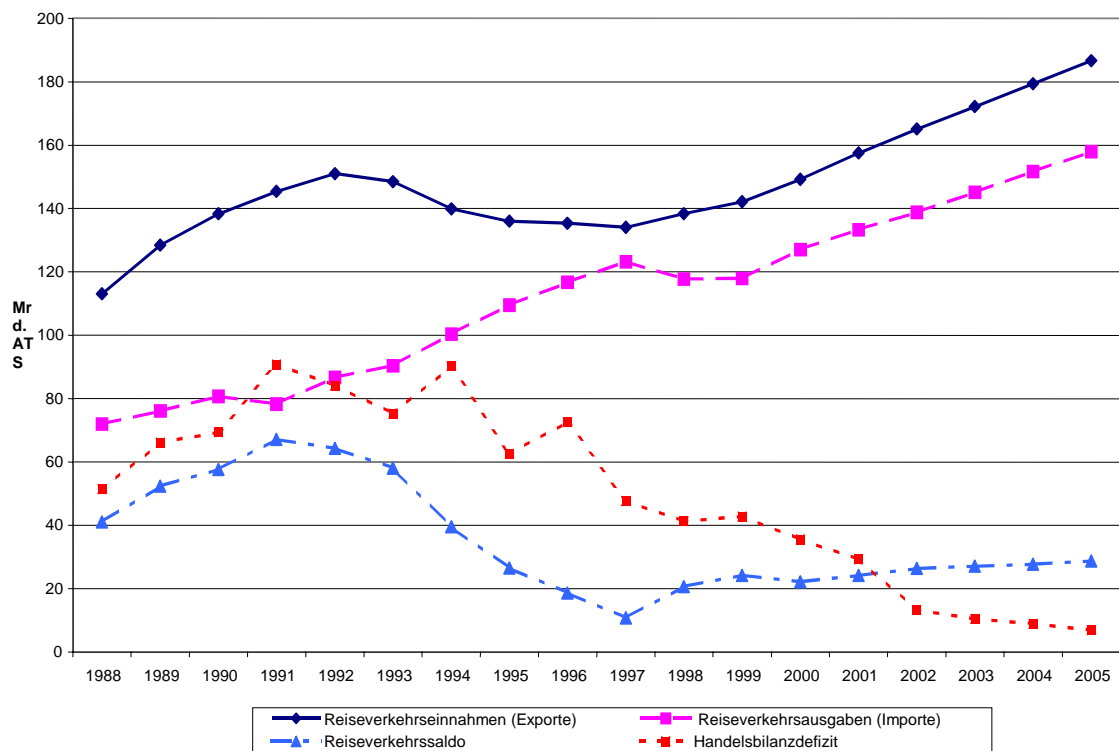
Die Tourismuswirtschaft stellt einen bedeutenden Beitrag zur Arbeitsplatzbeschaffung dar und kann als Instrument der Regionalentwicklung eingesetzt werden. Darüber hinaus sichern die Reiseverkehrseinnahmen ausländische Zahlungsmittel, die wiederum für den Import ausländischer Waren und Dienstleistungen zur Verfügung stehen. Die Einnahmen aus dem Reiseverkehr betragen im Jahr 2000 rund 10,85 Mrd. Euro. Die Reiseverkehrausgaben der InländerInnen im Ausland lagen mit 9,23 Mrd. Euro deutlich darunter, womit ein positiver Reiseverkehrssaldo von 1,62 Mrd. Euro verbleibt, wengleich

---

<sup>20</sup> Der Marktanteil am internationalen Tourismus lag Mitte der 70er Jahre bei 12 Prozent, sank Mitte der 80er Jahre auf rund 8,8 Prozent und liegt heute bei rund 8 Prozent.

das Wachstum der nominellen Reiseverkehrsexporte der letzten 10 Jahre mit durchschnittlich 1,6 Prozent jährlich deutlich geringer war als das Wachstum der Reiseverkehrsimporte von jährlich durchschnittlich 5,4 Prozent. Die österreichische Fremdenverkehrswirtschaft erfüllt somit weiterhin<sup>21</sup> die Funktion des Ausgleichs vorhandener Handelsbilanzdefizite (Abbildung 16), auch wenn der Saldo von 10,62 Mrd. Euro nicht ausreicht, um das Minus der Handelsbilanz auszugleichen

**Abbildung 16: Reiseverkehrsexporte, -importe und –saldo sowie Handelsbilanzdefizit, nominell 1988 – 2005**



Quelle: OeNB, SportsEconAustria, 2001-2005 IHS, für 2005: Prognosewert.

In der ersten Hälfte der 90er Jahre musste im österreichischen Tourismus ein beträchtlicher Einbruch in den Nächtigungsziffern verzeichnet werden. Obwohl sich der österreichische Tourismus seit 1997 erholt hat, entwickelten sich die internationalen Tourismus- und Freizeitmärkte dynamischer als die Nachfrage nach Österreich-Aufenthalten. So wuchsen seit 1997 die internationalen Tourismusmärkte in Europa zu konstanten Preisen und Wechselkursen mit einer jährlichen Rate von rund 4 %, während die internationale Nachfrage nach Österreich-Aufenthalten um nur 2 Prozent pro Jahr zunahm. Wesentlich dynami-

<sup>21</sup> Der Reiseverkehrssaldo ist bereits seit den 50er Jahren positiv.

scher entwickelten sich hingegen die Umsätze, was vor allem auf den Trend zum Kurzurlaub und eine sinkende Aufenthaltsdauer zurückgeführt werden kann.

Deutlich mehr als die Hälfte der touristischen Nachfrage realisiert sich innerhalb von fünf Monaten eines jeden Kalenderjahres, was dazu führt, dass Engpässen während der Hochsaisonmonate Überkapazitäten im restlichen Jahr gegenüberstehen. Die Auslastung der Kapazitäten ist damit im Jahresdurchschnitt zu schwach. Da – im Vergleich mit anderen Branchen – im Dienstleistungsgewerbe keine Lagerung der „Produkte“ möglich ist, können Auslastungsschwankungen auch nicht durch Lagerhaltung ausgeglichen werden. Das touristische Angebot bedeutet somit ein Angebot an Kapazitäten, die erbrachten Dienstleistungen werden von der Nachfrage determiniert.

Der Rückgang der Nächtigungszahlen in der ersten Hälfte der 90er Jahre ist im Zusammenhang mit der internationalen Rezession zu sehen: Abwertungen in wichtigen Konkurrenzländern führten zu einer relativen Verteuerung der österreichischen Tourismusleistungen, die deutsche Wiedervereinigung führte zu einer Reduktion der Realeinkommen in Westdeutschland und in der Folge zu einem Wegbrechen des deutschen Marktsegments. Von diesen Entwicklungen sind seit Beginn der 90er Jahre vor allem die stark tourismusabhängigen Regionen West- und Südösterreichs betroffen. Die gegenwärtige Zunahme der Nächtigungsziffern ist auf günstige geopolitische und makroökonomische (Entfall von Wechselkursrisiken) Rahmenbedingungen einerseits und auf Strukturmaßnahmen im Tourismus einschließlich der Erschließung neuer Gästegruppen andererseits zurückzuführen.

## **6.2. Bestandsaufnahme des Tourismus in Salzburg**

Dem Wirtschaftssektor des Beherbergungs- und Gaststättenwesens kommt in den einzelnen Bundesländern und Regionen unterschiedliche Bedeutung zu. Aus diesem Grunde ist es notwendig, genauer auf die entsprechenden Austragungsorte bzw. die umliegenden Regionen einzugehen, Entwicklungen und derzeitigen Stand abzubilden, um dann die wirtschaftlichen Effekte und Impulse durch die Sportgroßveranstaltungen abbilden zu können.

### 6.2.1. Beherbergungsbetriebe und -betten

Im Bundesland Salzburg stehen – nach Tirol – österreichweit die meisten Betriebe und Betten zur Verfügung. In insgesamt 13.071 Unterkünften<sup>22</sup> verfügt man derzeit über eine Bettenkapazität von 205.942 Betten (vgl. Tabelle 8 und Tabelle 9).

**Tabelle 8: Anzahl an Beherbergungsbetrieben nach Bundesländern (Winter 2001)**

	Total	Bgl.	Ktn.	NÖ	OÖ	Sbg	Stmk.	Tirol	Vbg.	Wien
<b>Hotels und ähnliche Betriebe</b>										
Kategorie 5/4*	1.878	35	198	103	113	367	154	620	149	139
Kategorie 3*	5.515	103	699	454	346	1.097	851	1.499	350	116
Kategorie 1/2*	6.705	148	616	571	650	873	665	2.654	449	79
<b>Kur- und Erholungsheime</b>										
Kurheime der Soz.Vers.- Träger	51	2	1	8	18	10	10	0	2	0
Private/öffentl. Kurheime	91	3	6	21	21	11	17	9	3	0
<b>Übrige Gästeunterkünfte</b>										
Ferienwohnungen/-häuser	2.096	19	315	16	63	425	130	1.033	91	4
Kinder- u. Jugenderholungs- heime	287	2	1	5	22	148	25	53	31	0
Jugendherbergen/-gästehäuser	90	2	8	10	18	12	11	14	5	10
Bewirtschaftete Schutzhütten	261	0	14	41	26	40	55	73	12	0
Sonstige Fremdenunter- künfte	1.088	12	124	94	130	157	208	248	115	0
<b>Privatquartiere</b>										
Nicht auf Bauernhof	15.189	140	1.031	748	741	3.352	1.683	6.319	1.123	52
Auf Bauernhof	6.587	76	562	317	389	1.601	1.139	2.321	182	0
Ferienwohnung/-haus (nicht Bauernhof)	19.730	100	2.403	255	604	4.185	1.175	8.134	2.874	0
Ferienwohnung/-haus (Bauernhof)	3.762	31	480	152	241	793	320	1.374	371	0
<b>GESAMTUNTERKÜNFTE</b>	<b>63.330</b>	<b>673</b>	<b>6.458</b>	<b>2.795</b>	<b>3.382</b>	<b>13.071</b>	<b>6.443</b>	<b>24.351</b>	<b>5.757</b>	<b>400</b>

Quelle: WKÖ.

<sup>22</sup> Dazu zählen: Hotels und ähnliche Betriebe, Kur- und Erholungsheime, Übrige Gästeunterkünfte (Jugendherbergen, Schutzhütten, Kinder- und Jugenderholungsheime, Ferienwohnungen und -häuser) sowie Privatquartiere.

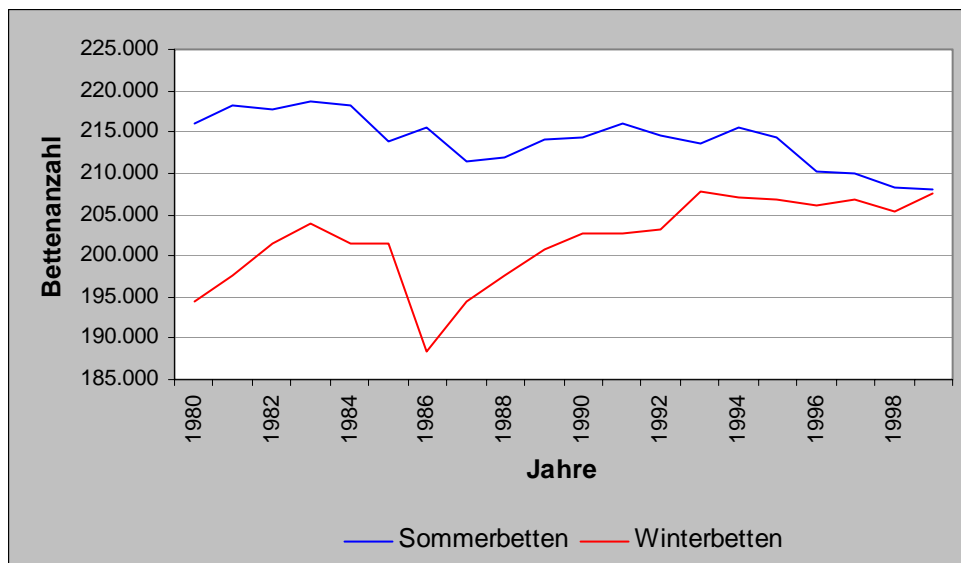
**Tabelle 9: Anzahl an Betten nach Bundesländern (Winter 2001)**

	Total	Bgl.	Ktn.	NÖ	OÖ	Sbg	Stmk.	Tirol	Vbg.	Wien
<b>Hotels und ähnliche Betriebe</b>										
Kategorie 5/4*	194.873	4.304	18.416	11.678	10.540	35.202	14.847	62.577	12.032	25.277
Kategorie 3*	228.874	4.237	26.302	18.099	16.066	44.509	28.420	68.232	13.822	9.187
Kategorie 1/2*	156.012	3.319	12.138	12.150	13.955	20.917	12.922	66.667	10.309	3.635
<b>Kurheime der Soz.Vers.-Träger</b>										
Kurheime der Soz.Vers.-Träger	5.781	298	475	966	1.981	1.014	1.021	0	26	0
Private/öffentl. Kurheime	7.426	420	538	2.128	1.621	1.312	900	383	124	0
<b>Übrige Gästeunterkünfte</b>										
Ferienwohnungen/-häuser	54.260	761	10.048	376	1.231	12.519	3.795	23.449	2.006	75
Kinder- u. Jugenderholungsheime	22.826	56	300	524	1.736	13.800	2.006	2.709	1.695	0
Jugendherbergen/-gästehäuser	9.314	140	857	698	1.619	1.671	1.269	910	393	1.757
Bewirtschaftete Schutzhütten	12.216	0	534	1.634	1.514	2.152	2.241	3.613	528	0
Sonstige Fremdenunterkünfte	26.242	488	2.621	3.906	4.195	2.389	4.770	5.215	2.658	0
<b>Privatquartiere</b>										
Nicht auf Bauernhof	104.725	1.060	6.889	5.026	4.795	22.096	11.370	45.026	8.182	281
Auf Bauernhof	48.840	643	3.829	2.446	3.065	11.196	8.825	17.582	1.254	0
Ferienwohnung/-haus (nicht Bauernhof)	142.792	733	16.506	1.672	3.679	30.502	8.699	61.420	19.581	0
Ferienwohnung/-haus (Bauernhof)	29.569	269	3.687	1.122	2.037	6.663	2.507	10.523	2.761	0
<b>GESAMTUNTERKÜNFTE</b>	<b>1.043.750</b>	<b>16.728</b>	<b>103.140</b>	<b>62.425</b>	<b>68.034</b>	<b>205.942</b>	<b>103.592</b>	<b>368.306</b>	<b>75.371</b>	<b>40.212</b>

Quelle: WKÖ.

Abzüglich der Kur- und Erholungsheime und der unter „übrige Gästeunterkünfte“ zusammengefassten Einrichtungen, welchen im Rahmen der Olympischen Winterspiele nur untergeordnete Bedeutung zukommt, stehen demnach alleine im Land Salzburg über 100.000 Betten in Hotels und weitere 70.500 Betten in Privatquartieren zur Verfügung. Bei den Hotels stehen – mit einem Anteil von 35 Prozent der Bettenkapazität – überdurchschnittlich viele Unterkünften auf gehobenem Niveau (5- und 4\*-Kategorie) zur Verfügung. Während die Anzahl der Sommer-Betten in den letzten 20 Jahren sogar rückläufig war, ist die Anzahl der Winter-Betten seit 1980 um knapp 7 % angestiegen (vgl. Abbildung 7), sodass nun etwa gleich viel Sommer- und Winterbetten vorhanden sind.

Abbildung 17: Entwicklung der Bettenanzahl



Quelle: Statistik Austria.

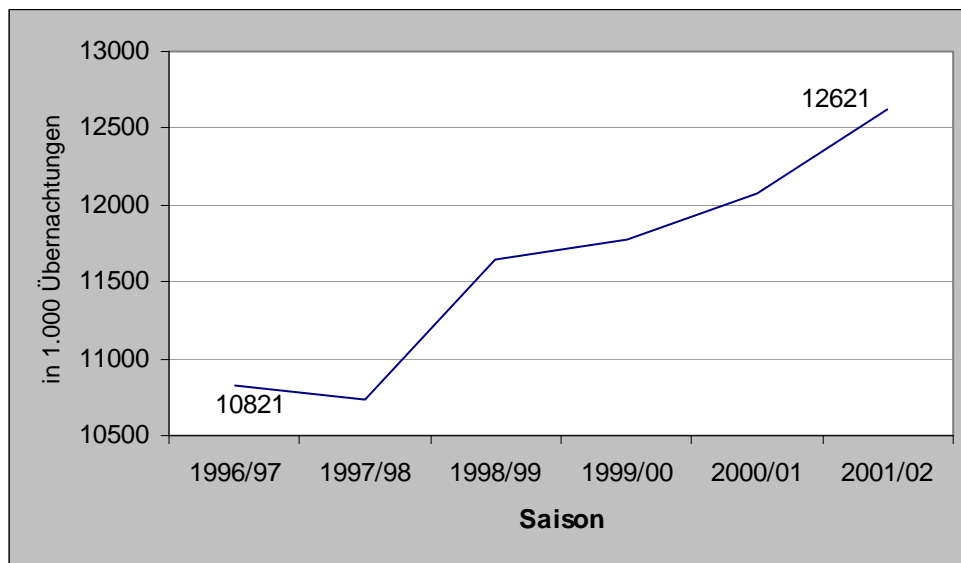
Abzüglich jener Kapazitäten, welche für Journalisten, Medienvertreter, IOC-Mitglieder, Sportler (wenn nicht im Olympischen Dorf) usw. bereits verbraucht werden, stehen demnach noch immer ausreichend Betten in der näheren Umgebung der Austragungsorte zur Verfügung. Eine weitere Aufstockung der Kapazitäten bzw. der Neubau von Hotelanlagen ist daher nicht erforderlich.

### 6.2.2. Übernachtungen

Als Wintersportregion erfreut sich Salzburg immer größerer Beliebtheit: verfolgt man die Entwicklung der Anzahl an Übernachtungen, so zeigt sich – ausgehend von der Wintersaison<sup>23</sup> 1996/97 – dass sich die Anzahl der Übernachtungen, trotz eines Rückgangs in der Saison 1997/98, von 10,8 Mio. um 16,6 % auf 12,6 Mio. erhöht hat (vgl. Abbildung 8).

<sup>23</sup> 1. November bis 30. April

**Abbildung 18: Übernachtungen in Salzburg (Wintersaison 1996/97 – 2001/02)**



Quelle: WKÖ, SportsEconAustria.

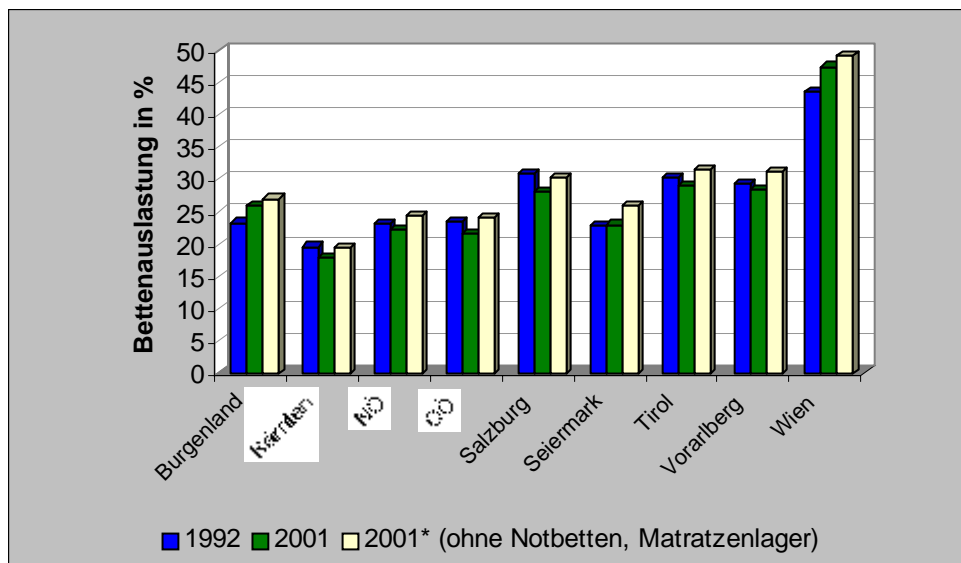
Damit liegt Salzburg über dem österreichweiten Durchschnitt von + 15,4 % hinter Burgenland (+ 62 %), der Steiermark (+ 18 %) und Tirol (+ 18 %).

### 6.2.3. Bettenauslastung

Auch im Bereich der Bettenauslastung, definiert als Summe aller Übernachtungen (abzögl. Übernachtungen auf Campingplätzen) \* 100 / Anzahl der Betten \* Tage, zeigt sich in Salzburg ein erfreuliches Bild: mit einer Auslastung von 30,3 % im Jahresschnitt (gerechnet ohne Matratzenlager und Notbetten) liegt man hinter Wien, Tirol und Vorarlberg an vierter Stelle und über dem Österreichdurchschnitt von 28,6 %. Es zeigt sich, dass die Auslastung in Hotels mit rund 37,4 % deutlich höher ausfällt als in den Privatquartieren mit etwa 15,4 Prozent.

Trotz der vergleichsweise guten Auslastung zeigt sich aber, dass noch ausreichend Kapazitäten für die Durchführung der Sportgroßveranstaltungen vorhanden sind.

Abbildung 19: Bettenauslastung in % nach Bundesländern



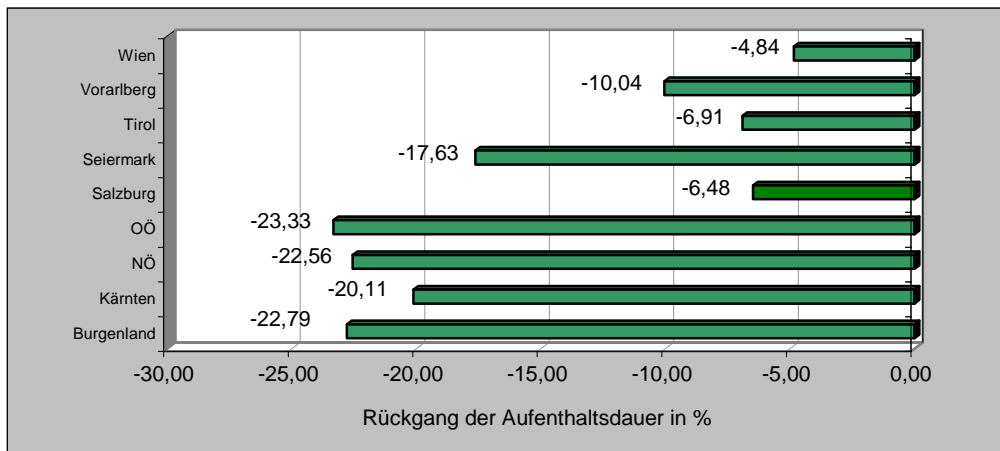
Quelle: WKÖ, SportsEconAustria.

#### 6.2.4. Aufenthaltsdauer

Betrachtet man die Entwicklung der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer<sup>24</sup>, so zeigt sich – aufgrund neuer Trends im Freizeit- und Tourismuskonsumverhalten, vermehrter Kurzurlaub – in allen Bundesländern ein Rückgang. Mit einem Minus von knapp 6,5 Prozent fällt dieser Rückgang in Salzburg jedoch nicht so dramatisch aus, wie in vielen anderen Bundesländern (vgl. Abbildung 10). Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer betrug 2001 rund 4,62 Tage.

<sup>24</sup> Definiert als Übernachtungen (gesamt) / Ankünfte (gesamt)

**Abbildung 20: Rückgang der Aufenthaltsdauer von 1990 – 2001 nach Bundesländern**



Quelle: WKO, Statistik Austria

### 6.2.5. Reiseausgaben

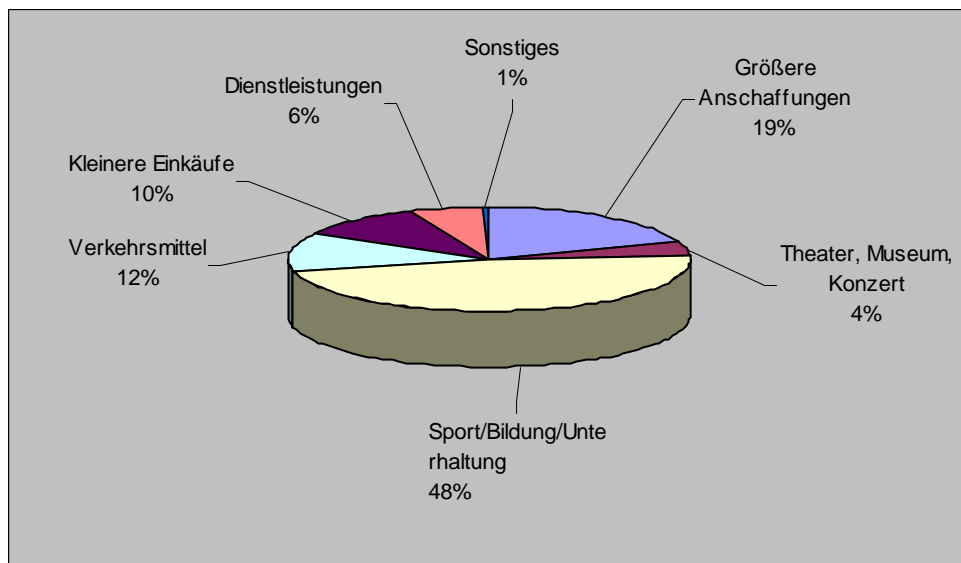
Laut Gästebefragung Österreich gibt der Individualtourist im Winter zwischen 36 Euro (Campingplatz-Gäste) und 146 Euro (4/5\*-Hotels) pro Tag aus. Im Durchschnitt über alle Übernachtungskategorien entspricht dies Tagesausgaben in Höhe von 97,20 Euro. Von diesen entfallen rund 54 Prozent auf die Unterkunft, weitere 24 % auf die Verpflegung und 22 % auf Nebenausgaben. Diese umfassen Ausgaben für Verkehrsmittel, Dienstleistungen, kleinere Einkäufe oder auch Ausgaben für Sport, Bildung und Unterhaltung. Einen detaillierten Überblick dazu liefern Tabelle 10 und Abbildung 21.

**Tabelle 10: Gästeausgaben pro Kopf und Tag**

Unterkunftsart	Ausgaben in Euro		Gewählte Unterkunftsart	
	Sommer	Winter	Sommer	Winter
4/5*-Hotel	117,7	146	25%	27%
3*-Hotel	79,2	105,3	23%	24%
1/2*-Hotel, Privatquartiere	55,1	85,4	40%	39%
Campingplatz	33,4	36	7%	1%
Bauernhof	43,9	71,1	5%	9%
<b>Aufenthaltsdauer</b>				
weniger als 4 Nächte	99,9	115,2		
mehr als 5 Nächte	70	93,1		
<b>Durchschnitt</b>	74,1	97,2		
davon				
<i>Unterkunft</i>	41,8	52,4		
<i>Essen und Getränke</i>	21,2	23,1		
<i>Nebenausgaben</i>	16,4	31,3		

Quelle: WKÖ, Gästebefragung Österreich.

**Abbildung 21: Nebenausgaben**



Quelle: WKÖ.

### **6.3. Die touristische Nachfrage durch die Rad WM 2006**

Im Rahmen der Planungen für die Rad Weltmeisterschaft 2006 wurden vom Organisationsteam bereits Berechnungen zur Anzahl der zu erwartenden zusätzlichen Übernachtungen angestellt. Die durch Offizielle und Delegationen induzierten Nächtigungen werden mit 25.000 bis 35.000 zusätzlichen Übernachtungen beziffert, wobei sich diese Zahlen mit unseren eigenen Überlegungen und Berechnungen (rd. 28.500 Übernachtungen durch Offizielle und Delegationen) decken.

Schwieriger abzuschätzen ist die Anzahl der zusätzlichen Übernachtungen durch Zuschauer, da ex ante nur schwierig abgeschätzt werden kann, zu welchen Teilen sich diese aus 1-Tagesbesuchern (aus der Region) oder Logiergästen zusammensetzen werden.

Unter der Annahme, dass rund 25 % der Gäste Logiergäste sind, ist daraus auf ein zusätzliches Übernachtungsvolumen in der Höhe von bis zu 90.000 Übernachtungen zu schließen.

Legt man diese Zahlen auf Ausgaben um, so können für die Zeit der Rad WM zusätzliche Ausgaben in Höhe von bis zu 14,4 Mio. € erwartet werden. Davon profitieren sowohl Beherbergungsbetriebe als auch das Gaststättenwesen, sodass ein primärer Wertschöpfungseffekt in der Höhe von rund 6 Mio. € erzielt werden kann. An multiplikativen Wertschöpfungseffekten können weitere 2,69 Mio. € erwartet werden, als Resultat lässt sich der gesamte im Salzburger Tourismus durch die Rad WM niederschlagende Wertschöpfungseffekt somit auf 8,69 Mio. € beziffern.

#### **6.4. Die touristische Nachfrage durch die Fußball EM 2008**

Basierend auf die UEFA Unterlagen werden 16 der 32 Finalrundenspiele in Österreich ausgetragen. Das resultiert in einer Nettokapazität von 615.894 verfügbaren Sitzen in den österreichischen Stadien. Um die Zahl der zusätzlichen Touristenbesuche in Österreich durch die EURO 2008 abzuschätzen, muss die Anzahl der Zuschauerübernachtungen und des offiziellen Teilnehmerfeldes berechnet werden. Der sportliche Verlauf der Europameisterschaft wird die Struktur und die Herkunft der Besucher stark beeinflussen. Das heißt, der Erfolg einer Mannschaft wird die Attraktivität der Region Salzburg für Gäste der jeweiligen Nation stark steigern. Zwei verschiedene Szenarien der möglichen Auslastung der EURO 2008 und der Struktur der Zuschauer wurden berechnet.

##### **Szenario 1: Maximale Variante**

Die Erfahrungen der letzten Europameisterschaft in Portugal haben gezeigt, dass rund 96 Prozent der verfügbaren Tickets verkauft werden. Diese hohe Auslastung wird den Berechnungen in der maximalen Variante zu Grunde gelegt. Die Verteilung der Tickets auf ausländische und inländische Gäste wird dabei wie folgt angenommen: 30 bis 40 Prozent der verkauften Tickets gehen an österreichische Zuschauer, 60 bis 70 Prozent an Besucher anderer Länder. Das heißt, ungefähr 177,380 (30 Prozent) Zuschauer der EURO 2008 kommen aus Österreich, die anderen 413,900 (70 Prozent) aus anderen Ländern. Die Aufenthaltsdauer der ausländischen Gäste wird mit 3 Tagen und 2 Nächten angenommen.

##### **Szenario 2: Minimale Variante**

In der minimalen Variante beträgt die Auslastung nur 70 Prozent und der Anteil der ausländischen Gäste beträgt lediglich 60 Prozent. Das heißt wiederum, dass 172,450 inländische und 258,80 ausländische Gäste erwartet werden können. In dieser minimalen Variante unverändert bleibt eine Aufenthaltsdauer von 3 Tagen und 2 Nächten.

Folgende zu erwartenden minimalen und maximalen Besucherzahlen können daher für die Region Salzburg und Österreich berechnet werden:

**Tabelle 11: Geschätzte Besucherzahlen der EURO 2008 in der Region Salzburg und Österreich**

	<b>Salzburg</b>	<b>Österreich gesamt</b>
<b>Kapazität</b>	31.828	140.458
Spiele	3	16
Auslastung 100 %	95.484	615.894
<b>Maximale Variante</b>		
Auslastung 96 %	91.665	591.258
Inländische Besucher (30 %)	27.499	177.377
Ausländische Besucher (70 %)	64.165	413.881
<b>Minimale Variante</b>		
Auslastung 70 %	66.839	431.126
Inländische Besucher	26.736	172.450
Ausländische Besucher	40.104	258.675

Quelle: ÖFB, SportsEconAustria.

#### 6.4.1. Maximales Szenario

Die Berechnung der Besucherzahlen führt in diesem Szenario zu einer Anzahl von österreichweit 827.762 und Salzburg-weit 128.330 zusätzlichen Übernachtungen im Rahmen der Europameisterschaft 2008. Die durchschnittlichen Ausgaben eines ausländischen Sommergastes können mit 99,90 €<sup>25</sup> festgelegt werden, die durchschnittlichen Ausgaben eines österreichischen Zuschauers betragen 47,20 €. Zu diesen Ausgaben für Transport, Essen und Unterkunft müssen noch die „fußball- und sportspezifischen“ Ausgaben addiert werden. Das führt zu einer Erhöhung der täglichen Ausgaben auf 151,50 € (ausländische Gäste) bzw. € 65,40 (österreichische Gäste). Addiert man die Übernachtungen und Ausgaben der offiziellen Gäste, der Teilnehmer und der Medienvertreter, so resultiert daraus folgende Aufstellung:

---

<sup>25</sup> Gästebefragung Österreich

	Übernachtungen	Tägliche Ausgaben	Total Ausgaben
Offizielle Gäste	4.350	363,4	1.580.790
8 Teams und Assistenten	7.200	290,7	2.093.040
Medienvertreter	90.000	363,4	32.706.000
Ausländische Besucher	827.660	151,5	125.390.490
Inländische Besucher		65,4	11.600.456
<b>Total</b>	<b>929.210</b>		<b>173.370.776</b>

Quelle: SportsEconAustria.

Das heißt, insgesamt können österreichweit rund 929.210 zusätzliche Übernachtungen im direkten Zusammenhang mit der EURO 2008 erwartet werden. Auf Salzburg entfallen mindestens 128.330 Übernachtungen. Diese Gäste geben österreichweit rund 173 Mio. €, in Salzburg rund 19,5 Mio. € aus.

#### 6.4.2. Minimales Szenario

In diesem Szenario kommt es durch die angenommene niedrigere Auslastung der in Österreich durchgeführten Spiele auch zu niedrigeren Besucherzahlen österreichischer und ausländischer Gäste. Die Anzahl der Medienvertreter, der offiziellen Gäste und der Teams bleibt jedoch konstant.

	<b>Übernachtungen</b>	<b>Tägliche Ausgaben</b>	<b>Total Ausgaben</b>
Offizielle Gäste	4.350	363,4	1.580.790
8 Teams und Assistenten	7.200	290,7	2.093.040
Medienvertreter	90.000	363,4	32.706.000
Ausländische Besucher	517.350	151,5	117.567.788
Inländische Besucher		65,4	11.278.230
<b>Total</b>	<b>618.900</b>		<b>165.225.848</b>

Quelle: SportsEconAustria.

In der minimalen Variante kann die österreichische Tourismuswirtschaft mit österreichweit 618.900, Salzburg-weit 80.208 zusätzlichen Übernachtungen rechnen. Ausgaben von rund 165 Millionen Euro werden von diesen Gästen im Laufe der EURO 2008 in Österreich ausgegeben. Davon verbleiben rund 12,2 Mio. € in Salzburg.

Betroffen sind primär das Beherbergungs- und Gaststättenwesen, sodass, bei einem Vorleistungsanteil von 41,9 %, eine zusätzliche Wertschöpfung zwischen 7 und 11,3 Mio. € erwirtschaftet werden kann. An Multiplikatoreffekten können in Salzburg weitere 4,1 Mio. € erwartet werden, sodass der Gesamt-Wertschöpfungseffekt rund 11,1 – 14,4 Mio. € betragen wird. An Beschäftigung entspricht dies in etwa 912 Vollzeitäquivalenten (630 aus direkten und 282 aus indirekten Effekten).

### **6.5. Die touristische Nachfrage durch die Olympischen Winterspiele 2014**

Als verlässlichste und genaueste Quellen zur Berechnung der durch die Olympischen Spiele induzierten Nachfrage im Tourismus erscheinen die Abschätzungen über die Anzahl verkaufter Tickets für die einzelnen Events, welche aus dem Ticketing-Modell<sup>26</sup> abgeleitet werden können. Zu diesen müssen dann noch Medienvertreter und Sponsoren hinzugerechnet werden, von welchen ebenfalls Effekte im Tourismus induziert werden.

---

<sup>26</sup> Verwendet vom Olympischen Organisationskomitee zur Abschätzung der Erlöse aus Ticketverkäufen.

Grundlage der Berechnung verkaufter Tickets sind die Zuschauerkapazitäten der einzelnen Veranstaltungsorte. Von diesen werden die sogenannten „killed seats“, abhängig von den architektonischen Gegebenheiten, abgezogen, womit man die tatsächlich zur Verfügung stehenden Tickets erhält. Ein gewisser Anteil dieser Tickets – zwischen 5 und 10 Prozent – wird nicht aufgelegt, da es sich um spezielle contingent tickets handelt, welche flexibel und unbürokratisch an verschiedene Personen und –gruppen abgegeben werden können (z.B. Staatsgäste, Sportler, Menschen mit Behinderung, sozial Benachteiligte,...). Da es sich bei diesen Personen oder Personengruppen annahmegemäß um solche handelt, die entweder ohnehin bereits im OCOG-Budget erfasst sind oder aus der näheren Umgebung stammen, sodass eine Übernachtung nicht notwendig ist, werden diese auch bei der Berechnung der zusätzlichen touristischen Nachfrage im weiteren ausgeschlossen. Insgesamt stehen somit – lt. Berechnungen des Olympischen Komitees rund 2,2 Mio. Tickets zum Kauf zur Verfügung. Im Weiteren werden – abhängig von der lokalen Popularität und Attraktivität der unterschiedlichen Bewerbe sowie aus Erfahrungswerten – Auslastungsquoten abgeschätzt, die im Wesentlichen zwischen 60 und 95 % liegen. Im Durchschnitt liegt die Auslastung pro Event bei 79 % der aufgelegten Karten.

Für die Berechnung der zusätzlichen Übernachtungen in der Region wurde – um Doppelzählungen zu vermeiden – weiters die Annahme getroffen, dass für die im Olympia Stadion Salzburg stattfindenden täglichen Medaillen-Zeremonien keine zusätzlichen, auswärtigen Gäste extra kommen, sondern die Zuschauer diese Zeremonie mit dem Besuch mindestens einer weiteren Sportveranstaltung verbinden.

Auf Basis dieser Berechnungen und Annahmen ergibt sich damit folgende durchschnittliche Anzahl an verkauften Tickets pro Veranstaltungstag (vgl. Tabelle 12; Basis: Bewerbung 2010). Aus der Tabelle ist klar ersichtlich, dass die Anzahl der zu erwartenden Gäste im Verlauf der Spiele, abhängig von der Attraktivität und Anzahl der Bewerbe pro Tag, stark schwankt, sodass ein ausgereiftes Besuchermanagement notwendig sein wird. Insgesamt kann damit gerechnet werden, dass rd. 1,5 Mio. Tickets für die Sportevents verkauft werden.

**Tabelle 12: Verkaufte Tickets pro Veranstaltungstag<sup>27</sup>  
(exkl. Eröffnungs-, Medaillen- und Schlusszeremonien)**

Tag	Verkaufte Tickets
1	23.988
2	153.001
3	107.591
4	68.428
5	105.440
6	77.633
7	79.392
8	111.006
9	98.933
10	127.301
11	66.171
12	100.714
13	104.265
14	49.734
15	79.768
16	114.918
17	60.805
<b>Total</b>	<b>1.529.088</b>

Quelle: SportsEconAustria.

Der Anteil jener Gäste, die von auswärts kommen und bei Besuch einer Veranstaltung auch in der Region nächtigen müssen, kann ex-ante nur abgeschätzt werden. Aus den Erfahrungen vergangener Spiele, Aufzeichnungen über die verkauften Ticketkontingente, aus alten Bewerbungsdokumenten und der allgemeinen Gästestruktur des Salzburg-Tourismus soll im weiteren davon ausgegangen werden, dass sich die Zuschauer zu 60 Prozent aus Logiergästen und 40 % aus Tagestouristen zusammensetzen. Ausgehend von der Anzahl verkaufter Tickets bedeutet dies, dass in etwa 917.453 Karten von Logier- und 611.635 Karten von Tagesgästen erworben werden.

Angenommen, dass pro Tag nur ein Event besucht wird, so entspricht die Anzahl der Karten für Logiergäste jener der zusätzlich durch die Winterspiele induzierten Übernachtungen in der Region während der Durchführung der Spiele. Multipliziert man die Anzahl der

---

<sup>27</sup> Nicht berücksichtigt werden hier, aufgrund der getroffenen Annahmen, verkaufte Karten für Eröffnungs-, Medaillen- und Schlusszeremonien. Der Gesamtverkauf an Tickets lt. Ticketing-Modell (rd. 1,74 Mio. Tickets) weicht daher von diesen Zahlen ab.

Übernachtungen mit den durchschnittlichen Ausgaben pro Kopf und Tag (97,2 €) so entspricht dies zusätzlichen Einnahmen durch Logiergäste von 89.176.431 €

Zieht man für die Tagestouristen die Kosten für die Unterkunft (lt. Gästebefragung Österreich rd. 54 % für den Wintertourismus) ab, so entspricht dies zusätzlichen Einnahmen von 27,35 Mio. €.

Neben Logier- und Tagesgästen sind zudem noch die Medienvertreter (3000 Journalisten und 8500 Broadcaster) und Sponsoren (rd. 20.000) in der Berechnung der touristischen Effekte zu berücksichtigen. Unter Berücksichtigung der Tatsache, dass Medienvertreter während der gesamten Dauer der Spiele in Salzburg verbleiben werden und Sponsoren vor allem in Hotels der 4- und 5\*-Kategorie nächtigen werden, können hier weitere zusätzliche Einnahmen in Höhe von rund 41,41 Mio. € erwartet werden.

Insgesamt kann daher für den Zeitraum der Durchführung der OWS durch die vermehrte touristische Nachfrage mit zusätzlichen Einnahmen von rund 157,94 Mio. €, vor allem in der Branche des Beherbergungs- und Gaststättenwesens, gerechnet werden. Dies entspricht – bei einem Vorleistungsanteil von 41,9 % - einer zusätzlichen Wertschöpfung in Höhe von 91,76 Mio. €. Diese implizieren wiederum Multiplikatoreffekte in Höhe von rund 53 Mio. €, von welchen allerdings 12,3 Mio. € in andere Bundesländer abfließen, sodass de facto ein totaler Wertschöpfungseffekt von 132,46 Mio. € in Salzburg generiert werden kann.

An Mann-Jahren entspricht dies in etwa einer Beschäftigung von insgesamt 9.125 Vollzeitäquivalenten, davon 6.321 aus direkten und 2.804 aus multiplikativen Effekten.

## 7. Qualitative Effekte der Sportgroßveranstaltungen

Sowohl bei Wertschöpfungs-, Beschäftigungs-, Kaufkraft als auch fiskalischen Effekten handelt es sich um quantitativ fassbare Größen, die – auf Basis der den Bewerbungs- und Planungsdokumenten zugrunde liegenden Überlegungen – berechnet werden können. Besonders wichtig im Zusammenhang mit einer Analyse der Effekte von Sportgroßveranstaltungen auf die betroffene Region Salzburg sind jedoch die so genannten „qualitativen Effekte“. Diese sind anhand konkreter Zahlen kaum erfassbar, sind jedoch bei der Ex-ante-Bewertung wie bei der Ex-post-Evaluation von Veranstaltungen unbedingt mit zu berücksichtigen.

Zu den Zielen, welche mit einer Bewerbung um und der Durchführung von Sportgroßveranstaltungen verbunden sind, gehören für die Gastgeber unter anderem ein steigender Bekanntheitsgrad sowie ein gewisser Imagegewinn für die Region. Daraus ließen sich bereits im Vorfeld der Veranstaltungen positive Effekte vor allem für den Tourismus der Region ableiten. In diesem Kapitel werden die mit den jeweiligen Sportgroßveranstaltungen zusammenhängenden externen Effekte kurz erläutert, um einen Überblick darüber zu erhalten, welche Effekte in den Berechnungen ökonomischer Effekte keinen direkten Einfluss finden. Konkret ist dies zum Beispiel ein Infrastruktur- und Planungsschub für die Region, der von ehrenamtlichen MitarbeiterInnen geschaffene Wert, die durch zusätzliche Veranstaltungen induzierten Effekte, oder der positive Effekt für das Image sowohl von Salzburg als auch von Österreich.

Weiters ist bei der Analyse der qualitativen Effekte zu beachten, dass (wie bereits bei den wirtschaftlichen Auswirkungen erwähnt) durch die relativ kurze Aufeinanderfolge von Sportgroßveranstaltungen in der Region Salzburg zusätzliche Multiplikatoreffekte generiert werden. Der aus dem Marketing bekannte „Reminder Effect“ wirkt besonders als eine Verstärkung der Impulse auf die Imageentwicklung und auf den Bekanntheitsgrad der Region. Dieser Effekt beschreibt eine gesteigerte Aufmerksamkeit und einen höheren Wiedererkennungswert bei der kurzfristigen Wiederholung einer Information (zum Beispiel einer Werbebotschaft). Durch die Wiederholung einer Botschaft erhöht sich zum Einen das Verarbeitungsniveau der Information, zum Anderen die Speicherwahrscheinlichkeit der Botschaft.

Für die Region Salzburg bedeutet das in Summe zum Beispiel einen weit höheren Werbe- wert und höhere Effekte auf den Bekanntheitsgrad, als es die einfache Aufsummierung der Einzeleffekte ergeben würde. Der für Sportgroßveranstaltungen kurze Zeitraum zwischen der Rad WM 2006, der EURO 2008 und der olympischen Winterspiele 2014 bewirkt dadurch eine stärkere Verankerung des „sportlichen Images“ der Region Salzburg in dem Bewusstsein potentieller (Sport-)Touristen. Die jeweils positive Werbewirkung der vorangegangenen

Sportgroßveranstaltung wird in Folge durch die nächste Veranstaltung weiter verstärkt. Dadurch kann die starke Positionierung Salzburgs im Bereich des Sporttourismus mit einem in Summe geringeren Werbeaufwand gesteigert werden.

## **7.1. Qualitative Effekte der Bewerbung für die Olympischen Winterspiele 2014**

Bisher wurden in den Berechnungen vor allem jene Effekte berücksichtigt, welche bei einer Entscheidung für die Olympischen Winterspiele 2014 in Salzburg durch die Vorbereitungs- und Durchführungsarbeiten entstehen. Dabei bleibt jedoch unberücksichtigt, dass bereits die Bewerbung Salzburgs für die OWS positive Effekte auslösen kann: neben den, durch das Bewerbungsbudget ausgelösten, Wertschöpfungs-, Beschäftigungs-, Kaufkraft und fiskalischen Effekten werden auch positive Effekte ausgelöst, welche nicht unbedingt monetär bzw. direkt quantifizierbar sind. In diesem Kapitel erfolgt daher eine Darstellung dieser so genannten positiven externen Effekte sowohl der Bewerbung als auch einer möglichen Durchführung der Olympischen Winterspiele in Salzburg im Jahr 2014

### **7.1.1. Ehrenamtliche Helfer und Mitarbeiter**

Bei der Durchführung Olympischer Winterspiele ist es üblich, dass auf eine große Anzahl ehrenamtlicher Mitarbeiter zurückgegriffen wird, ohne die eine solche Großveranstaltung fast undenkbar zu organisieren wäre. Die Bewerbung Salzburgs für die OWS 2014 zeichnet sich dadurch aus, dass bereits in dieser „Vorbereitungsphase“ rund 120 ehrenamtliche Mitarbeiter ihr Know-how für die im Rahmen des Bewerbungsdokuments notwendigen Planungen und Berechnungen zur Verfügung gestellt haben. Rechnet man diesen Arbeitsaufwand hoch, so entspricht dies mindestens einem Wert von 597.000 US\$.

### **7.1.2. Infrastruktur- und Planungsschub**

Im Rahmen der Vorbereitungen für das Bewerbungsdokument, wurde auch intensiv an den Infrastruktur-Rahmenbedingungen für die Durchführung Olympischer Spiele gearbeitet. Mit der Hilfe vieler Experten, die ihr Wissen kostenlos zur Verfügung gestellt haben, wurden die in Salzburg vorzufindenden Rahmenbedingungen auf infrastruktureller Ebene genau dargestellt und umfassende Planungsarbeiten durchgeführt. Die daraus resultierenden Infrastruktur-Konzepte stellen einen Wert dar, welcher – ohne eine Bewerbung Salzburgs für die OWS – wohl nie und wenn, dann nur unter enormen Kostenaufwand, erarbeitet worden wäre. Diese Konzepte stellen daher einen erheblichen Nutzen für die Öffentlichkeit dar, der für die Region Salzburg – auch wenn sie den Zuschlag zu den Spielen nicht erhalten sollte – auf jeden Fall von Vorteil ist.

### **7.1.3. Zusatzveranstaltungen in Salzburg**

Bereits mit der Bewerbung zu den Olympischen Winterspielen 2014 konnten zusätzliche Veranstaltungen für Salzburg „gewonnen“ werden, die ohne eine solche Bewerbung wohl nie

in Salzburg stattgefunden hätten. Dazu zählen beispielsweise die „Nacht des Sports“ mit der österreichischen Sporthilfe, die Einkleidung der ÖSV-Läufer oder auch der Big Air World Cup. In dieser Aufzählung unberücksichtigt sind die vielzähligen Pressekonferenzen, die ebenfalls viele Medienvertreter nach Salzburg bringen.

#### **7.1.4. Imagezuwachs**

Das Image bzw. dessen Zuwachs ist für eine Stadt oder Region standortpolitisch von großer Bedeutung. Der Imagezuwachs, der durch die Veranstaltung eines Events, wie die Olympische Winterspiele, entsteht, kann zwar nicht direkt gemessen, aber mittels eines Indikators zumindest abgeschätzt werden. Als Indikator für den Imagezuwachs durch die Bewerbung der Stadt Salzburg für die OWS kann die Medienpräsenz einer Stadt bzw. Region verwendet werden. Die Medienpräsenz kann durch einen Pressespiegel erhoben und ausgewertet werden. Wichtig ist dabei nur, dass im vorhinein festgelegt wird, in welchen Medien und in welchem Umfang Präsenz erwünscht ist. Dem Ergebnis können Werbeausgaben gegenübergestellt werden. Weiters ist zu beachten, dass dieser Indikator unter Umständen nur einer von vielen ist.

#### **7.1.5. Identität**

Die Identität ist zwar von großer Bedeutung, jedoch sehr schwer messbar. So hat Bohm (1977) eine besondere Methode entwickelt, wie Individuen befragt werden können, ohne dass sie nennenswerte Anreize erhalten, sich strategisch zu verhalten. Throsby und Withers (1997), welche dieses Verfahren auf eine Repräsentativstichprobe von australischen Steuerzahlern anwenden, kommen zum Ergebnis, dass 70 % der Befragten höhere öffentliche Ausgaben für Sport, Kunst und Kultur befürworten, ferner, dass 80 % von ihnen Senkungen anderer Staatsausgaben einer Steuererhöhung vorziehen würden. Morrison und West (1997) haben eine nochmals verfeinerte Umfrage in Kanada durchgeführt. Sie fragen jene, welche sich selbst als Nicht-Besucher von Kunst- und Kulturveranstaltungen bezeichneten, sich aber gleichwohl für eine Steuerfinanzierung der bestehenden staatlichen Kunstförderung aussprachen, nach der Art des Nutzens, den sie als Gegenwert für ihre Steuerzahlung empfinden. Die hauptsächlichen Antworten lauten: Das Gefühl des Nationalstolzes, die Möglichkeit der Nutzung in der Zukunft, die Wohlfahrt der künftigen Generationen u.ä.m..<sup>28</sup>

Wie die Studien zeigen, ist auch jener Teil der Bevölkerung, der ein Event nicht konsumiert, unter anderem aus Identitätsgründen für die Förderung der Einrichtungen. Es ist vielen

---

<sup>28</sup> Werner W. Pommerehne, Bruno S. Frey, Staatliche Förderung von Kunst und Kultur: Eine ökonomische Betrachtung, Jahrbuch für Sozialwissenschaft, Band 38, 1987, S. 265

Menschen wichtig, als Teil einer Kulturnation gesehen zu werden und als solcher auftreten zu können.

#### **7.1.6. Bildung**

Bildung im soziologischen Sinne bedeutet die Gestaltung und Umformung des Menschen durch die Vermittlung von inneren Anlagen und äußeren Einflüssen. Bildung meint sowohl die Prozesse der Mitteilung und Entwicklung von Kenntnissen, Erkenntnissen, Fähigkeiten, Fertigkeiten, Werthaltungen, Gefühlen, Einstellungen usw. als auch deren Ergebnis.[...] Durch Bildung wird der Mensch erst zur Person oder "Persönlichkeit", indem er in Auseinandersetzung mit den (historisch gewachsenen und veränderlichen) materiellen, geistigen und kulturellen Angeboten seiner Umwelt zu einer bestimmten strukturell-existentiellen Verfassung seines Wertens, Wollens, Wissens und Fühlens gelangt<sup>29</sup>. Schon nach dieser Definition für Bildung wird klar, dass zwischen Bildung und Kultur und Sport ein enger Zusammenhang besteht.

Welche Effekte in der Bildung und Weiterbildung bzw. der Erweiterung der Wahrnehmung festzustellen sind; ob und wie die Kreativität in Zivilberufen steigt; welchen Stellenwert künstlerische, kulturelle und sportliche Events bezüglich der Bildung im Vergleich zu permanent bespielten Einrichtungen einnehmen, kann, wie bereits erwähnt, nicht ausschließlich mittels der Ökonomie beantwortet werden.

#### **7.1.7. Immaterielle Effekte von Sport**

Events können im Bereich des Sportes Anreize zur regelmäßigen Sportausübung bieten. Per se üben sie auf Grund ihrer geringen zeitlichen Erstreckung hingegen keine nennenswerten Auswirkungen auf die Gesundheit aus. Die Sportsoziologie kennt neben der Verbesserung der Gesundheit noch eine Reihe anderer immaterieller Effekte. So befasst sie sich mit Zusammenhängen zwischen der Leistungsgesellschaft und den sportlichen Wert- und Verhaltensmaßstäben [... dem ...] Sport als Ausgleichsreaktion zur Arbeits- und Berufswelt [...] dem Sport als Realisationsform sozialer Chancengleichheit und (insbesondere geschlechtlicher und rassischer) Gleichberechtigung [... dem ...] Sporteinfluss (insbesondere bei Kindern und Jugendlichen) auf die Persönlichkeitsbildung sowie auf das gesundheitliche und politische Bewusstsein sowohl der Sportaktiven als auch der Sportkonsumenten<sup>30</sup>.

---

<sup>29</sup> Hartfiel Günther, Wörterbuch der Soziologie, Alfred Körner Verlag, Stuttgart 1972, S. 86

<sup>30</sup> Hartfiel Günther, Wörterbuch der Soziologie, Alfred Körner Verlag, Stuttgart 1972, S. 620

## **7.2. Qualitative Effekte der Durchführung der Olympischen Winterspiele**

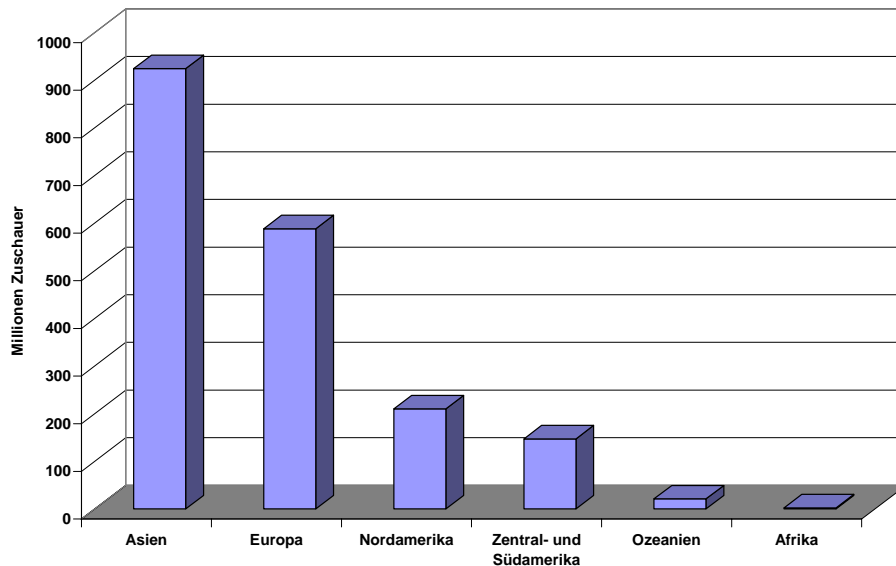
### **7.2.1. Auswirkungen auf den Bekanntheitsgrad der Region durch die Zuschauerzahlen**

Die OWS bieten eine einzigartige Möglichkeit, durch die umfangreiche und vorteilhafte Medienpräsenz in allen klassischen Medien in mehr als 160 Ländern der Welt die Bekanntheit Salzburgs als Wintertourismusdestination zu erhöhen und dadurch die Anzahl der Besucher während der Spiele und nach den Spielen zu steigern. Die wirtschaftlichen Auswirkungen dieser impliziten Werbung hängen zum großen Teil davon ab, inwieweit Salzburg und seine Tourismuswirtschaft die Medienpräsenz in zusätzliche Besucherströme umwandeln kann.

Die Aufmerksamkeit der Medien erhöhte sich bei allen Bewerbern schon mit der Bekanntgabe ihrer Bewerbung um die Olympischen Winterspiele 2014 und wird dann, beschränkt auf den erfolgreichen Bewerber, ihren Höhepunkt während der Spiele im Jahr 2014 erreichen.

Im Rahmen der Spiele wird der Gastgeber eine massive Präsenz in allen Medien erfahren. Bei der OWS 2002 in Salt Lake City betrug die Fernsehübertragungszeit insgesamt 10.416 Stunden, davon 2.350 Stunden prime-time. Während dieser Zeit wurde umfassend über das Gastgeberland und die austragende Region, ihre touristischen Sehenswürdigkeiten, ihr Tourismuspotenzial und ihre Tourismusinfrastruktur berichtet, mit einem entsprechend großen Werbeimpact auf die 2,1 Milliarden Zuschauer weltweit.

**Abbildung 22: Salt Lake City 2002 Anzahl der Zuschauer nach Kontinent**



Quelle: IOC, SportsEconAustria.

Zum Vergleich: das Budget der Österreich Werbung betrug im Jahr 2001 35 Mio. €. Dieses Budget entspricht einem Äquivalent von 17 Stunden Werbung in der ARD *oder* 39 Stunden im ORF *oder* eine Stunde auf NBC.

Während der OWS 2002 betrug die Übertragungszeit der Spiele in Österreich 213 Stunden, was einem Äquivalent von 6,2 Stunden Werbung für die austragende Region Salt Lake City im ORF entspricht. Aber die Spiele wurden gleichzeitig in die ganze Welt übertragen, d.h. in 160 Ländern der Welt wurde während der Spiele kostenlose Werbung für Salt Lake City gemacht.

Ähnlich wie im Fall von Salt Lake City wird die Übertragung der OWS 2014 ein enormes Volumen an Werbung für die austragende Region, Salzburg und Österreich bedeuten. Für die Tourismuswirtschaft in Salzburg und Österreich bleibt die Herausforderung, diese kostenlose Werbung in eine größere Anzahl an Touristenankünften und Übernachtungen umzusetzen.

### **7.2.2. Langfristige Effekte des Imagegewinnes und des steigenden Bekanntheitsgrades auf die Region Salzburg**

Internationale Vergleiche und wiederholte Analysen zwischen Gastgebern olympischer Spiele zeigen allgemeine Muster auf. Die Bewerbungen von beispielsweise Lillehammer, Calgary oder Albertville waren allesamt erfolgreich, sodass sie als Austragungsregionen für OWS ausgewählt wurden. Dennoch wurden auch immer wieder Fehler gemacht: z.B. in Lillehammer 1994, wo unrealistisch hohe Erwartungen einen langfristig anhaltenden Tourismusboom prognostiziert und damit viel zu hohe Investitionen ausgelöst haben.

Salzburgs Bewerbung kann nicht nur von den positiven Bewerbungen seiner Vorgänger profitieren, sondern hat den Vorteil und die Möglichkeit, aus Fehlern, die im Rahmen der Bewerbung, Planung und Durchführung vorangegangener Spiele gemacht wurden, zu lernen. Die ex-post-Analyse von Großveranstaltungen ermöglicht eine Verbesserung der Qualität von ex-ante-Beurteilungen einzelner Großprojekte, wobei jedoch stets auf die konkreten Rahmenbedingungen eingegangen werden muss. Ziel ist es, aus früheren Mega-Events zu lernen und damit künftige Probleme zu reduzieren.

Die Erfahrungen zeigen, dass einmalige Events nur in den seltensten Fällen eine dauerhafte Verbesserung des Arbeitsmarktes sowie dauerhaften Impuls für die regionale Entwicklung und den Tourismus bringen, da sie einfach zu kurz dauern. Stattdessen ist vielmehr ein kurzzeitiger Effekt auf den Tourismus anzunehmen. Im Vergleich dazu können wiederholte Events jedes mal einen Impuls aussenden, wenn sie abgehalten werden, und so für ein andauerndes Wachstum sorgen. Der Bekanntheitsgrad eines wiederholten Anlasses kann mit dem Event wachsen und so immer mehr Besucher anziehen. Einmalige Events, wie Olympische Spiele, haben keinen vergleichbaren Impuls. Gerade aus diesem Grunde plant man in Salzburg neben der Veranstaltung der Olympischen Winterspiele auch die Rad WM 2006 und die EURO 2008, um so den Bekanntheitsgrad kontinuierlich zu steigern.

Die Olympischen Winterspiele selbst dauern in der Regel und 14 bis 16 Tage; Bewerbung, Planung und Vorbereitung hingegen nicht selten zwischen 10 und 15 Jahren. Die Gastgeberregion befasst sich demnach über eine sehr lange Zeit mit dem Event, während der erhoffte Boom während des Anlasses nur sehr kurz dauert. Touristenzustromtheorien, welche das Gesamtprojekt von der ersten Idee bis zur endgültigen Umsetzung abdecken, gehören grundsätzlich zwei verschiedenen Ausrichtungen an: der „neue Ebene“-Theorie, in der ein neues Szenario auf einer neuen Ebene erreicht wird, und der „zurück zum Normalzustand“-Theorie, in welcher es sich um ein Zurückkehren zu Normalverhältnissen handelt.

Bei der „neue-Ebene“-Theorie geht man davon aus, dass eine Großveranstaltung bleibende Auswirkungen auf den Tourismus nach der Veranstaltung hat, da der erhöhte Bekanntheitsgrad, die zusätzlichen Attraktionen und die verbesserte Erreichbarkeit alle direkt oder indirekt

mit diesem Ereignis zusammenhängen. Die kumulierten Folgen all dieser Veränderungen sollen der Gastgeberregion eine verbesserte Wettbewerbsfähigkeit am Touristikmarkt verleihen, sodass die Nachfrage auf ein neues Niveau angehoben wird. Der tatsächliche Gesamteffekt hängt dann von den Verbesserungen im Vergleich mit anderen Touristendestinationen ab.

Das „zurück zum Normalzustand“-Szenario geht hingegen von einer glockenförmigen Verlaufskurve des Touristenzustroms aus, wobei Veränderungen im Touristenzufluss auf eine Zunahme vor und eine Abnahme des Medieninteresses nach der Veranstaltung zurückgeführt werden. Die Glockenform der Kurve zeigt, dass von einer langfristigen Zunahme der Wettbewerbsfähigkeit nicht ausgegangen werden kann, da der ökonomische Anreiz und das Interesse der Medien nur gerade vor, während und noch etwa ein Jahr nach dem Anlass vorhanden sind und dann schnell nachlassen und allmählich verschwinden.<sup>31</sup>

Häufig wird die Großveranstaltung selbst als einziger Motor für die erwarteten Veränderungen angesehen. Die Effekte werden – bei Konstanz aller anderen beteiligten Kräfte – als die Differenz zwischen der Situation vor und nach den Spielen definiert. Eine solche Stabilitätsannahme ist umso ungewöhnlicher, wenn man bedenkt, dass ein solches Großprojekt meist zwischen 8 und 10 Jahren dauert. In Folge der Veranstaltung kann es sowohl im öffentlichen als auch im privaten Sektor zu so genannten sekundären Veranstaltungen, wie Erlebnisparks, Museen oder verbesserten öffentlichen Diensten, kommen, sodass nur ein Teil der längerfristigen Tourismusveränderung auf die Veranstaltung selbst bezogen werden kann.

Vielmehr gilt, dass die Wirkung einer Großveranstaltung auf den Tourismus das Resultat vieler verschiedener Kräfte ist, die interaktiv und kumulativ den dynamischen Entwicklungsprozess im Zeitraum von bis zu 20 Jahren kreieren.

### **7.2.3. Erfahrungen aus Lillehammer (1994)**

Aus der amtlichen Übernachtungs-Statistik lässt sich klar zeigen, dass die OWS einen starken Konzentrationseffekt auf die Nachfrage ausübten. Die Bereitschaft der Besucher, eine gewisse Distanz zwischen ihrer Unterkunft und den sportlichen Ereignissen in Kauf zu nehmen, war um einiges geringer, als man ursprünglich angenommen hat. Für die Gesamtregion stellten die Spiele daher eher eine Enttäuschung dar.

Die langfristige Entwicklung im Tourismus präsentiert sich als Kombination eines „neuen Niveau“- und „zurück zu Normalverhältnissen“-Muster: der Zuwachs im Tourismus begann 3

---

<sup>31</sup> Eine solche signifikante Zunahme und anschließende Abnahme des Bekanntheitsgrades ist beispielsweise für die Olympischen Spiele in Calgary 1988 dokumentiert.

Jahre nach der Wahl und damit viel später als vorhergesagt, dauerte rund 2 Jahre und verzeichnete bereits unmittelbar nach den Spielen einen starken Rückgang. In den Folgejahren variierte der Touristenzustrom stark, lag jedoch auf einem um 55 bis 60 Prozent höherem Niveau als unmittelbar nach der Wahl. Dieser langfristige Zusatzeffekt lässt sich vor allem auf den Freizeittourismus zurückführen, wobei die größte Wirkung am inländischen Markt erzielt wurde: die Anzahl der Norwegischen Gäste stieg von 1991 bis 1997 um 60 %, die Zahl der ausländischen Gäste mit ca. 28 % hingegen nur etwa halb so viel an<sup>32</sup>. Die Nachfrage aus dem Ausland sank 2 oder 3 Jahre nach den Spielen kontinuierlich.

Die lokale Tourismusbranche stand damit vor dem Problem einer gesunkenen Nachfrage bei einer gleichzeitig ausgeprägten Überkapazität. Die Prognosen, welche ein dynamisches Wachstum durch den positiven Imageeffekt voraussagten, wurden nicht erfüllt.

Vielmehr zeigen die Erfahrungen aus Lillehammer, dass ein verbessertes Image gerade für die langfristige Entwicklung im Tourismus weit weniger wichtig ist als ein verbessertes Freizeitangebot, wie es in den „Satellitengebieten“<sup>33</sup> aufgebaut wird. Profitieren konnten vor allem jene Gemeinden, welche im Zuge der Spiele zu verbesserten Einrichtungen (z.B. Skiliften) kamen – hier konnte bereits vor den Spielen ein deutlicher Zuwachs an Touristen verzeichnet werden, sobald diese Einrichtungen betriebsbereit waren. Diese dynamische Entwicklung setzte sich auch nach den Spielen fort, sodass 3 Jahre danach ein um 240 Prozent höheres Niveau verzeichnet werden konnte, als unmittelbar nach der Wahl.

Anderswo in der Region, außerhalb des Zentrum und der Satellitengebiete, blieb die Nachfrage vor, während und nach der Durchführung der OWS überraschend stabil: vergleicht man die Zuwachsraten der ersten 3 Jahre nach der Wahl mit den ersten 3 Jahren nach den Spielen, so zeigt sich fast keine Veränderung. Sogar während der Spiele hat ein Zuwachs von nur 7 % stattgefunden. Diese Entwicklung entsprach jedoch in keiner Form den Vorhersagen, welche von einem starken und anhaltenden Wachstum von jährlich 11 % in der gesamten Gastgeberregion ausging. Hohe Investitionen und national finanzierte Marketingprojekte zur Entwicklung eines gemeinsamen Markennamens hatten damit in vielen Teilen der Regionen einen Effekt gleich Null.

Fazit: Signifikante kurz- und längerfristige Effekte sind auf ein Gebiet rund um die Gastgebergemeinde (ca. 30 – max. 60 Minuten Fahrzeit) und Gemeinden mit neuen Sportangeboten (Zentrum und Satelliten) beschränkt. Das große Medieninteresse hat zwar Bekanntheitsgrad und Image der Region um Lillehammer verbessert, allerdings scheinen diese beiden Faktoren alleine für eine Änderung der Reisegewohnheiten nicht auszureichen.

---

<sup>32</sup> Und damit um nur 7 Prozent mehr als in anderen Regionen Norwegens.

<sup>33</sup> Der Hauptaustragungsort der OWS wird im allgemeinen als zentraler Kern (Core), die übrigen Austragungsorte als Satelliten bezeichnet.

Aus quantitativer Sicht bedeutet dies, dass – im Vergleich mit einem Basisszenario<sup>34</sup> - die OWS für einen Langzeiteffekt in Höhe einer rd. 15 %-igen Steigerung im Tourismus der Region verantwortlich sind. Die Langzeiteffekt in den Skigebieten der Satelliten liegen sogar drei mal höher. Die Gesamteffekte der Nachfrage im Tourismus sind dabei stets auf eine Menge von Faktoren zurückzuführen, nämlich:

- Saisonale Faktoren: Klima, Arbeit, Schule, saisonale Preisangleichungen
- Kalendarische Effekte: Anzahl der Wochenenden und Tage pro Monat
- Allgemeines Wachstum in der Reisebranche
- Zusätzliches Wachstum der nationalen Wirtschaft
- Preiseffekte bezüglich Wechselkurs und Inflation
- Besondere Veränderungen während der Olympischen Spiele
- Zusätzliche Effekte durch positives Marketing und neue Sportangebot.

#### **7.2.4. Die Spiele von 1988 in Calgary**

Absolut betrachtet nahm die Belegung der Gästezimmer in Calgary City nach den Spielen um 10 bis 20 Prozent zu. Auf Grund von multivariaten Modellen lässt sich jedoch zeigen, dass vor allem das außergewöhnlich hohe Wirtschaftswachstum in der Gastgeberprovinz Alberta für den Anstieg im Tourismus von Calgary verantwortlich und der einzige signifikante Faktor für die Erklärung der Belegungsraten war. Um darzustellen, wie wichtig die Betrachtung der allgemeinen Rahmenbedingungen in der Bewertung der ausgelösten Effekte ist, sollen die Zusammenhänge, die 1988 zusammenspielten, kurz erläutert werden.

Als der Ölpreis 1986 fiel, hat die kanadische Gastgeberprovinz – in der Absicht, einen Schaden für die wichtige Öl- und Gasindustrie zu verhindern – das Besteuerungssystem verändert. Während der Spiele 1988 hatten erhöhte Profite zur Folge, dass die Löhne anstiegen und die allgemeine um 8 % auf den höchsten Stand seit 1981 anstieg. Die Wirkung der Spiele gesellte sich somit zu starken wirtschaftlichen Wirkungen in der Region hinzu. Der unerwartete Business-Cycle in Alberta erklärt auch, warum die Spiele in Calgary keine extern-internen Substitutionseffekte hatte, wie beispielsweise in Norwegen. Die Bewohner Albertas erhöhten nämlich die Nachfrage für internen Tourismus nach den Spielen

---

<sup>34</sup> Entwicklung des Wintertourismus in Lillehammer, wenn die Spiele nicht stattgefunden hätten.

nicht – vielmehr ging der Marktanteil an Kurzreisen von Einheimischen sogar zurück. Dies basiert vor allem auf der Theorie, dass die Einwohner bei angespannter wirtschaftlicher Situation dazu tendieren, Urlaub in der Heimat zu machen, während sie – wenn sich die wirtschaftliche Situation verbessert – außerhalb ihrer Provinz Urlaub machen.

### **7.2.5. Die Spiele von 1992 in Albertville**

Auch in Albertville wurde die weitere Entwicklung im Tourismus durch eine Vielzahl von miteinander interagierenden Faktoren bestimmt. Nach den Spielen erreichte die auf den Wintertourismus ausgerichtete Gastgeberregion Savoyen ein neues Niveau, welches um etwa 10 bis 15 Prozent höher liegt als vor den Spielen. Erklärt werden kann die Zunahme nach 1992 vor allem durch folgende Faktoren: während der letzten drei Jahre vor den Spielen wurde nur ein geringes Wachstum der französischen Kaufkraft verzeichnet, was zu sehr moderaten Zuwächsen im Tourismus führte. Hinzu kamen in den Wintern der Jahre 1989 bis 1991 schlechte Schneeverhältnisse, die das Wachstum ebenfalls bremsen. Eine erstarkte inländische Wirtschaft und bessere Schneeverhältnisse haben somit mit den Olympischen Spielen interagiert. Hinzu kommt, dass durch einen relativen Preisanstieg in der Schweiz und Österreich viele, insbesondere britische, Urlauber nach 1992 Frankreich als Wintersport-Destination wählten. Die tatsächlich durch die Olympischen Spiele ausgelösten positiven Effekte könnten demnach eine geringere Wirkung als auf den ersten Blick vermutet erzielt haben.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die langfristige Tourismusedwicklung nach den Spielen in allen drei Fällen durch mehrere unterschiedliche Faktoren bestimmt wurde. Der partielle Effekt, der durch die Großveranstaltung der Olympischen Spiele ausgelöst wurde, ist damit kleiner, als es die Veränderungen im Tourismus vermuten lassen. Von äußerster Wichtigkeit waren die Interaktionseffekte, allen voran das wirtschaftliche Wachstum in der Region. Dennoch konnte in allen der betrachteten Regionen nach den Spielen ein neues, höheres Niveau der touristischen Nachfrage erreicht werden. Abhängig von der Ausgangssituation konnte eine Erhöhung von 10 bis zu 25 % festgestellt werden, während ein ähnlich dynamisches Wachstum im Tourismus im internationalen Vergleich nicht festgestellt werden konnte. Ausgehend von den Vorhersagen, muss jedoch festgehalten werden, dass diese mit einem Minus von 55 bis zu 80 % deutlich unterschritten wurden. Negative Folgen in den Regionen sind massive Belastungen des Budgets, ein deutliches Überangebot und ein enormer Preisdruck.

Realistischere Einschätzungen der Wirkungen hätten eine Anpassung der Planung an die lokalen Bedürfnisse nach den Spielen ermöglicht und damit geholfen, diese negativen Effekte abzuwenden. Verantwortlich dafür sind auch viele Fehlprognosen, die häufig bewusst gemacht worden sind, um bei Behörden und der Öffentlichkeit eine positive

Einstellung gegenüber den Spielen zu erzeugen, die zu hohen Erwartungen und Investitionen geführt haben, welche in der Realität jedoch nicht umgesetzt werden konnten.

#### **7.2.6. Schlussfolgerungen für Salzburg 2014**

Betrachtet man die Rahmenbedingungen, so sind diese für Salzburg sehr positiv: es ist geographisch zentral in Europa gelegen, gilt als eine der wirtschaftlich stärksten Regionen Europas und bietet seinen Einwohnern einen hohen Lebensstandard. Hinzu kommt, dass der Tourismus einen der wichtigsten Wirtschaftsfaktoren darstellt und sich dieser vor allem im hochqualitativen Segment bewegt. Salzburg ist darüber hinaus – vor allem durch seine kulturelle Positionierung – weltweit bekannt.

Die Erfahrungen zeigen, dass einmalige Events in einer Region nur wenig Wirkung zeigen und nur durch wiederholte Veranstaltungen ein anhaltender Effekt erzielt werden kann. Salzburg und die Austragungsregion profitieren hier davon, dass – unabhängig von einer Bewerbung zu Olympischen Winterspielen – bereits die Austragung der Rad WM 2006 und der EURO 2008 fixiert worden ist. Hinzu kommen laufende Weltcup-Veranstaltungen in fast allen Austragungsdisziplinen. Weiters ist geplant, dass bereits im Vorfeld der Spiele (2-Jahres-Raum) laufend Testveranstaltungen an den entsprechenden Veranstaltungsorten durchgeführt werden und die Austragungsorte auch nach den Spielen einer entsprechenden Nachnutzung zugeführt werden. Es kann somit eine Medienpräsenz erwartet werden, welche nicht ausschließlich auf die einmalige Großveranstaltung der OWS beschränkt ist.

Eng mit den vorigen Ausführungen verbunden ist, dass – mit der vielfältigen und jahrelangen Expertise und Erfahrungen in der Durchführung von Sportgroßveranstaltungen – die Leistungsfähigkeit der Infrastruktur bereits heute auf internationalem Niveau ist und darauf aufgebaut werden kann. Nicht einmal im Hotel- und Gaststättenwesen ist es notwendig, zusätzliche Kapazitäten aufzubauen, da diese – auch im engsten Umkreis der Austragungsorte – ausreichend vorhanden sind. Die Gefahr der Schaffung von Überkapazitäten nach den Spielen und ein damit verbundener Preiskampf sind somit ausgeschlossen.

Es kann erwartet werden, dass eine Positionierung Salzburgs als „Sportland“ in Kombination mit der Ausrichtung auf „Kultur“ zusätzliche Auswirkungen im Hinblick auf den Bekanntheitsgrad und das Image hervorruft, da damit auch andere Gästesichten angesprochen werden. Das in Salzburg zum Wintersport vorhandene kulturelle Komplementärangebot schafft Salzburg ohne Zweifel einen Wettbewerbsvorteil - selbst wenn es durch die OWS langfristig zu keiner verstärkten Nachfrage im Wintertourismus kommen sollte, kann dennoch erwartet werden, dass möglicherweise die Aufenthaltsdauer der Gäste durch ein solches Zusatzangebot verlängert wird. Würde beispielsweise die Aufenthaltsdauer um durchschnittlich nur einen halben Tag (zum Konsum kultureller Angebote) verlängert werden, würde dies pro Wintersaison bereits Mehreinnahmen von 115 Mio. US\$ bedeuten.

### **7.3. Qualitative Effekte der Rad WM 2006 und der EURO 2008 auf die Region Salzburg**

Die Hauptprofiteure der EURO 2008 und der Rad WM 2006 in Österreich werden die Hotels, Restaurants und alle im Tourismus tätigen Unternehmen in den betroffenen Regionen, so auch besonders die Region Salzburg, sein. Die Tourismusbranche profitiert am höchsten vom Besucherzuwachs im Rahmen dieser Großveranstaltungen. Zusätzlich erhalten die lokalen Behörden indirekt höhere Einnahmen durch zusätzliche Inlandsausgaben der Touristen.

Aber neben den bereits weiter oben beschriebenen wirtschaftlichen Effekten entstehen durch die Austragung der Rad WM 2006 und der EURO 2008 weitere positive, nicht quantifizierbare Effekte für die österreichische Gesellschaft.

#### **7.3.1. Identität**

So kommt es zu einem erhöhten Identifikationseffekt in der Bevölkerung der Regionen, in denen die Sportgroßveranstaltungen abgehalten werden. Eine höhere Identifikation der Salzburger mit der Region, der Veranstaltung, der Stadt und dem gesamten Land kann beobachtet werden.

#### **7.3.2. Rahmenbedingungen**

Der Wert der Verbesserungen, die im Rahmen dieser Veranstaltungen durchgeführt werden, kann zwar nicht in Zahlen gemessen werden, deren Wert ist jedoch unbestritten. Dazu zählen zum Beispiel bessere Trainingsmöglichkeit, Arbeitsbedingungen oder die Entwicklung der Bedeutung des Sportes (Fußball und Radsport) in der gesamten Region. Natürlich kommt es auch zu einer Verbesserung der bestehenden Infrastruktur. Dadurch werden die Verkehrsverbindungen ausgebaut, die Verkehrswege werden kürzer und schneller überbrückbar, was zu einem Zeitgewinn der Anrainer führt.

#### **7.3.3. Ehrenamtliche Helfer und Mitarbeiter**

Eine Großveranstaltung wie die Rad WM 2006 oder die EURO 2008 kann nur mit Hilfe einer großen Anzahl an Freiwilligen Helfern durchgeführt werden. Dabei ist es von großem Nutzen, dass der "Österreichischer Fußballbund" (ÖFB) sehr gut strukturiert und organisiert ist. Jedes Wochenende sind ungefähr 600,000 Spieler, Zuschauer und Angestellte in Fußballveranstaltungen involviert. Das zeigt die hohe Popularität dieses Sports in Österreich. Viele dieser Teilnehmer arbeiten freiwillig und unentgeltlich, sie werden bei der EURO 2008 besonders hoch motiviert sein, und ihre Arbeitskraft zur Verfügung stellen. Auch im Rahmen

der Rad WM 2006 werden eine große Anzahl (ca. 5000 Akkreditierungen) von freiwilligen Helfern im Einsatz sein, und so die problemlose Durchführung der Veranstaltung erst möglich machen. Auf der anderen Seite können die Helfer ihre bereits erworbenen Fähigkeiten im Rahmen dieser Großveranstaltungen weiter ausbauen, um es eventuell später wieder anwenden zu können. Auch das Zusammengehörigkeitsgefühl wird durch das gemeinsame Arbeiten im Rahmen der Rad WM 2006 und der EURO 2008 weiter erhöht und das soziale Gefüge gestärkt.

#### **7.3.4. Imageverbesserung**

Die Bekanntheits- oder Imageeffekte im Rahmen der Austragung der Rad WM 2006 und der EUO 2008 sind für den Veranstaltungsort, daher besonders für das Land und die Stadt Salzburg, sehr hoch. Die Steigerungseffekte des Bekanntheitsgrades und des Images der Region sind jedoch nur sehr schwer zu quantifizieren. Als Schätzwert kann zum Beispiel die steigende Nennung der betroffenen Region in den Printmedien im In- und Ausland verwendet werden. Der Wert der Medien-Reichwerte für die EURO 2008 wurde von der UEFA durch TNSSPORT geschätzt. Der gesamte Werbewert wird auf € 113 Millionen geschätzt. Auf Westeuropa entfallen davon € 93.9 Millionen, auf Osteuropa € 15.9 Millionen und Asien € 3.5 Millionen. Dieser Wert konnte auf Basis der Europameisterschaften in Portugal ermittelt werden. Dabei wurde auch eine Unterscheidung zwischen der „Marke Portugal“ und der „Marke Veranstaltungsorte“ durchgeführt. Besonders interessant für Salzburg ist der dabei ermittelte Werbewert für die Veranstaltungsorte von insgesamt € 66 Millionen. In Bezug auf die Rad WM 2006 ist zu betonen, dass sich die ausgestrahlten Fernsehbilder nicht ausschließlich auf den Radsport konzentrieren werden. Zu erklären ist das Ganze besonders gut am Beispiel der Tour de France. Während der Rennen werden immer wieder Bilder von Sehenswürdigkeiten gezeigt, es wird daneben jedoch die gesamte Region mitpräsentiert. Die Kommentatoren werden entsprechende Informationen zu den Örtlichkeiten, Sehenswürdigkeiten in ihre Berichterstattung mit aufnehmen und so an das Fernsehpublikum mit transportieren, was einen zusätzlichen Imagetransfer der gesamten Region Salzburg darstellt. Die dadurch erreichte höhere Wahrnehmung der Region Salzburg im Ausland kann für potentielle Gäste ein Argument für einen Urlaub in Österreich bzw. Salzburg sein. Weiters können auch Unternehmen in ihren Standortentscheidungen positiv beeinflusst werden. Dadurch kann es nach Beendigung sowohl der Rad WM 2006 als auch der EURO 2008 zu positiven Folgewirkungen kommen. Barcelona kann hier als besonders positives Beispiel einer lang anhaltenden Imageverbesserung angeführt werden.

#### **7.3.5. Verbesserung der Einstellung**

Die Chancen einer internationalen Präsentation Salzburgs während der Sportgroßveranstaltungen impliziert die Entwicklung neuer Perspektiven oder Visionen, die über die momentanen Grenzen hinweggehen. Diese Effekte verändern das soziale Umfeld,

dieses beeinflusst wiederum die regionale Entwicklung. Einige positive Veränderungen im öffentlichen Bewusstsein werden hier angeführt:

- Das Bewusstsein, dass eine positive Beeinflussung der regionalen Entwicklung durch eine sportliche Großveranstaltung möglich ist
- Die Möglichkeit, im Zentrum des öffentlichen und medialen Interesses zu stehen
- Der Druck, neue Konzepte zu entwickeln und diese im Rahmen der Rad WM 2006 oder der EURO 2008 auch umzusetzen
- Veränderung der Selbsteinschätzung

### **7.3.6. Effekte auf das Freizeit- und Erholungsverhalten**

Die höheren Investitionen in die Sportinfrastruktur führen zu einer besseren Ausstattung der Bevölkerung Salzburgs mit Möglichkeiten, Sport auszuüben. Das kann zu einer Steigerung der Sportler oder der in ihrer Freizeit Sport ausübenden Bevölkerung führen. Das neue Stadion in Salzburg erhöht zudem die Attraktivität der Stadt. Durch eine Verbindung des Stadions mit der Infrastruktur für andere Sportarten kann sich Salzburg zu einem multifunktionalen Zentrum und einem populären Treffpunkt für Sportler zahlreicher Disziplinen entwickeln.

### **7.3.7. Effekte auf die Qualität des Sports**

Die Rad WM 2006 und die EURO 2008 kann für österreichische Entscheidungsträger ebenfalls dazu genutzt werden, um von international erfolgreichen Managern und Trainern zu lernen. Lokale Trainer können dazu motiviert werden, Kurse zu besuchen und ihr Wissen aufzubessern. Dieser Qualitätsschub im Sport kann auch zu einer qualitativen Verbesserung des Nationalteams im Radsport und im Fußball führen. Ein möglicher Erfolg im Fußball oder Radsport kann Teilnehmer auch anderer Sportarten zusätzlich motivieren.

### **7.3.8. Bildung**

Unter Bildung versteht man in der Soziologie das Formen der Menschen durch interne und externe Effekte. Bildung kann folgendermaßen verstanden werden:

- Kommunikationsprozess
- Entwicklung von Wissen, Fähigkeiten, Begabungen, Haltungen, usw.

Insbesondere ist Bildung für die Entscheidung über den Besuch bestimmter Veranstaltungstypen und für die Erzielung von Nutzen aus einer spezifischen Veranstaltung relevant.

#### **7.3.9. Soziale Aspekte**

Durch die Durchführung der Rad WM 2006 und der EURO 2008 werden Werte wie Teamfähigkeit, Fairness, Disziplin, und Kooperation gesteigert. Die Integration von Ausländern und Randgruppen in die österreichische Gesellschaft kann verbessert werden. Weiters fördern diese Sportgroßveranstaltungen die Identifikation mit dem eigenen Land

#### **7.3.10. Politische Aspekte**

Außenpolitisch kann die Rad WM 2006 und die EURO 2008 einen Beitrag zur internationalen Integration leisten. Innenpolitisch wirken sich Sportgroßveranstaltungen im Allgemeinen positiv für die jeweiligen Amtsinhaber aus.

## 8. Executive Summary

### Die Bedeutung von Sportgroßveranstaltungen

- Aufgrund steigender Attraktivität und Publikumswirksamkeit sportlicher Großveranstaltungen werden die WM im Radsport, die Europameisterschaften im Fußball oder die Olympischen Winterspiele für das ausrichtende Land zu einem zunehmend wichtigen Wirtschaftsfaktor.
- Mit der Bewerbung für die Olympischen Winterspiele 2014 sowie die Durchführung der Rad WM 2006 und der EURO 2008 werden direkte monetäre bzw. monetär bewertbare Effekte (Wertschöpfung, Beschäftigung, Kaufkraft, Steuern, touristische Impulse) sowie induzierte und Multiplikatoreffekte ausgelöst. Darüber hinaus kommt es aber auch zu externen Effekten, die sich monetär und nicht-monetär auswirken können.
- Einen monetär bewertbaren externen Nutzen erfahren vor allem Hotels, Restaurants und Tourismuseinrichtungen der Gastgeberregion, die von den Besucherausgaben profitieren. Auch von den zusätzlichen Steuereinnahmen profitiert aufgrund des Finanzausgleichs nicht nur die Region selbst, sondern alle österreichischen Gebietskörperschaften.
- Der externe, nicht monetäre Nutzen besteht vor allem in einer vergrößerten Identifikation der Bevölkerung mit ihrer Heimatregion und in einem gesteigerten Freizeit- und Erlebniswert. Image- und Werbeeffekte für die Stadt und die Region führen nicht nur zu steigenden Tourismuszahlen, sondern möglicherweise sogar zu einer Steigerung der Attraktivität als Industriestandort. Die Öffentlichkeit profitiert zudem von einem Infrastruktur- und Planungsschub, mittels dessen städtische Strukturdefizite früher als ohne Sportgroßveranstaltungen behoben werden.

### Methodik

- Von den unterschiedlichen in der Literatur angewandten Methoden zur Quantifizierung von Infrastrukturinvestitionen wird die Methode der Input-Output-Analyse ausgewählt, welche bereits eine lange Tradition hat und zur Lösung der vorliegenden Aufgabe geeignet erscheint.
- Mit der Input-Output-Analyse können die wechselseitig verknüpften Liefer- und Bezugsstrukturen der einzelnen Wirtschaftssektoren erfasst und in weiterer Folge auch quantifiziert werden. Sie ermöglicht die Berechnung direkter und indirekter Wertschöpfungs-

Beschäftigungs- und Kaufkrafteffekte, wie sie sich bei Sportgroßveranstaltungen ergeben. Zudem lassen sich die induzierten Effekte auf das gesamtwirtschaftliche Aufkommen an Steuern und Sozialabgaben berechnen.

- Aufbauend auf den Vorleistungsverflechtungen und der Input-Struktur können für die einzelnen Branchen Wertschöpfungs- und Beschäftigungsmultiplikatoren berechnet werden, welche die Beziehung zwischen Endnachfrage und Gesamtgüterproduktion abbilden. Deren Höhe hängt in erster Linie von der Struktur der wirtschaftlichen Verflechtungen der einzelnen Sektoren ab.
- Im Ergebnis liefert die Untersuchung die Auswirkungen der durch Planung und Durchführung der Rad WM 2006, der EURO 2008 und der Olympischen Winterspiele 2014 in der Region Salzburg und in Gesamtösterreich ausgelösten Investitionen und sonstigen Ausgaben auf die Wirtschaft, welche die Erstrundeneffekte über gesamtwirtschaftliche Leistungsverflechtungen multiplikativ verstärken.
- Die Berechnung direkter Wertschöpfungseffekte erfolgt durch Abziehen der Vorleistungsausgaben von den Gesamtausgaben.
- Kaufkrafteffekte gehen sowohl von den der Region zurechenbaren Sachausgaben als auch vom nachfragewirksamen Nettoeinkommen der in der Region Beschäftigten aus.
- Die Berechnung des Beschäftigungseffekts erfolgt – abhängig vom vorhandenen Datenmaterial – entweder auf Basis der Arbeitsproduktivität oder auf Grundlage von Durchschnittslöhnen und –gehältern der einzelnen Branchen. Wo möglich werden in dieser Studie beide Methoden (vergleichsweise) angewandt.
- Mit der Planung und der Durchführung der drei analysierten Sportgroßveranstaltungen und der entsprechenden Effekte auf den Arbeitsmarkt kommt es einerseits zur Reduktion der Sozialtransfers (Arbeitslosengeld, Notstandshilfe), andererseits aber auch zu erhöhten Steuereinnahmen durch die zusätzlichen Beschäftigungsverhältnisse.

#### **Sportgroßveranstaltungen in Salzburg 2006 bis 2014**

- In den Jahren 2006 bis 2014 ist die Durchführung von drei Sportgroßveranstaltungen in der Region Salzburg geplant. Die Rad WM 2006 und die Euro 2008 sind bereits fixiert, für die Olympischen Winterspiele 2014 werden einer erfolgreichen Bewerbung sehr gute Chancen eingeräumt.
- Die sechs Tage andauernde Veranstaltung der Rad WM 2006 wird in der Region Salzburg in den Mittelpunkt der Radsportbegeisterten Welt rücken. 1.000 Teilnehmer werden von 1756 Betreuern versorgt und von teilweise über 200.000 (Hauptrenntag)

täglichen Besuchern angefeuert werden. 55 TV – Stationen werden Bilder dieser Großveranstaltung mit einer durchschnittlichen Übertragungsdauer von mehr als einer Stunde in ihre Heimatländer übertragen. Die Gesamtsendedauer in Sportmagazinen und den Nachrichten wird auf 224 Stunden geschätzt.

- Im Budgetentwurf der Rad WM sind rund 6 Millionen € für Ausgaben vorgesehen, davon werden 3,6 Millionen € durch die öffentliche Hand (je 1/3 von Bund, Land und Stadt) und der Rest durch Sponsoring finanziert. 446.000 € an Ausgaben sind für Administration und Personal, 145.000 € für Technik, 230.000 € für Logistik und 322.000 € für Marketing und die Medienbetreuung geplant.
- Die EURO 2008 wird gemeinsam mit dem Nachbarn Schweiz ausgetragen. Von insgesamt 32 Finalspielen werden 16 in österreichischen Stadien ausgetragen, 3 davon im Salzburger Stadion. Durch das starke internationale Interesse und eine zu erwartende hohe Medienbeteiligung an dieser Sportgroßveranstaltung soll die Reputation der Region Salzburg in Bezug auf die professionelle Planung, Organisation und Durchführung von Großveranstaltungen erhöht werden und zusätzliche Touristen von der Qualität Salzburgs als Urlaubziel überzeugt werden.
- Im Budget der EURO 2008 sind für die notwendigen Investitionskosten (z.B. der Ausbau der Stadien) österreichweit 132,2 Millionen € vorgesehen, der Umbau des Salzburger Stadions ist mit 59 Millionen € budgetiert. Diese 59 Mio. € können unterteilt werden in die 44 Mio. € für die Errichtung des Stadions und jene 15 Mio. € die zusätzlich investiert werden, um die Kapazitäten auf die benötigten 31.500 Sitzplätze zu erweitern.
- Mit den Olympischen Winterspiele 2014 bewirbt sich Salzburg für eine der weltweit größten Sportgroßveranstaltungen im Wintersport. Der Region Salzburg bietet sich dadurch die Chance quantitative und qualitative Effekte von hohem Ausmaß zu generieren.
- In der Studie finden sowohl das Budget des Olympischen Organisationskomitees (kurz: OCOG-Budget) als auch das Budget der sonstigen Haushalte (kurz: Non-OCOG-Budget) wie Bund, Land und Gemeinden Berücksichtigung. Nicht in den Berechnungen berücksichtigt werden jene Ausgaben, die auch ohne Olympische Winterspiele durchgeführt worden wären (z.B. laufende Investitionen in die Renovierung von Hotels, geplante Investitionen für den Ausbau des Flughafen Salzburgs, geplante Straßen- und Schieneninfrastrukturinvestitionen).
- Im OCOG-Budget wird eine Gewinn- und Verlustrechnung olympiabedingter Aktivitäten aufgestellt, wobei Annahmen bezüglich der direkten Einnahmen und Ausgaben getroffen werden. Ausgabenseitig wird zwischen einem Investitionsbudget und ei-

nem Budget für die Durchführung unterschieden. Das ausgeglichene Budget für die OWS 2014 umfasst Einnahmen und Ausgaben in Höhe von 1.258 Mio. €.

- Im Non-OCOG-Budget werden all jene Investitionen zusammengefasst, die durch Stadt, Land, Bund und Gemeinden finanziert werden.
- Die Kapitalflussprognose bietet eine Übersicht über die Einnahmen und Ausgaben im zeitlichen Verlauf und ist zwingender Teil der Bewerbung. Die größten Summen werden in den Jahren von 2008 bis 2010 bewegt.

### **Der ökonomische Impact der Sportgroßveranstaltungen**

- Die Analyse der wirtschaftlichen Impulse der Rad WM 2006 ergeben direkte Wertschöpfungseffekte in der Region Salzburg von 3,2 Mio. €. Die durch den primären Wertschöpfungseffekt ausgelösten multiplikativen Wertschöpfungseffekte betragen insgesamt 2,4 Mio. €, 1,12 Mio. € davon in Salzburg, der Rest im Ausland und in anderen Bundesländer
- Insgesamt kann damit gerechnet werden, dass durch die Rad-WM vorübergehend zwischen 47 und 76, d.h. durchschnittlich 62 Personen (Vollzeitäquivalente) zusätzlich beschäftigt werden. Die Gesamtanzahl der direkt, indirekt und induziert Beschäftigten beträgt für die Region Salzburg 127 Vollzeitäquivalent-Arbeitsplätze.
- Die Berechnungen im Rahmen dieser Studie zeigen, dass rund 563.700 € an direkten Kaufkrafteffekte in Salzburg wirksam werden. Von den multiplikativen Gesamteffekten in Höhe von 422.308 € verbleiben 195.000 € in Salzburg, weitere rund 70.000 werden in anderen Bundesländern, rund 157.000 € im Ausland kaufkraftwirksam.
- Die fiskalischen Effekte der Rad WM 2006 belaufen sich auf eine Verringerung der Sozialtransfers um insgesamt rund 939.000 € und 728.000 € an zusätzlichen Steuereinnahmen und Sozialversicherungsabgaben pro Jahr.
- Im Rahmen der Durchführung der EURO2008 werden 59 Mio. € in den Stadionausbau investiert, dadurch werden in der Region zusätzliche direkte Wertschöpfungseffekte von 30,39 Mio. € generiert (österreichweit: 57,43 Mio. €) . Der multiplikative Wertschöpfungseffekt kann mit 9.07 Millionen Euro quantifiziert werden (österreichweit: 31,76 Mio. €)
- Durch Arbeiten am Salzburger Stadion entstehen rund 570 Arbeitsplätze in der Region Salzburg, 1277 in Österreich. Die indirekten Effekte auf den Salzburger Arbeitsmarkt belaufen sich auf 206, die induzierten Beschäftigungseffekte (aus Konsum)

führen zu weiteren 83 Arbeitsplätzen. In Gesamtösterreich führen indirekte und induzierte Effekte zu 532 bzw. 179 zusätzlichen Arbeitsplätze.

- Die direkten durch den Bau des Stadions in Salzburg ausgelösten Kaufkrafteffekte werden mit 22,28 Millionen Euro quantifiziert. Von den Multiplikatoreffekten verbleiben 8,17 Mio. € in Salzburg. Die direkten Kaufkrafteffekte in Österreich können mit 55,7 Mio. € beziffert werden, an indirekten Effekten entstehen österreichweit 30,78 Mio. €.
- Die Beschäftigungseffekte im Rahmen der EURO 2008 führen zu (einmaligen) Minderung der Sozialtransfers (Arbeitslosengeld, Notstandshilfe) in der Region Salzburg von 6,35 Mio. €, zusätzlich können Steuermehreinnahmen von 17,97 Mio. € erwartet werden. Gesamtösterreich darf sich über Minderung der Sozialtransfers von 14,7 Mio. € und eine Erhöhung der Steuereinnahmen um 41,6 Mio. € freuen.
- Die Gesamtausgaben der Olympischen Winterspiele 2014 belaufen sich auf 1.258 Mio. €, davon 262 Mio. € für Investitionen in Sportstätten, Olympisches Dorf und Medienzentrum und 996 € für die Durchführung der gesamten Spiele. Daraus lässt sich ein direkter Wertschöpfungseffekt von 798,1 Mio. € und indirekte Wertschöpfungseffekte von 514,4 Mio. € für Gesamtösterreich ableiten. Davon verbleiben rund 550 Mio. € an direkten Wertschöpfungseffekten und 449,9 Mio. € an indirekten Wertschöpfungseffekten in der Region.
- Verbunden mit den Olympischen Winterspielen 2014 ist die Schaffung von 13.200 Jahresbeschäftigungsplätzen sowie weiteren 5.285 indirekten und induzierten Arbeitsplätzen. Der Großteil dieser Arbeitsplätze (11.510 direkte und 4.608 indirekte Arbeitsplätze) wird dabei direkt in der Region Salzburg selbst geschaffen.
- An Kaufkrafteffekten können 772,5 Mio. € (direkt) und 901,9 Mio. € (indirekt) für Österreich erwartet werden. Von den insgesamt in Österreich ausgelösten Kaufkrafteffekten werden rund 660 Mio. € direkt in Salzburg wirksam, weitere rund 409,6 Mio. € können in Form multiplikativer Kaufkrafteffekte in Salzburg erwartet werden. Der totale Kaufkrafteffekt in Salzburg entspricht demnach 1.069,60 Mio. €.
- Mit den Beschäftigungseffekten ist einerseits eine Reduktion von Sozialtransfers, andererseits ein Anstieg des Steueraufkommens verbunden. Aus den direkten Beschäftigungseffekten lassen sich rund 275 Mio. € an Arbeitgeber- und –nehmerabgaben und –steuern berechnen, die Sozialtransfers werden um insgesamt 56 Mio. € reduziert.
- Durch Aufsummierung der Einzeleffekte der drei Sportgroßveranstaltungen kommt diese Studie zu folgenden Ergebnissen. 577,94 Mio. € an direkten Wertschöpfungseffekten werden in der Region Salzburg wirksam, 858,73 Mio. € im

restlichen Österreich. Indirekte Wertschöpfungseffekte erreichen eine Höhe von 459,87 Mio. € (in der Region Salzburg) und 547,66 Mio. € in Österreich, somit ergeben sich gesamte Wertschöpfungseffekte von 1037,81 Mio. € in Salzburg und 1406,39 Mio. € in Österreich.

- Verbunden mit der Planung und Durchführung der analysierten Sportgroßveranstaltungen sind 17.103 zusätzlichen Arbeitsplätze in der Region Salzburg und ein zusätzliches Arbeitsplatzangebot in Österreich von 20.600.
- Die Berechnungen der Kaufkrafteffekt im Rahmen dieser Studie zeigen, dass insgesamt 682,84 Mio. € an direkten Effekten in der Region Salzburg und 828,76 Mio. € in Österreich erwartet werden können. Die gesamten indirekten Kaufkrafteffekte wurden in der Höhe von 417,97 Mio. € (Region Salzburg) errechnet, insgesamt 933,05 Mio. € für den Rest Österreichs. An totalen Kaufkrafteffekten ergeben sich daher durch die Veranstaltung der drei Sportgroßveranstaltungen 1100,81 Mio. € für die Region Salzburg und 1.761,81 Mio. € für Gesamtösterreich.
- Die Beschäftigungseffekte der Rad WM 2006, der EURO 2008 und der Olympischen Winterspiele 2014 führen zu einer gesamten Minderung der Sozialtransfers in der Region Salzburg von 56,09 Mio. €, die Steuereinnahmen werden sich um 258,498 Mio. € erhöhen. In Gesamtösterreich werden sich die Steuern um 71,64 Mio. € erhöhen, die Sozialtransfers um 317,328 Mio. € verringern.
- Zusammenfassend werden die Ergebnisse der Berechnungen dieser Studie in einer Tabelle dargestellt:

**Tabelle 13: Gesamte Wertschöpfungs-, Beschäftigungs-, Kaufkraft- und Fiskal-Effekte in der Region Salzburg und Österreich (in Mio. €)**

	Salzburg	Österreich
<b>Wertschöpfungseffekte total</b>		
direkte Wertschöpfung	577,94	858,73
indirekte Wertschöpfung	459,87	547,66
Wertschöpfung total	1.037,81	1.406,39
<b>Beschäftigungseffekte total</b>		
Direkter Beschäftigungseffekt	12.141	14.539
Multiplikativer Beschäftigungseffekt	4.962	6.061
Beschäftigungseffekt total	17.103	20.600
<b>Kaufkrafteffekte total</b>		
Direkter Kaufkrafteffekt	682,84	828,76
Multiplikativer Kaufkrafteffekt	417,97	933,05
Kaufkrafteffekt total	1.100,81	1.761,81
<b>Fiskale Effekte total</b>		
Verminderte Sozialtransfers	56,089	71,639
Erhöhte Steuereinnahmen	258,498	317,328

Quelle: SportsEconAustria.

### Wirtschaftliche Impulse der touristischen Nachfrage

- Allein in Salzburg stehen rund 13.071 Unterkünfte mit einer Bettenkapazität von 205.942 Betten zur Verfügung. Ein überdurchschnittlich hoher Anteil besteht an Unterkünften auf gehobenem Niveau der 4/5\*-Kategorie.
- Die Entwicklung der Anzahl der Übernachtungen zeigt, dass sich Salzburg als Wintersportregion immer größerer Beliebtheit erfreut. Von der Saison 1996/97 hat sich die Anzahl der Übernachtungen um 16,6 % auf 12,6 Mio. Übernachtungen gesteigert. Die Bettenauslastung ist in Salzburg mit 30,3 % ebenfalls über dem österreichweiten Durchschnitt, wobei die Auslastung in Hotels mit 37,4 % deutlich höher liegt als in Privatquartieren (15,4 %).
- Die durchschnittlichen Reiseausgaben des Individualtouristen liegen im Winter bei 97,20 Euro. Davon fallen rund 54 % auf die Unterkunft, 24 % auf die Verpflegung und die restlichen 22 % auf sonstige Nebenausgaben.
- Im Rahmen der Rad WM 2006 wird nach eigenen Berechnungen mit rund 28.500 zusätzlichen Übernachtungen durch Offizielle und Delegationen gerechnet. Die Anzahl der zusätzlichen Übernachtungen durch Zuschauer wird auf 90.000 Übernachtungen geschätzt. Dadurch können für die Zeit der Rad WM 2006 Ausgaben in Höhe von 14,4 Mio. € gerechnet werden. Ein primärer Wertschöpfungseffekt von 6 Mio. € wird generiert, an multiplikativen Effekten können weitere 2,69 Mio. € erwartet werden.
- Die EURO 2008 führt zu einem Anstieg der Übernachtungen in Österreich von mindestens 618.900 und in Salzburg von zusätzlich 80.208 Übernachtungen. Maximale Schätzungen gehen sogar von insgesamt 929.210 zusätzlichen Übernachtungen in Österreich und 128.330 Übernachtungen in der Region Salzburg aus. Eine zusätzliche Wertschöpfung zwischen 7 und 11,3 Mio. € kann dadurch erwirtschaftet werden. An Multiplikatoreffekten können in Salzburg weitere 4,1 Mio. € erwartet werden.
- Die Touristische Nachfrage durch die Olympischen Winterspiele 2014 wird auf insgesamt 1.529.088 Besucher geschätzt. Die durch die Olympischen Spiele generierten zusätzlichen Einnahmen im Beherbergungs- und Gaststättenwesen sind in dieser Studie auf 157,94 Mio. € berechnet worden. Die zusätzlichen Wertschöpfungseffekte belaufen sich demnach auf 91,76 Mio. €. In der Region Salzburg führt der Multiplikatoreffekt zu zusätzlichen 40,7 Mio. € Wertschöpfung, österreichweit werden 53 Mio. € durch den Multiplikatoreffekt erwirtschaftet.

### Qualitative Effekte der Sportgroßveranstaltungen

- Bereits durch die Bewerbung für die Olympischen Winterspiele werden erhebliche qualitative Effekte in der Region Salzburg wirksam. Der Einsatz ehrenamtlicher Helfer, ein Qualitätsschub in der Infrastrukturplanung, die im Rahmen der Bewerbung durchgeführten Zusatzveranstaltungen sind ebenso positiv zu bewerten wie eine beträchtliche Erhöhung des Images und des Bekanntheitsgrades.
- Als Folge der Durchführung der Olympischen Winterspiele kommt es zu einer starken Präsenz der Region Salzburg in den Medien. Dadurch kann der Bekanntheitsgrad und das Image Salzburgs im Bereich Sport im In- und Ausland gesteigert werden.
- Hauptprofiteure der Rad WM 2006 und der EURO 2008 werden die im Tourismus tätigen Unternehmen sein. Weiters wirken diese Sportgroßveranstaltungen aber auch auf die Identität der Region Salzburg, die Rahmenbedingungen für Sport allgemein werden verbessert, das Image und der Bekanntheitsgrad werden zusätzlich positiv beeinflusst (der Werbewert der EURO 2008 wird auf 113 Mio. € geschätzt) und die Qualität der Sportausübung in Österreich wird gesteigert.
- Zu beachten ist auch, dass durch diese Serie von Sportgroßveranstaltungen und den wiederholten Impuls andauernde Wachstums-, Beschäftigungs-, Wertschöpfungs- und Kaufkrafteffekte auf die Region Salzburg wirken. Unter Berücksichtigung der gesamten, d.h. der quantitativen und der qualitativen Auswirkungen von Sportgroßveranstaltungen (im Sinne der Nachhaltigkeit), weisen jene, die jährlich (oder zumindest regelmäßig wie im Fall der Region Salzburg geplant) am gleichen Ort unter Benützung der gleichen Infrastruktur durchgeführt werden, eine wesentlich positivere Gesamtbilanz auf.

## 9. Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Mikro- und makroökonomische Aspekte sportlicher Großveranstaltungen .....	9
Abbildung 2: Gesamtökonomische Wirkungszusammenhänge.....	11
Abbildung 3: Darstellung von Beschäftigungs-, Kaufkraft- und Steuerwirkungen.....	15
Abbildung 4: Austragungsorte der Fußball-EM 2008 .....	24
Abbildung 5: Direkte und Indirekte Wertschöpfungseffekte der Rad WM 2006.....	28
Abbildung 6: Wertschöpfungseffekte der EM 2008 (Salzburg, Österreich) .....	31
Abbildung 7: Direkte, indirekte und induzierte Beschäftigungseffekte der EM 2008 .....	32
Abbildung 8: Direkte und indirekte Kaufkrafteffekte der EM 2008 .....	32
Abbildung 9: Fiskalische Effekte (aus Beschäftigung) der EM 2008 .....	33
Abbildung 10: Direkte Wertschöpfungseffekte im Rahmen der Olympischen Winterspiele 2014.....	34
Abbildung 11: Direkte und indirekte Wertschöpfungseffekte der Olympischen Winterspiele auf die Region Salzburg und Österreich .....	35
Abbildung 12: Beschäftigungswirkungen (10-Jahres-Zeitraum) .....	35
Abbildung 13: Beschäftigungseffekte der Olympischen Winterspiele auf die Region Salzburg und Österreich .....	36
Abbildung 14: Direkte und indirekte Kaufkrafteffekte der Olympischen Winterspiele auf die Region Salzburg und Österreich .....	37
Abbildung 15: Fiskalische Effekte der Olympischen Winterspiele 2014 .....	38
Abbildung 16: Reiseverkehrsexporte, -importe und –saldo sowie Handelsbilanzdefizit, nominell 1988 – 2005 .....	43
Abbildung 17: Entwicklung der Bettenanzahl.....	47
Abbildung 18: Übernachtungen in Salzburg (Wintersaison 1996/97 – 2001/02) .....	48
Abbildung 19: Bettenauslastung in % nach Bundesländern .....	49
Abbildung 20: Rückgang der Aufenthaltsdauer von 1990 – 2001 nach Bundesländern .....	50
Abbildung 21: Nebenausgaben .....	51
Abbildung 23: Salt Lake City 2002 Anzahl der Zuschauer nach Kontinent.....	65

## 10. Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Vorteile sportlicher Großveranstaltungen .....	8
Tabelle 2: Berechnungsschema für nachfragewirksames Nettoeinkommen.....	16
Tabelle 3: Gebietskörperschaft Inzidenz – Einnahmenhoheit (Österreich) .....	18
Tabelle 4: Gebietskörperschaft Inzidenz – Verteilungssystematik (Österreich) .....	19
Tabelle 5: Budgetdaten der Rad WM 2006 (inkl. der Durchführung der Junioren Rad WM 2005) .....	23
Tabelle 6: 1. Kostenschätzung OCOG-Budget (in Mio. €).....	26
Tabelle 7: Kaufkrafteffekte durch die Olympischen Winterspiele 2014 (Mio. €) .....	37
Tabelle 8: Anzahl an Beherbergungsbetrieben nach Bundesländern (Winter 2001) .....	45
Tabelle 9: Anzahl an Betten nach Bundesländern (Winter 2001).....	46
Tabelle 10: Gästerausgaben pro Kopf und Tag .....	50
Tabelle 11: Geschätzte Besucherzahlen der EURO 2008 in der Region Salzburg und Österreich .....	53
Tabelle 12: Verkaufte Tickets pro Veranstaltungstag (exkl. Eröffnungs-, Medaillen- und Schlusszeremonien) .....	57
Tabelle 13: Gesamte Wertschöpfungs-, Beschäftigungs-, Kaufkraft- und Fiskal-Effekte in der Region Salzburg und Österreich (in Mio. €) .....	81

## 11. Literaturverzeichnis

**Althaler K. / Grozea-Helmenstein D. / Krylova E. (2000)** Ökonomische Analyse einer Mehrzweckhalle in der Stadt Salzburg – Marktpotential und Umwettrentabilität, Studie des IHS Wien im Auftrag des Messezentrums Salzburg, Wien

**Ashdown N. et al. (2000)** 2002 Olympic Winter Games. Economic, Demographic and Fiscal Impacts; State of Utah Governor's Office of Planning and Budget, Demographic and Economic Analysis Section, Salt Lake City

**Baumann H. (1973)** Wirtschafts- und verkehrsgeographische Auswirkungen von Sportveranstaltungen hohen Publikumsinteresses, Schriftenreihe für Sportwissenschaft und Sportpraxis, Band 15, Verlag Ingrid Czwalina, Ahrensburg/Hamburg

**Berrer H. / Grozea-Helmenstein D. / Helmenstein C. / Kleissner A. (2003)** Case Study: Fußball-Europameisterschaft 2008: Österreich – Schweiz, Studie im Auftrag der UEFA, Wien

**BMWA (2001)** Bericht über die Lage der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich 2000, Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit, Sektion Tourismus und Freizeitwirtschaft, Wien

**Böck V. (1999)** Vermarktung eines Sport-Events: Effektiver Einsatz der Kommunikationsinstrumente, Diplomarbeit am Institut für Sportwissenschaften, Karl Franzens Universität, Graz

**Bodenhöfer H.J. / Kleissner A. / Missoni W. (2001)** Salzburg Airport W.A. Mozart – Bedeutung für die regionale Wirtschaft und die Attraktivität des Wirtschaftsstandorts Salzburg, Studie des IHS Kärnten im Auftrag der Salzburger Flughafen GmbH, Klagenfurt

**Bohm P. (1997)** Estimating Willingness to Pay: Why and How?, New Horizons in Environmental Economics series. The economics of environmental protection: Theory and demand revelation. Cheltenham, U.K. and Lyme, N.H.: Elgar; distributed by American International Distribution Corporation, Williston, Vt., 1997; 333-44. Previously published: 1979.

**CPC (2002)** The Commonwealth Games 2002. A Cost and Benefit Analysis. Final Report, Cambridge Policy Consultants, Cambridge

- Depner-Berger E. (2002)** Salzburg 2010 – Olympische Winterspiele 2010. Repräsentativerhebung im Bundesland Salzburg, Institut für Grundlagenforschung, Salzburg
- Depner-Berger E. (2002)** Salzburg 2010 – Olympische Winterspiele 2010. Repräsentativerhebung im Bundesland Salzburg und Kitzbühel, Institut für Grundlagenforschung, Salzburg
- Eibl J. / Gantner M. / Altmann A. (1993)** Standortwirkungen der Universitätskliniken Innsbruck, Band IV des Forschungsprojektes Standortwirkungen punktueller Infrastruktureinrichtungen – am Beispiel der Universitätskliniken Innsbruck, Veröffentlichungen der Universität Innsbruck 196/IV, Innsbruck
- Gantner M. / Eibl J. / Reusch T. (1996)** Regionalökonomische Standortwirkungen einer thermischen Reststoffverwertungsanlage am Beispiel der geplanten Anlage in Niklasdorf, Steiermark. Studie im Auftrag der Wirtschaftskammer Steiermark, Innsbruck
- Grozea-Helmenstein D. / Helmenstein C. / Hauser-Rethaller. (2002)** Case Study: Fußball-Europameisterschaft 2008, Studie im Auftrag des Österreichischen Fußballbundes und der Wirtschaftskammer Österreich, Institut für Höhere Studien, Wien
- Grozea-Helmenstein D. / Kleissner A. (2003)** Ökonomische Auswirkungen der Olympischen Winterspiele 2010 in Salzburg, Studie im Auftrag des Candidature Committee of the Olympic Games Salzburg, Wien
- Hartfiel Günther (1972)** Wörterbuch der Soziologie, Alfred Körner Verlag, Stuttgart
- Heinemann K. (1995)** Einführung in die Ökonomie des Sports. Ein Handbuch, Karl Hofmann Verlag, Schorndorf
- Holub H. (1994)** Input-Output-Rechnung: Input-Output-Analyse, Oldenbourg Verlag, München
- InterVISTAS Consulting (2002)** The Economic Impact of the 2010 Winter Olympic and Paralympic Games: An update, British Columbia
- IOC (2002)** Candidature Acceptance Procedure XXI Olympic Winter Games in 2010, Lausanne

**Kleissner A. (2001)** Netzwerk Umwelttechnik am Standort Arnoldstein – Regionale wirtschaftliche Auswirkungen, Studie des IHS Kärnten im Auftrag der Kärntner Restmüllverwertungs GmbH, Klagenfurt

**Köpl A. / Kratena K. / Puwein W. / Buchner B. (1999)** Beschäftigungseffekte umweltrelevanter Verkehrsinvestitionen, *Wifo-Monatsberichte* 11/1999, S. 757 – 759

**Meyer B. / Ahlert G. (2000)** Die ökonomischen Perspektiven des Sports. Eine empirische Analyse für die Bundesrepublik Deutschland, Band 100 der Schriftenreihe des Bundesinstituts für Sportwissenschaft, Schorndorf

**Morrison W. G. und E. G. West (1997)** Subsidies for the Performing Arts: Evidence on Voter Preference, Towse-Ruth, ed. Elgar Reference Collection. International Library of Critical Writings in Economics, vol. 80. Cultural economics: The arts, the heritage and the media industries. Volume 2. Cheltenham, U.K. and Lyme, N.H.: Elgar; distributed by American International Distribution Corporation, Williston, Vt., 1997; 647-62. Previously published: 1986.

**Pommerehne W. / Werner B.S. / Frey (1987)** Staatliche Förderung von Kunst und Kultur: Eine ökonomische Betrachtung, Jahrbuch für Sozialwissenschaft, Band 38

**Recla B. (1997)** Sport und Ökonomie. Zusammenhänge von Wirtschaft und Sport mit besonderer Berücksichtigung der Europäischen Union, Diplomarbeit am Institut für Sportwissenschaften, Karl Franzens Universität, Graz

**Salzburg Olympia 2006 (1996)** Olympische Winterspiele Salzburg 2006. Bewerbungsdokument, Salzburg

**Salzburg 2010 bid committee (2002)** Salzburg 2010. The Sound of Winter Sports, Volume 1, Salzburg

**Salzburg 2010 bid committee (2002)** Salzburg 2010. The Sound of Winter Sports, Volume 2, Salzburg

**Salzburg 2010 bid committee (2002)** Salzburg 2010. The Sound of Winter Sports, Volume 3, Salzburg

**Schumann J. (1968)** Input-Output-Analyse, Ökonometrie und Unternehmensforschung X, Springer Verlag, Berlin

**Statistik Austria (2001)** Input-Output-Tabelle 1995, Wien

**Statistik Austria (2002)** Leistungs- und Strukturhebung 2000, Wien

**Statistik Austria (2003)** Statistisches Jahrbuch 2003, Wien

**Steiner M. / Thöni E. (1995)** Sport und Ökonomie. Eine Untersuchung am Beispiel der Bewerbung „Olympische Winterspiele Graz 2002“, Leykam Verlag, Graz

**Stettler J. (2000)** Ökonomische Auswirkungen von Sportgrossanlässen, Institut für Tourismuswirtschaft der Hochschule für Wirtschaft Luzern, Luzern

**Strelioff W. (2003)** Review of Estimates Related to Vancouver's Bid to Stage the 2010 Olympic Winter Games and Paralympic Winter Games, Office of the Auditor General. Report No. 6 2002/03

**Throsby D. / G. Withers (1997)** Strategic Bias and Demand for Public Goods: Theory and an Application to the Arts, Towse, R., ed., Elgar Reference Collection. International Library of Critical Writings in Economics, vol. 80. Cultural economics: The arts, the heritage and the media industries. Volume 2. Cheltenham, U.K. and Lyme, N.H.: Elgar; distributed by American International Distribution Corporation, Williston, Vt., 1997; 611-31. Previously published: 1986.

**Trosien G. (1991)** Die Sportbranche und ihre Geldströme, Reihe Sport-Ökonomie, Band 4, Verlag am Steinberg Gerd may, Witten

**United States Government Accountability Office (GAO) (2005)** Ziff. GAO-05-547, Mai 2005, Report to Congressional Requestors / Olympic Security / Lessons for Future Olympics



---

Titel: Ökonomische Wirkungen von Sportgroßveranstaltungen – Destination Salzburg

*Endbericht*

© 2005.

---