

Brenke, Karl; Wagner, Gert G.

Article

Fußball-Weltmeisterschaft in Deutschland: ein wichtiges sportliches und kulturelles Ereignis - aber ohne nennenswerte gesamtwirtschaftliche Auswirkungen

DIW Wochenbericht

Provided in Cooperation with:

German Institute for Economic Research (DIW Berlin)

Suggested Citation: Brenke, Karl; Wagner, Gert G. (2006) : Fußball-Weltmeisterschaft in Deutschland: ein wichtiges sportliches und kulturelles Ereignis - aber ohne nennenswerte gesamtwirtschaftliche Auswirkungen, DIW Wochenbericht, ISSN 1860-8787, Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (DIW), Berlin, Vol. 73, Iss. 20, pp. 301-310

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/151442>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

Fußball-Weltmeisterschaft in Deutschland: Ein wichtiges sportliches und kulturelles Ereignis – aber ohne nennenswerte gesamtwirtschaftliche Auswirkungen

An die Fußball-Weltmeisterschaft in Deutschland werden auch große wirtschaftliche Erwartungen geknüpft. In Anbetracht des bisher vor allem vom Export getragenen konjunkturellen Aufschwungs mehren sich in letzter Zeit Stimmen, dass von dem Sportereignis – auch was die Stimmung anbelangt – positive Impulse auf die Binnennachfrage ausgehen und dadurch der Aufschwung an Breite gewinnt.¹

Nach der hier vorgelegten Analyse der gesamtwirtschaftlichen Wirkungen der Fußball-WM könnte das nur dann eintreten, wenn es aufgrund der WM zu einer deutlichen Veränderung des Konsum- und Investitionsverhaltens im Zusammenhang mit einer Veränderung der Zukunftserwartungen käme. Damit ist jedoch nicht zu rechnen. Gleichwohl hat die WM 2006 in Deutschland nicht nur als sportlich-kulturelles „Event“ eine gesellschaftspolitische Bedeutung. Sie ist darüber hinaus auch ein – weiterer – Mosaikstein im Wandel der deutschen Industriegesellschaft hin zu einer Dienstleistungsgesellschaft.

Sportliche Großveranstaltungen wie die demnächst stattfindende Fußball-WM werden inzwischen regelmäßig der Prüfung unterzogen, ob sie einer Volkswirtschaft per saldo mehr Geld in die Kassen spülen als aufgewendet wurde.² Zum

¹ In einer Antwort auf eine Anfrage rechnet die Bundesregierung damit, dass von der Fußball-WM Impulse von 3 Mrd. Euro – verteilt über drei Jahre – ausgehen werden, davon eine Milliarde allein durch die Ausgaben ausländischer Gäste (vgl. Focus vom 8.5.2006). Ebenfalls optimistisch äußert sich die Landesbank Rheinland-Pfalz: „Wir glauben ..., dass der Impuls durch die WM 2006 konjunkturell zu einem günstigen Zeitpunkt kommt.“ Vgl. deren Presseerklärung vom 1.12.2005.

² Sportökonomische Betrachtungen haben durchaus eine gewisse Tradition. So hat das DIW Berlin eine der ersten ökonomischen Analysen des Profi-Fußballs bereits kurz nach Gründung der Fußball-Bundesliga im Jahre 1965 vorgelegt: Manfred Melzer und Reiner Stäglin: Zur Ökonomie des Fußballs – Eine empirisch-theoretische Analyse der Bundesliga. In: Konjunkturpolitik, Jg. 11, S. 114–137. Später wurden vereinzelt sportökonomische Analysen durchgeführt, vgl. vor allem Hans-Jürgen Krupp und Gert Wagner: Die wirtschaftliche Bedeutung des Sports. In: G. Anders et al. (Hrsg.): Sport und Wirtschaft, Schriftenreihe der Eidgenössischen Turn- und Sportschule Magglingen STSM 33, Magglingen und Köln 1988, S. 17–39; und Gert G. Wagner: The Economic Impact of Sport within the Frame of An Increasing Service-Sector in Market Economies – A Survey. In: Sport Science Review, Vol. 13, 1990, S. 14–21; sowie auch Bernd Frick und Gert G. Wagner: Sport als Forschungsgegenstand der Institutionen-Ökonomik. In: Sportwissenschaft, 28. Jg., Heft 3, 1998, S. 328–343; Bernd Frick und Gert G. Wagner: Bosman und die Folgen: Das Fußballurteil des Europäischen Gerichtshofes aus ökonomischer Sicht. In: Wirtschaftswissenschaftliches Studium (WiSt), 25. Jg., Heft 12, 1996, S. 611–615; Gert G. Wagner und Wolfgang Wiegard: Fernseh-Fußball kann dem Markt überlassen werden. In: Berliner Zeitung, Nr. 192, 2001, S. 29; Gert G. Wagner und Wolfgang Wiegard: Der Staat hat im Profifußball nichts verloren. In: Handelsblatt, Nr. 155, 2001, S. 8; Gert G. Wagner: Fußball WM: DFB versteht Globalisierung nicht. In: Wirtschaftswissenschaftliches Studium (WiSt), 31. Jg., Heft 7, 2002, S. 361; und Stefan Kooths: The Economics of Mixed Soccer Teams. In: BiTS-Schriftenreihe (im Druck); vgl. auch jüngst Christoph Breuer: Sportpartizipation in Deutschland: ein demo-ökonomisches Modell. Discussion Papers DIW Berlin Nr. 575. Berlin 2006 für eine Analyse der Determinanten des Breitensports.

Inhalt

Fußball-Weltmeisterschaft in Deutschland: Ein wichtiges sportliches und kulturelles Ereignis – aber ohne nennenswerte gesamtwirtschaftliche Auswirkungen
Seite **301**

Zahlenbeilage

Teil mag das daran liegen, dass für solche Veranstaltungen aus den öffentlichen Haushalten erhebliche Mittel bereitgestellt werden, und die Politik bemüht ist zu zeigen, dass die Mittelverwendung sich für den Steuerzahler „rechnet“.³ Das ist es aber wohl nicht allein. Denn offenbar unterliegt der Sport selbst einer Tendenz zur Kommerzialisierung – was natürlich insbesondere für diejenigen Sportarten mit einer großen öffentlichen Aufmerksamkeit gilt. Dazu gehört – allen voran – die weltweit beliebteste Sportart: Fußball.

In der Zeit vom 9. Juni bis zum 9. Juli 2006 finden in zwölf Städten insgesamt 64 Spiele statt.⁴ In acht Städten sind es je fünf Spiele, in den Städten mit den größten Stadien (Berlin, Dortmund, München und Stuttgart) sechs Spiele. Die Stadiengröße streut erheblich: In Kaiserslautern gibt es 41 000 Plätze, in Berlin sind es 74 000. Wenn alle Plätze in den Stadien besetzt sind, wird die Zuschauerzahl insgesamt bei 3,3 Mill. liegen, wobei natürlich eine Person oft nicht nur ein Spiel sehen wird.

Während die mit der Fußball-WM verbundenen sportlichen Erwartungen aus deutscher Sicht nicht sehr euphorisch sind,⁵ gibt es hinsichtlich der ökonomischen Dimensionen fast durchweg nur optimistische Erwartungen.⁶ Der ehemalige Bundesinnenminister Otto Schily rechnete z. B. mit „fünf Millionen zusätzlichen Übernachtungen“ und einem „Umsatzplus von rund drei Mrd. Euro“ für die Tourismusindustrie sowie mit WM-spezifischen Investitionen von 5,5 Mrd. Euro.⁷ Und der Chef des WM-Organisationskomitees, Franz Beckenbauer, greift ganz hoch: „So eine Chance kommt für unser Land nie wieder. Da wäre es natürlich sehr schön, wenn die WM auch wirtschaftlich eine Wende bringen würde.“⁸ In Umfragen zeigen sich Entscheidungsträger zuversichtlich, dass „der generelle Optimismus, der die Menschen im Zuge eines solchen Sportereignisses umgibt“ dazu führt, dass „zusätzliche wirtschaftliche Impulse“ hervorgerufen werden.⁹ Und auch einige Wissenschaftler, die die ökonomischen Effekte geschätzt haben, sind zu dem Ergebnis gekommen, dass durch die Fußball-WM mit großer Wahrscheinlichkeit ein volkswirtschaftlicher Netto-Nutzen entsteht.¹⁰

Im Folgenden soll diesen Schätzungen nicht eine weitere „Impact-Analyse“ hinzugefügt werden, vielmehr geht es darum, vorliegende Studien kritisch zu hinterfragen und einige Zusammenhänge zu beleuchten, die bei der wirtschaftlichen und gesellschaftspolitischen Bewertung eines sportlichen Großereignisses zu beachten sind. Die ökonomischen Effekte für die FIFA selbst werden dabei ausgeblendet.¹¹ Nicht berücksichtigt werden auch Effekte, wie solche auf die Umwelt, und Wirkungen auf andere Sportarten.¹² Allerdings diskutieren wir

den wirtschaftlichen Wert, den die Übertragungen der WM-Spiele im öffentlich-rechtlichen Fernsehen den Zuschauerinnen und Zuschauern in Deutschland bringen, und bewerten eine vorliegende Abschätzung des „Wohlfahrtsgewinns“, der in Deutschland bei einem Gewinn des WM-Titels durch die deutsche Auswahlmannschaft entstehen würde.

Fußball als Geschäft

Die Vereine der 1. Fußball-Bundesliga erzielen einen Jahresumsatz von etwa 1,2 Mrd. Euro.¹³ Einbezogen sind dabei nicht nur die Einnahmen aus Eintrittsgeldern für die Spiele, sondern auch solche aus Übertragungsrechten, Merchandising oder Werbung. Das entspricht etwa dem Umsatz des deutschen Braunkohlebergbaus, also einer sehr kleinen Branche. Auch einschließlich der Einnahmen in den anderen Ligen sind die unmittelbaren ökonomischen Wirkungen des Fußballs nicht sehr groß.¹⁴ Zum Vergleich: Die deutsche Autoindustrie kam im letzten Jahr auf einen Umsatz von 236 Mrd. Euro. Gering sind auch die Arbeitsplatzeffekte des Profifußballs,

3 Selbst ein so prominenter Fußballer wie Franz Beckenbauer, der davon lebt, dass Fußball vielen Menschen schlicht und einfach Spaß bringt, nahm die Rentierlichkeit zu Hilfe, als er sagte: „Bundeswirtschaftsminister Clement rechnet damit, dass die WM das Sozialprodukt um mindestens acht Milliarden Euro erhöht“ (Wirtschaftswoche, 10.3.2005, S. 20).

4 Der Ausrichter des sportlichen Wettkampfs im engeren Sinne, der Fußballweltverband FIFA (Fédération Internationale de Football Association mit Sitz in Genf), bezeichnet sein Produkt als FIFA WM 2006™ oder FIFA-Weltpokal™. Mit dem Begriff WM ist in diesem Bericht die Weltmeisterschafts-Endrunde für Herren-Mannschaften gemeint, nicht die Damen-WM.

5 Wir nennen im folgenden die Herren-Auswahlmannschaft des Deutschen Fußballbundes (DFB) verkürzend DFB-Auswahlmannschaft oder DFB-Elf, obwohl klar ist, dass es auch eine Damen-Auswahlmannschaft gibt. Diese hat im Jahre 2003 sogar den Weltmeistertitel erspielt, ist also amtierender Weltmeister.

6 Vgl. z. B. Marco Bargel: FIFA Fußballweltmeisterschaft 2006™ – Deutsche Wirtschaft steht als Gewinner bereits fest. In: Postbank Research, Februar 2005.

7 Vgl. Rede von Bundesminister Otto Schily beim 8. Tourismuspapier am 21. September 2004 in Berlin.

8 „Das muss alles sofort vom Tisch“ – Interview mit Franz Beckenbauer. In: Wirtschaftswoche Nr. 11/2005, S. 19–21.

9 Vgl. GfW (Gesellschaft für Wirtschaftsförderung) Nordrhein Westfalen: Wirtschaftspotenziale der Fußball-WM 2006 für NRW. Düsseldorf 2004 (www.gfw-nrw.de), S. 14.; und auch o.V.: Fußball-WM 2006: Auswirkungen auf die Unternehmen – Ergebnisse einer DIHK-Unternehmensbefragung. Berlin und Brüssel im Januar 2006.

10 Vgl. vor allem Bernd Rahmann: Kosten-Nutzen-Analyse der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland – Ausgewählte konzeptionelle Aspekte und Ergebnisse. In: Dieter Horch (Hrsg.): Professionalisierung im Sportmanagement – Beiträge des 1. Kölner Sportökonomie-Kongresses. Köln 1999, S. 355–373; Gerd Ahlert: Fußball-WM 2006: Makroökonomische Analyse alternativer Finanzierungsstrategien. In: Hans-Dieter Horch, Jörg Heydel und Axel Sierau: Finanzierung des Sports. Aachen 2002, S. 99–110; und Markus Kurscheidt: Erfassung und Bewertung der wirtschaftlichen Effekte der Fußball-WM 2006. Unabhängiges wissenschaftliches Gutachten (Manuskriptfassung) für „wegweiser GmbH, Berlin“, Bochum o.J.

11 Die FIFA erzielt zum Beispiel allein aus den Rechten für die TV-Übertragungen Einnahmen von 1,5 Mrd. Schweizer Franken (nach Angaben der FIFA auf deren Homepage www.fifa.com).

12 So wird diskutiert, ob die Leichtathletik unter dem Ausbau reiner Fußballstadien (die keine leichtathletischen Wettkämpfe zulassen) leidet.

13 Noch höher ist der Umsatz der nationalen Ligen in England und in Italien – etwa 2 Mrd. Euro, vgl. Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung vom 30. April 2006, S. 24.

14 Vgl. auch Hans-Jürgen Krupp und Gert Wagner, a. a. O.; und Gert G. Wagner: The Economic Impact of Sport ..., a. a. O.

da es sich – wie an den Spielergehältern abzulesen ist – um eine hochproduktive Branche handelt.

Die indirekten Effekte des Fußballs in den sportorientierten Branchen sind ebenfalls begrenzt. Die größten Sportartikelhersteller Nike, Adidas und Puma erzielten 2005 zusammen einen weltweiten Umsatz von 20 Mrd. Euro. Darin sind Waren für vielerlei Sportarten und im Alltag verwendete Kleidung enthalten, die zwar einen sportlichen Touch hat, aber keineswegs dem Sporttreiben dient und – in anderer Form – ohnehin gekauft werden würde. Zu bedenken ist auch, dass diese Hersteller ohne den Fußball anderen Vorbildern folgen würden, ohne dass es deswegen zwangsläufig zu weniger Umsatz käme. Die Werbeindustrie kann ebenfalls leicht andere Sujets als Werbeträger auswählen.¹⁵ Insgesamt sollten die ökonomischen Effekte des Fußballs also nicht überschätzt werden. Allerdings ist der Profisport Teil der weltweiten „Eventisierung“ des Lebens in reichen Volkswirtschaften und damit Bestandteil der wachsenden Dienstleistungsmärkte.¹⁶

Vorliegende Schätzungen über die ökonomischen Wirkungen der Fußball-WM 2006

Die ökonomischen Impulse eines sportlichen Großereignisses wie der Fußball-WM sind nicht auf die Zeit der Veranstaltung beschränkt, sondern existieren auch davor (etwa durch Investitionen) und danach (beispielsweise durch Unterhaltskosten für geschaffene Infrastruktur und „Folge-Tourismus“). Eine Wirkungsanalyse müsste also einen längeren Zeitraum umfassen. Schon die Frage, welche wirtschaftlichen Aktivitäten überhaupt der Fußball-WM zuzurechnen sind, ist nicht leicht zu beantworten. Das gilt etwa mit Blick auf Investitionen in die Verkehrsinfrastruktur.

Besonders problematisch ist es, die Effekte im Einzelnen und in ihrem wechselseitigen Zusammenhang zu bestimmen und zu quantifizieren. Berücksichtigt werden müssen dabei auch Multiplikatorwirkungen, die dadurch entstehen, dass durch Investitionen oder Konsum Einkommen erzeugt wird, das wiederum nachfragewirksam verwendet wird. Auch ist zu bedenken, dass Ausgaben im Zusammenhang mit der Fußball-WM Minderausgaben an anderer Stelle haben können. Zudem kann es zu Verdrängungs- und Preiseffekten kommen. Für eine umfassende Analyse reichen die verfügbaren Daten nicht aus; manche Effekte entziehen sich völlig einer Quantifizierung – etwa die Außendarstellung eines Landes und deren Konsequenzen für den Tourismus in der Zukunft. Hinzu kommt, dass die Ausgaben im Zusammenhang mit einer Fußball-WM auch daraufhin zu prüfen sind, ob eine alternative Verwendung der

Mittel nicht einen größeren volkswirtschaftlichen Nutzen gestiftet hätte.

Dem Bewerbungsbulletin des DFB für die Teilnahme am Wettbewerb um die Austragung der Fußball-WM 2006 war eine – dem Stand der Wissenschaft gerecht werdende – Studie über die volkswirtschaftlichen Effekte dieses Ereignisses für Deutschland beigelegt.¹⁷ Dabei wurden mehrere Szenarien – je nach der Zusammensetzung der potentiellen Austragungsstandorte – präsentiert. In der günstigsten Variante – die der Verteilung der später tatsächlich gewählten Austragungsstandorte entspricht – ist ein volkswirtschaftlicher Nutzen von netto 2,5 Mrd. Euro ermittelt worden. Dabei fallen die Kosten vor der WM höher aus als der Nutzen, da gerade dann Investitionen zu tätigen sind. Kurz vor und während der WM kehrt sich aber das Verhältnis um, und auch bis 2008 überwiegt der Nutzen.

In einer darauf aufbauenden Untersuchung¹⁸ werden unter dem Strich ebenfalls positive Wirkungen konstatiert, wobei auch hier verschiedene Varianten berechnet wurden. Variiert wurde nach der Höhe der staatlichen Investitionen, möglichen Verdrängungseffekten von WM-bedingten Investitionen sowie nach der Art der Finanzierung der Investitionen. Eine Konstante sind die Ausgaben der ausländischen Besucher der WM (1,8 Mrd. Euro). In allen berechneten Modellen kommt es zu positiven Effekten mit Blick auf die Wirtschaftsleistung und auf die Beschäftigung. Maximal werden 7,8 Mrd. Euro an zusätzlicher Wertschöpfung erwartet.

Deutlich höher setzt die Postbank – ein nationaler Sponsor der FIFA-Veranstaltung – die Schätzungen an, wobei die Untersuchungsmethode anhand der vorgelegten Veröffentlichung schwer nachzuvollziehen ist. Jedenfalls sollen sich die Effekte der Fußball-WM auf 9 bis 10 Mrd. Euro summieren, wobei 6 Mrd. Euro auf Investitionen entfallen, 2 bis 3 Mrd. Euro auf den Konsum der einheimischen Bevölkerung und 1 Mrd. Euro auf Ausgaben ausländischer Besucher.

Insgesamt werden maximal 9 000 zusätzliche Dauerarbeitsplätze erwartet.¹⁹ Selbst von den sicherlich in der Größenordnung von einigen Zehntausend liegenden temporären (Teilzeit-)Arbeitsplätzen wäh-

¹⁵ Es gibt sogar Anzeichen dafür, dass die derzeitige Flut der WM-Werbung Unwillen auslöst und für die werbetreibenden Firmen nutzlos ist. Vgl. z. B. Markus Brauck: Balla Ballack. In: Der Spiegel, Nr. 18, 2006, S. 98–99; und o.V.: WM-Werbe-Overkill. In: W&V (werben & verkaufen – das business & people magazin), Nr. 17, April 2006, S. 36–39.

¹⁶ Vgl. Gabriele Klein: Marathon, Parade und Olympiade – Zur Festivalisierung und Eventisierung der postindustriellen Stadt. In: Sport und Gesellschaft, Jg. 1, Heft 3, 2004, S. 269–280; und Gert G. Wagner: The Economic Impact of Sport ..., a. a. O.

¹⁷ Bernd Rahmann et al., a. a. O.

¹⁸ Gerd Ahlert, a. a. O.

¹⁹ Bernd Rahmann, a. a. O.

rend der WM darf man keine Wirkungen auf die Arbeitslosenquote erwarten. Denn viele Jobs werden nur für kurze Zeit im Bereich der Gastronomie und ähnlicher Dienstleistungen entstehen, die tätigkeitsspezifisch qualifizierte Kräfte erfordern. Viele der Stellen werden nicht über die Arbeitsagentur besetzt werden, sondern über das „Netzwerk“ qualifizierter Kräfte, das entsprechende Dienstleister sich für Spitzenbedarf aufgebaut haben.²⁰

Ein völlig anderer methodischer Weg wurde mit einer Studie der Wegweiser GmbH / Ruhr-Universität Bochum gegangen. Dabei sind so genannte „Entscheidungssträger“ danach gefragt worden, was sie hinsichtlich der Fußball-WM planen.²¹ Das Ergebnis ist ein vorgesehene Investitionsvolumen von 5,5 Mrd. Euro. Offen bleibt allerdings, ob es sich dabei nur um Investitionen handelt, die ohne die Fußball-WM nicht getätigt worden wären. Daneben wurde ermittelt, dass die Veranstaltung erhebliche Innovationseffekte hätte.

Schon die zum Teil sehr unterschiedlichen Schätzergebnisse lassen erkennen, dass die Ermittlung der ökonomischen Effekte der Fußball-WM mit großen Unsicherheiten verbunden ist. Zudem ist allen genannten Studien gemein, dass sie keine alternative Verwendung der für die Fußball-WM eingesetzten Mittel kalkulieren. Dies ist angesichts des nach wie vor beachtlichen Anteils öffentlicher Mittel, die für den Neu- und Ausbau von Stadien aufgewandt werden,²² problematisch.

Welche ökonomischen Wirkungen sind von der Fußball-WM tatsächlich zu erwarten?

Mittlerweile sind die im Zusammenhang mit der Weltmeisterschaft getätigten Investitionen – etwa in den Stadionausbau – abgeschlossen. Dadurch entstandene ökonomische Impulse sind jetzt kaum noch wirksam. Konjunkturell waren sie nicht sichtbar. Das konnte aber auch nicht erwartet werden, denn die Investitionen waren über mehrere Jahre verteilt, und ihr Anteil an der gesamtwirtschaftlichen Nachfrage war mit 6 Mrd. Euro klein.²³ Diese Schätzung der Postbank enthält zu einem erheblichen Teil Verkehrsinfrastrukturinvestitionen, deren Zurechnung zur Fußball-WM problematisch ist. Im letzten Jahr wurden in Deutschland insgesamt 384 Mrd. Euro investiert, und die Investitionen machen nur ein Sechstel des gesamten Bruttoinlandsprodukts aus.

In einer ökonometrischen Untersuchung der Wirkungen vergangener Fußball-Weltmeisterschaften konnte denn auch kein positiver Effekt nachgewiesen werden.²⁴ Der Autor der Studie schlussfolgert, dass eine Fußball-WM für einen Staat kein Geschäft sei, sondern als eine Form staatlichen Konsums

angesehen werden sollte, der getätigt wird, weil er der Bevölkerung des Ausrichterlandes einen Wohlfahrtsgewinn – jedoch keinen Wachstumsgewinn – bringt.²⁵

Für dieses Jahr ist freilich damit zu rechnen, dass die einheimischen Verbraucher vermehrt Güter kaufen, die in einem Zusammenhang mit der Fußball-WM stehen, und dass eine große Zahl von Gästen aus dem Ausland die Bundesrepublik wegen der Weltmeisterschaft besucht.

Impulse durch ausländische WM-Touristen?

Die FIFA rechnet damit, dass etwa eine Million ausländischer Besucher die Fußball-WM besuchen werden. Die Schätzungen zu den Ausgaben der Touristen in Deutschland liegen zwischen 1 Mrd. und 1,8 Mrd. Euro. Über das Zimmervermittlungs- und Buchungsbüro des Organisationskomitees sind bisher Bestellungen für eine Million Übernachtungen eingegangen.²⁶ Daneben dürfte es auch direkte private Buchungen geben. Gleichzeitig wird aber auch vermeldet, dass es keine Preissteigerungen bei den Zimmerpreisen gibt und an allen Veranstaltungsorten noch reichlich freie Betten zur Verfügung stehen.

In der Literatur wird zum Teil bezweifelt, dass Sportgroßereignisse unmittelbare wirtschaftliche Effekte durch den Tourismus während der Veranstaltung haben. So zeigte sich, dass die Zahl der Touristen in Frankreich im Jahr der Fußball-WM 1998 nicht aus dem üblichen Rahmen fiel.²⁷ Bei der letzten Fußball-Europameisterschaft in Portugal 2004 und den Olympischen Spielen desselben Jahres in Griechenland war ebenfalls kein zusätzlicher Touristenstrom in diese Länder festzustellen (Abbildung 1). Im Falle Deutschlands können Daten aus der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung herangezogen werden. Es zeigt sich, dass die

²⁰ Vgl. Beatrice Oßberger: Das Job-Wunder lässt auf sich warten. In: Welt am Sonntag, 23. April 2006.

²¹ Vgl. GfW (Gesellschaft für Wirtschaftsförderung) Nordrhein Westfalen, a. a. O.

²² Vgl. Helmut M. Dietl und Markus Pauli: Die Finanzierung von Fußballstadien – Überlegungen am Beispiel des deutschen Profifußballs. In: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, Ergänzungsheft 4, 2002, S. 239–262; und allgemein insbesondere Judith Grant Ling: Full Count: The Real Cost of Public Funding for Major League Sports Facilities. In: Journal of Sports Economics, Vol. 6, No. 2, 2005, S. 119–143; sowie D. R. Howard und J. L. Crompton: Financing Sport. Morgantown 1995.

²³ Jedenfalls war nicht zu ermitteln, dass von ihnen ein merklicher Effekt ausging. In kleineren Staaten dagegen kann ein Sportgroßereignis durchaus erhebliche Investitionseffekte haben. Das hat sich etwa im Falle Griechenlands, wo 2004 die Olympischen Spiele durchgeführt wurden, oder Portugals, Austragungsort der Fußball-EM 2004, gezeigt.

²⁴ Stefan Szymanski: The Economic Impact of the World Cup. In: World Economics, Jg. 3, Nr. 1, 2002, S. 169–177, hier: S. 175 f.

²⁵ David Milleker (Dresdner Bank) spricht das deutlich, aber wenig zitiert, aus: „Wir reden von einem Tropfen auf den heißen Stein.“ Impulse online, 17. März 2006.

²⁶ fifaworldcup.yahoo.com/06/de/060425/1/3xer.html

²⁷ Vgl. S. Szymanski, a. a. O., S. 175.

Nachfrage nach Leistungen des Beherbergungs- und Gastgewerbes in den Jahren 1988 (Fußball-Europameisterschaft) und 1974 (Fußball-WM) nicht besonders gestiegen ist (Tabelle 1). Allenfalls die Olympischen Spiele 1972 könnten einen gewissen Effekt auf das Beherbergungs- und Gastgewerbe gehabt haben. Gesamtwirtschaftlich bedeutend ist der auf diesen Wirtschaftszweig entfallende Konsum ohnehin nicht, denn er macht nur knapp 3 % des Bruttoinlandsprodukts aus.

Beachtet werden müssen wohl auch Verdrängungseffekte. Zwar werden durch ein Sportgroßereignis ausländische Fans angezogen, zugleich können aber andere Touristen wegbleiben – etwa weil sie Preiseffekte durch das Ereignis fürchten oder den mit der Veranstaltung verbundenen Trubel meiden wollen. Eine Fußball-WM kann dazu führen, dass Geschäftsreisen oder Tagungen eingeschränkt werden. Dafür gibt es durchaus empirische Hinweise.²⁸ In einigen WM-Städten herrscht Aufregung wegen der von der FIFA geblockten Hotelzimmer, die jetzt nicht in Anspruch genommen werden.²⁹

Verstärkte Käufe fußballnaher Waren?

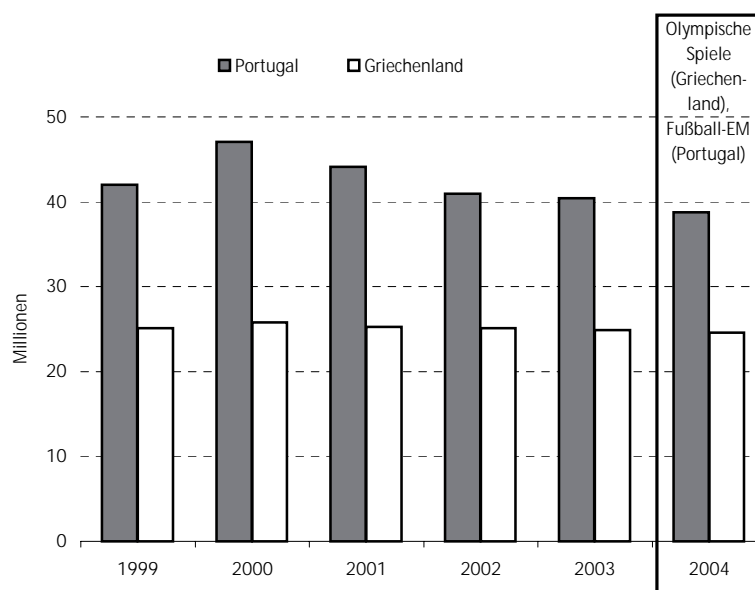
Allerorten wird mit der Fußball-WM geworben,³⁰ und da die Markenbindung gerade gerichtlich gelockert wurde, wird die Werbung wohl noch zunehmen. Kommt es aber dadurch zu vermehrten Käufen und entsprechend zu einem wirtschaftlichen Impuls?

Nicht auszuschließen ist es, dass vermehrt fußballnahe Waren wie Sportkleidung gekauft werden. Manche dürften auch den Kauf eines neuen Fernsehers zeitlich vorziehen. Aber ob die Kunden mehr zu Backwaren greifen, weil sie nun Weltmeisterbrötchen heißen, ist eher zweifelhaft. Bei den Waren ist auch darauf zu achten, wo sie hergestellt wurden, denn der Impuls zusätzlicher Käufe dürfte um so größer sein, je mehr inländische Wertschöpfung in ihnen steckt. Bei einem Fernseher ist in der Regel nur wenig davon enthalten.

Konjunkturell entscheidend ist ohnehin nicht, ob vermehrt fußballnahe Produkte gekauft werden, sondern ob der private Verbrauch insgesamt steigt. Nach der jüngsten Gemeinschaftsprognose der Wirtschaftsforschungsinstitute wird der private Verbrauch in diesem Jahr nur leicht höher sein als 2005. Gerechnet wird mit einem Zuwachs von 1,8 % bei einer Teuerungsrate von 1,4 %. Allerdings dürfte der Konsum in der zweiten Hälfte dieses Jahres anziehen, was aber nicht an der Fußball-WM liegt, sondern daran, dass die privaten Haushalte wegen der für 2007 angekündigten Mehrwertsteuererhöhung den Kauf von Gebrauchsgütern vorziehen dürften.

Abbildung 1

Übernachtungen von Ausländern im Gastgewerbe Griechenlands und Portugals



Quellen: Statistisches Bundesamt; Berechnungen des DIW Berlin.

DIW Berlin 2006

Tabelle 1

Bruttowertschöpfung im Gastgewerbe, Bruttoinlandsprodukt und privater Verbrauch

Veränderung gegenüber dem Vorjahr in %, in Preisen von 1995

Jahr	Bruttowertschöpfung im Gastgewerbe	Bruttoinlandsprodukt	Privater Verbrauch	Ereignis
1971	0,9	2,9	5,7	
1972	1,7	4,3	4,8	Olympische Spiele
1973	-0,6	4,7	3,0	
1974	0,9	1,0	0,5	Fußball-WM
1975	0,6	-1,6	3,7	
1987	3,8	1,4	3,7	
1988	0,4	3,8	2,6	Fußball-EM
1989	5,5	4,3	3,2	

Quellen: Statistisches Bundesamt; Berechnungen des DIW Berlin.

DIW Berlin 2006

Auch bei früheren Sportgroßereignissen in Deutschland ist keine auffällige Entwicklung des privaten Verbrauchs festzustellen gewesen. Im Übrigen hängt

²⁸ Vgl.: Zimmer frei, Berliner Zeitung vom 13.03.2006.

²⁹ Vgl. o.V.: FIFA-Vermittlung gibt geblockte Hotelzimmer frei. dpa-Meldung vom 2. Mai 2006.

³⁰ Besonders skurrile Sujets im Zusammenhang mit WM-Werbung sind z. B. auf den Ausgang der WM bezogene Finanzanlagen. Vgl. dazu Sebastian Wolff: Anleger im Abseits. In: Berliner Zeitung, Nr. 72, 2006, S. 14; und Stiftung Warentest online: Unter der Lupe: Bankprodukte zur Fußball-WM. 21. März 2006.

der durch eine Fußball-WM inspirierte Kauf etwa von elektronischen Geräten oder Sportartikeln vor allem von dem Ereignis selbst ab und kaum davon, in welchem Land es stattfindet.

Positive Effekte durch Sicherheitsmaßnahmen?

Angesichts der latenten Bedrohung durch den Terrorismus erfordern Großveranstaltungen einen erheblichen Aufwand zur Gewährleistung der öffentlichen Sicherheit. Im Falle des Fußballs kommt noch das Problem der Hooligans dazu. In rein konjunktureller Betrachtung könnte ein vermehrter Sicherheitsaufwand als ein positiver Impuls angesehen werden³¹ – jedenfalls dann, wenn durch erhöhte Ausgaben der Veranstalter oder des Staates zusätzliches Einkommen entsteht.

Die staatlichen Sicherheitskräfte in Deutschland sind wegen der Fußball-WM aber nicht aufgestockt worden. Wahrscheinlich wird der erhöhte Einsatz während der Veranstaltung im Wesentlichen durch Überstunden gewährleistet. Die Länder Hessen und Baden-Württemberg haben das ausdrücklich erklärt.³² Möglicherweise wird ein Teil davon finanziell entgolten, wahrscheinlich dürfte aber ein großer Teil der Mehrarbeit später durch Freizeit ausgeglichen werden. Bei privaten Sicherheitsdiensten dürfte wegen der erhöhten Nachfrage zusätzliches Einkommen entstehen. Anzunehmen ist, dass die Unternehmen die Zahl der Arbeitsplätze vorübergehend erhöhen.

Die durch die WM bedingten Sachausgaben für Sicherheit, die man auf Länderebene zumindest auf einen zweistelligen Millionenbetrag schätzen kann,³³ werden mit großer Wahrscheinlichkeit nicht kreditfinanziert, sondern verdrängen andere Ausgaben der Gebietskörperschaften. Insgesamt ist kein konjunktureller Impuls zu erwarten.

Veränderungen von Erwartungen und Entscheidungen

Aussagen über den Einfluss einer Fußball-WM oder eines anderen sportlichen Großereignisses auf die wirtschaftlichen Erwartungen der Bevölkerung des gastgebenden Landes können sich weder auf eine ernstzunehmende Theorie noch auf eine solide Empirie stützen. Bisherige Befunde für andere Länder sprechen nicht für die Beeinflussung wirtschaftlicher Erwartungen durch eine Fußball-WM.³⁴ Wenn überhaupt, ist es das sportliche Abschneiden der eigenen Auswahlmannschaft, das Einfluss auf die Erwartungsbildung hat, nicht aber die Tatsache, in welchem Land die Mannschaft siegt oder verliert.

Eine im Jahre 2004 durchgeführte Befragung von Experten bei „öffentlichen und privaten Entscheidungsträgern und potentiellen Investoren im Umfeld der FIFA Fußball-WM 2006“ erbrachte aber immerhin das Ergebnis,³⁵ dass 15 % mit „positiven“ oder „sehr positiven“ Auswirkungen rechnen. Nur knapp ein Viertel erwartet gar keine Wirkungen. Begründet wird die insgesamt positive Einschätzung mit dem „generellen Optimismus“, der die Menschen bei einem solchen Sportereignis erfasst.

Eine Analyse der Aktienkursentwicklung in den Jahren 1973 bis 2004 in fußballbegeisterten Ländern kommt zu dem Ergebnis,³⁶ dass Siege in wichtigen Fußballspielen keinen statistisch signifikanten Einfluss auf die kurzfristige Entwicklung der Aktienkurse haben, aber Niederlagen zu einer statistisch gesicherten Abweichung der Kurse (gegenüber dem Trend) von 38 Basispunkten, d. h. 0,38 Prozentpunkten, führen. Überträgt man diese Ergebnisse auf die allgemeine Erwartungsbildung aufgrund der WM 2006, so kommt man zu der Schlussfolgerung, dass von einem guten Abschneiden der deutschen Mannschaft keine positiven Auswirkungen auf das wirtschaftliche Verhalten zu erwarten sind, weil ein solches Ergebnis von den Fans – zumindest heimlich – ohnehin vorausgesetzt wird.³⁷ Wenn Fußballergebnisse überhaupt Einfluss auf wirtschaftliche Entscheidungen haben, dann spielen eher Enttäuschungen eine Rolle – die sich ökonomisch entsprechend negativ niederschlagen.

Ein sportliches Großereignis wie die Fußball-WM erhöht natürlich das Risiko von Terroranschlägen. Inwieweit dies in die wirtschaftliche Erwartungsbildung der Bürger eingeht,³⁸ ist nicht kalkulierbar.

Weitere Effekte

Während der letzten Fußball-WM in Korea und Japan gab es eine Diskussion um millionenfach ausgefallene Arbeitsstunden, da die Zeit der Live-Übertragung der Spiele nicht kompatibel war mit den Fernsehgewohnheiten und -möglichkeiten großer Teile der Fans in Europa und Amerika.³⁹ Freilich

³¹ Hier wird nicht diskutiert, ob die Sicherheitskosten, die große Events und regelmäßige Veranstaltungen des Profi-Sports mit sich bringen, nicht den Veranstaltern angelastet werden sollten (vgl. z. B. Gert G. Wagner und Wolfgang Wiegand, a. a. O., S. 8).

³² Vgl. dpa: Innere Sicherheit / Kosten Fußball-WM. dpa-Umfrage, 17. Februar 2006.

³³ dpa, a. a. O.

³⁴ Vgl. Stefan Szymanski, a. a. O., S. 175 f.

³⁵ GfW, a. a. O., S. 4 und S. 14.

³⁶ Vgl. Alex Edmans, Diego Garcia und Oyvind Norli: Sports Sentiment and Stock Returns. Cambridge, Mass. u. a. 2005, die auch die einschlägige psychologische Theorie diskutieren.

³⁷ Alex Edmans et al., a. a. O., S. 5.

³⁸ Die Versicherung der meisten WM-Stadien bei der neugeschaffenen Extremus-Terrorversicherung deckt nur den materiellen Schaden an den Stadien ab.

³⁹ O. V.: WM und Arbeitszeiten. In: iwd – Nr. 22 vom 30. Mai 2002.

machen zunehmend flexible Arbeitszeiten negative Wirkungen auf die Arbeitsproduktivität unwahrscheinlich.⁴⁰ Bei der WM in Deutschland sollten sich derartige Probleme ohnehin nicht einstellen, da die meisten Spiele am späten Nachmittag oder am Abend übertragen werden. Hinzu kommt, dass angesichts der hohen Arbeitslosigkeit die Beschäftigten Fehlzeiten immer mehr vermeiden, um nicht ihren Arbeitsplatz zu riskieren. Das ist daran ablesbar, dass sich die Krankenstände in Deutschland auf einem historischen Tiefstand bewegen.⁴¹

Die wahrscheinlich wichtigsten strukturellen Wirkungen der Fußball-WM werden durch eine Umfrage der Ruhr-Universität Bochum⁴² illustriert. Es handelt sich um Modernisierungs-Effekte in Richtung Dienstleistungswirtschaft („Event-Industrie“), die durch die Fußball-WM zwar nicht ausgelöst, jedoch verstärkt werden. Zu nennen sind neuartige Dienstleistungsgagenturen, die die Organisation von Events und deren Begleitprogramm durchführen.

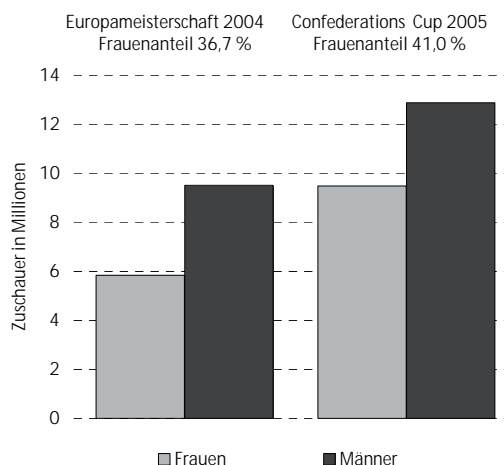
Die Fußball-WM 2006 wäre danach in Deutschland ein nicht zu unterschätzender Mosaikstein im Wandel hin zur Dienstleistungsgesellschaft, die weltweit zunehmend auch von „Events“ gekennzeichnet ist. Neben sportlichen Mega-Ereignissen sind große Ausstellungen sowie die lokale oder weltweite Zelebrierung von Geburts- und Todestagen großer Persönlichkeiten zu nennen (z. B. das Kant-Jahr in Deutschland oder das Mozart-Jahr weltweit). Jedes einzelne Event hat eine verschwindende gesamtwirtschaftliche Bedeutung, insgesamt entwickelt sich dadurch jedoch eine beachtliche Event-Industrie, die z. B. für Künstler und Geisteswissenschaftler eine durchaus beachtliche Arbeitsnachfrage induziert.

Zum gesellschaftlichen Wert der Fußball-WM

Der Wert des sportlichen Geschehens selbst und des Spektakels darum herum lässt sich naturgemäß nur schwer in ökonomischen Größen ausdrücken. Immerhin steht fest, dass der Spaß an einer Fußball-WM sich nicht – was viele vermuten – auf Männer beschränkt. Zwar zeigen die Daten des vom DIW Berlin in Zusammenarbeit mit TNS Sozialforschung erhobenen Sozio-ökonomischen Panels (SOEP)⁴³ für das Jahr 2003, dass etwas mehr als die Hälfte der Männer, aber nur ein Drittel aller erwachsenen Frauen überhaupt Sportveranstaltungen besuchen, und dass knapp 20 % der Männer, aber lediglich 7 % der Frauen dies regelmäßig, d. h. mindestens einmal im Monat, tun. Fußballspiele im Fernsehen, insbesondere internationale Turniere, sehen sich aber auch viele Frauen an. Wie aus Informationen des ZDF auf Basis des AGF/GfK-Fernsehpanels hervorgeht, waren bei den letzten beiden großen Fußballturnieren in Europa – der Europameisterschaft

Abbildung 2

Durchschnittliche Zuschauerzahl von ARD und ZDF bei Spielen der Fußball-Europameisterschaft 2004 und des Confederations Cup 2005



Quellen: AGF/GfK Fernsehpanel D+EU; Auswertungen des ZDF; Berechnungen des DIW Berlin.

DIW Berlin 2006

2004 und des Confederations Cup 2005 – etwa 40 % der 14-jährigen und älteren Zuschauer bei ARD und ZDF weiblich.⁴⁴

Der Mindest-Wert des Zuschauens in den Stadien ist offensichtlich der Wert aller verkauften Eintrittskarten. Die spannendere Frage ist jedoch, was den Fernsehzuschauern und den Nutzern anderer Medien die WM wert ist.

Die Magdeburger Ökonomen Joachim Weimann und Steffen Rätzel haben 2004 eine Umfrage durchgeführt, auf deren Basis eine Quantifizierung möglich ist.⁴⁵ Zum einen wurden die Teilnehmer der repräsentativen Stichprobe⁴⁶ gefragt, wie viel sie

⁴⁰ Jutta Göricke: Anpiff am Arbeitsplatz. In: Süddeutsche Zeitung – Beruf und Karriere, Nr. 99, 29. April 2006, S.1.

⁴¹ Vgl. Karl Brenke: Dauer der Arbeitszeiten in Deutschland. In: Wochenbericht des DIW Berlin, Nr. 47/2004, S. 736. Zur neueren Entwicklung siehe etwa eine Analyse des Wissenschaftlichen Instituts der AOK (wido.de/uploads/media/wido_pra_krankenstand_pi_grafiken_0306_01.pdf).

⁴² GfW, a. a. O.

⁴³ Vgl. zum SOEP beispielsweise auch Christoph Breuer, a. a. O.

⁴⁴ Bei am Nachmittag und frühen Abend liegenden Sendeterminen sitzen etwas mehr Männer vor dem Fernsehgerät, was unterstreicht, dass hohe Frauenanteile zur Hauptsendezeit am Abend teilweise auch durch gemeinsames Fernsehen „erzwungen“ werden.

⁴⁵ Vgl. Steffen Rätzel und Joachim Weimann: Der Maradona Effekt: Wie viel Wohlfahrt schafft die deutsche Nationalmannschaft? In: Perspektiven der Wirtschaftspolitik, 7. Jg., Heft 2, 2006, S. 257–270.

⁴⁶ Die Stichprobe umfasste zwar nur 338 Befragte, diese waren aber zufällig und repräsentativ ausgewählt. Eine solche Fallzahl reicht aus, um für eine Fragestellung, die sich auf die gesamte Bevölkerung (also nicht auf Teilgruppen) bezieht, aussagekräftige Zahlen zu ermitteln.

Tabelle 2

Wohlfahrtsgewinne der in Deutschland lebenden Erwachsenen von der Übertragung der WM-Spiele im öffentlich-rechtlichen Fernsehen und einem Titelgewinn der DFB-Auswahl

	Zahlungsbereitschaft ¹ an ein Pay-TV für das Anschauen ...						Zahlungsbereitschaft für den Titelgewinn	
	... der Viertelfinalspiele		... der Halbfinalspiele		... des Endspiels		WTA-Methode ²	WTP-Methode ³
	ohne DFB	mit DFB	ohne DFB	mit DFB	ohne DFB	mit DFB		
Wohlfahrtsgewinn auf Basis des arithmetischen Mittels								
pro Kopf in Euro	2,44	5,26	3,59	7,04	5,90	10,78	255,00	35,00
insgesamt (hochgerechnet) ⁴ in Mill. Euro	163	353	240	472	395	723	17 123	2 345
Wohlfahrtsgewinn auf Basis des Medians								
pro Kopf in Euro	0,00	3,00	1,63	4,00	3,00	5,00	50,00	10,00
insgesamt (hochgerechnet) ⁴ in Mill. Euro	0	201	109	268	201	335	3 353	670

1 Antworten von 338 Befragten.

2 Antworten von 256 Befragten auf die Frage, ab welcher Höhe ihnen ein Lotteriegewinn, der bei einer Final-Niederlage der DFB-Auswahl ausgezahlt wird, mehr wert ist als der WM-Titel für das DFB-Team (Nationalmannschaft).

3 Antworten von 58 Befragten zur individuellen Zahlungsbereitschaft für eine kollektive Investition, die zum sicheren Gewinn des WM-Titels durch das DFB-Team führt.

4 Hochgerechnet auf die gesamte erwachsene Bevölkerung.

Quellen: Erhebung von Rätzel und Weimann (Universität Magdeburg); Berechnungen des DIW Berlin.

DIW Berlin 2006

für die Übertragung von WM-Spielen im Fernsehen bereit wären zu zahlen, wenn die Spiele nicht frei im Fernsehen zu empfangen wären. Bei diesem Quasi-Experiment wurde in Spiele mit und ohne deutsche Beteiligung unterschieden.

Zum anderen wurden zwei komplexere Fragen zum Gewinn des WM-Titels durch die DFB-Auswahl gestellt. Mit der ersten wurde die „Willingness-To-Accept“ (WTA) ermittelt, mit der zweiten die „Willingness-To-Pay“ (WTP). Zur Ermittlung des WTA-Wertes wurde den Befragten die fiktive Entscheidungssituation vorgelegt, dass ein Freund für sie gewettet hätte, dass die deutsche Mannschaft das Endspiel verliert, um sie in diesem – traurigen – Falle mit einem Geldgewinn zu überraschen. Die Frage ist nun: „Ab welcher Höhe des Gewinns aus dem TippSpiel ist es Ihnen lieber, das Deutschland das Endspiel verliert?“ Die Antworten darauf zeigen den subjektiven Wert des Titelgewinns an. Für die Ermittlung des WTP-Wertes wurde den Befragten ein Szenario geschildert, in dem die DFB-Elf nach dem sportlich desaströsen Verlauf der Europameisterschaft neu aufgebaut wird, was Kosten verursacht, aber mit Sicherheit zum Gewinn des WM-Titels führt. Erfragt wurde die subjektive Zahlungsbereitschaft für ein solches kollektives Unterfangen. Die Mittelwerte der erfragten Zahlungsbereitschaften werden mit der Zahl der Erwachsenen in Deutschland multipliziert, um den aggregierten monetären Wert der Fußball-WM zu erhalten.⁴⁷

Für die Übertragung der Spiele ohne Beteiligung der deutschen Mannschaft nach der Vorrunde wären die Fernsehzuschauer bereit, insgesamt 798 Mill. Euro aufzuwenden (kumulierte Werte für Viertel- und Halbfinalspiele sowie das Endspiel in Tabelle 2).

Wenn die DFB-Auswahl noch im Viertelfinale und im Halbfinale dabei ist, steigt die aggregierte Zahlungsbereitschaft um 190 Mill. bzw. 232 Mill. Euro an. Beim Erreichen des Finales kämen zusätzliche 328 Mill. Euro (Differenzen zwischen den Zahlungsbereitschaften ohne und mit DFB-Beteiligung in Tabelle 2) zusammen. Der maximale Wert, den die DFB-Elf also durch die Teilnahme an der WM erspielen kann, beträgt bei Erreichen des Endspiels kumuliert 750 Mill. Euro. Gemessen am Investitionsaufwand für die WM eine bescheidene Summe.

Der Wert des Weltmeistertitels für die DFB-Elf bzw. „für Deutschland“ hängt stark von der gewählten Ermittlungsmethode ab (WTA oder WTP). Nach der eher realistischen WTA-Methode (Frage nach der verlorenen Wette) beträgt der aggregierte Wert des WM-Titels immerhin etwa 17 Mrd. Euro. Nach der WTP-Methode (Frage nach dem Wert eines sicheren Titelgewinns) sind es hingegen nur 2,3 Mrd. Euro,⁴⁸ was wohl auch daran liegt, dass die zugrunde liegende Frage wenig realistisch ist.⁴⁹

Freilich werden die Mittelwerte stark von Ausreißern, d. h. von Antworten beeinflusst, bei denen

47 In Deutschland lebende Ausländer, die eine positive Zahlungsbereitschaft haben, denen der WM-Titel für Deutschland also etwas wert ist, werden dabei einbezogen. Alle anderen gehen – wie viele Deutsche auch – mit dem Wert null ein.

48 Berücksichtigt man den aufgrund der kleinen Stichproben beachtlich großen Stichprobenfehler, so schwanken die Werte mit 95-prozentiger Sicherheit zwischen 13 und 21 Mrd. Euro (WTA-Methode) bzw. zwischen 1,3 und 3,4 Mrd. Euro (WTP-Methode).

49 Jedem Befragten dürfte klar sein, dass man sich den Titel nicht kaufen kann, d. h. die Frage, was es einem Befragten wert wäre, wenn die DFB-Auswahl ganz bestimmt Weltmeister würde, ist ausgesprochen artifiziell. Sie ist darüber hinaus sportwidrig, da ein Wettkampf nur interessant ist, wenn das Ergebnis nicht vorher feststeht.

einige Befragte der WM einen sehr hohen Wert zu messen.⁵⁰ Diese Effekte werden weitgehend ausgeschlossen, wenn statt des Mittelwertes die Mediane der Angaben verwendet werden (unterer Block von Tabelle 2).⁵¹ Die Mediane der Zahlungsbereitschaft für Pay-TV liegen nur bei 3 bis 5 Euro je Befragten, und Viertelfinalsiege ohne DFB-Beteiligung sind den Deutschen danach fast nichts wert. Der Wert des WM-Titels liegt dann nur bei 10 Euro (WTA) bzw. 50 Euro (WTP). Ein Endspiel mit DFB-Beteiligung würde einen aggregierten subjektiven Wohlfahrtsgewinn von knapp 350 Mill. Euro erzeugen, beim Gewinn des WM-Titels wären es 3,4 Mrd. Euro nach der unrealistischen WTA-Frage bzw. 670 Mill. Euro (WTP). Das ist gewiss nicht wenig, liegt aber unter den im Zusammenhang mit der WM getätigten Aufwendungen. Zu bedenken ist, dass dem Wohlfahrtsgewinn reale, aus den TV-Gebühren gedeckte Kosten für die TV-Übertragungen in Höhe von etwa 230 Mill. Euro gegenüber stehen.⁵² Auch unter Berücksichtigung von Werbeeinnahmen und einem eventuellen Verkauf von Zweitverwertungsrechten dürften ARD und ZDF Gebührengelder in dreistelliger Millionenhöhe aufwenden.

Hinzu kommt ein grundsätzliches Problem, wenn man diese Werte zur Rechtfertigung der Ausrichtung der WM in Deutschland heranziehen will: Beide Effekte würden auch eintreten, wenn die WM nicht in Deutschland stattfände. Ein Argument kann allenfalls sein, dass durch das Heimrecht die Chance der DFB-Auswahl auf den Titelgewinn steigt.

Fazit

Von der demnächst in Deutschland stattfindenden Fußball-WM werden keine nennenswerten konjunkturellen Impulse ausgehen. Wegen der Veranstaltung kommen vielleicht 1 Mill. Besucher in die Bundesrepublik, die sonst nicht gekommen wären, aber die Wirkungen der Ausgaben dieser Besucher sollten nicht überschätzt werden. Es deutet sich bereits an, dass es beim Tourismus zu Verdrängungseffekten kommen wird. Jedenfalls war bei ähnlichen Veranstaltungen in Deutschland wie auch bei den letzten Sportgroßveranstaltungen im europäischen Ausland kein Tourismuszuwachs zu erkennen.

Von den im Vorfeld der WM getätigten Investitionen sind keine spürbaren gesamtwirtschaftlichen Effekte ausgegangen. Dazu war das Investitionsvolumen in den WM-bedingten Stadionausbau von etwa 1 Mrd. Euro nicht groß genug; zumal es über mehrere Jahre verteilt war. Wahrscheinlich werden im Zusammenhang mit der Fußball-WM hierzulande verstärkt Elektro- und Sportartikel gekauft. Ein Anstieg des privaten Konsums insgesamt ist aber nicht zu erwarten.

Ob durch die Fußball-WM eine positive Stimmung im Land erzeugt wird, die sich auf das Verbraucherverhalten überträgt, ist sehr zweifelhaft. Die Erfahrungen anderer Länder sprechen nicht für die Beeinflussung wirtschaftlicher Erwartungen durch eine Fußball-WM. Wenn überhaupt ist es das Abschneiden der „eigenen“ Mannschaft, das Einfluss hat, nicht aber die Tatsache, in welchem Land gespielt wird. Überträgt man die Ergebnisse von Analysen über den Zusammenhang von Fußballergebnissen und Aktienkursen auf die allgemeine wirtschaftliche Erwartungsbildung, so kommt man zudem zu der Schlussfolgerung, dass von einem guten Abschneiden der eigenen Mannschaft keinerlei Auswirkungen auf wirtschaftliche Entscheidungen zu erwarten sind, da ein solches Ergebnis von den Fans gewissermaßen als normal vorausgesetzt wird. Allenfalls können negative Einflüsse für den Fall vermutet werden, dass die Erwartungen an das Abschneiden der Mannschaft enttäuscht werden. Die WM 2006 ist gleichwohl ein Mosaikstein im Wandel der deutschen Industriegesellschaft hin zu einer Dienstleistungsgesellschaft, die weltweit auch von Events gekennzeichnet ist.

Obwohl man zu dem Ergebnis kommen muss, dass von der WM mit großer Wahrscheinlichkeit keine nennenswerten positiven gesamtwirtschaftlichen Effekte ausgehen werden, hat dieses sportlich-kulturelle „Event“ eine positive gesellschaftspolitische Bedeutung, die durchaus zu Recht vom DFB bei seiner Bewerbung herausgestellt wurde. Zwar sollte man – wie ökonomische Abschätzungen zeigen – den „Spaßwert“ des Ereignisses selbst und auch den eines Titelgewinns nicht überschätzen. Aber eine Fußball-WM ist trotz aller Kritik an der damit verbundenen Kommerzialisierung des Sports ein Teil der weltweiten Völkerverständigung. Und eine solche Veranstaltung bietet einem Land die Chance, sich nach außen hin positiv darzustellen, was förderlich für wirtschaftliche Kontakte mit dem Ausland in der Zukunft sein kann. Die Außenwerbung kann aber auch misslingen, wenn rechtsradikale Gruppen oder Hooligans die WM als Bühne missbrauchen. Es ist vorab nicht entscheidbar, ob die Chance einer weltweiten positiven Kommunikation der „Marke

50 Bei der WTP-Frage betrug der maximale Wert 330 Euro, bei der WTA-Frage waren es 10000 Euro. Allerdings wurden solche Werte als Ausreißer betrachtet und in den Berechnungen nicht berücksichtigt (ausgeschlossen wurden alle Angaben, die außerhalb des Intervalls Mittelwert \pm 3 Standardabweichungen lagen und gleichzeitig 10% des jährlichen Einkommens des Befragten überstiegen). Der Ausschluss von Ausreißern führte dazu, dass der höchste WTA-Wert, der in die Berechnungen einging, 3200 Euro betrug.

51 Wir bedanken uns bei Steffen Rätzel und Joachim Weimann für das Zur-Verfügung-Stellen dieser Werte.

52 Die genauen Kosten, ebenso wie die Re-Finanzierung durch WM-bedingte zusätzliche Werbeeinnahmen, sind öffentlich nicht bekannt, vgl. z. B. Matthias Kurp: ARD & ZDF kaufen TV-Rechte für WM 2006. www.medienmaerkte.de/artikel/free/041705_fussball_wm.html.

Deutschland“ diese Gefahr übersteigt. Ein generelles Problem ist seit einigen Jahren, dass durch Gewalt der friedliche Charakter von Sportgroßveranstaltungen

gestört werden kann. Zudem besteht gerade bei großen Menschenansammlungen die latente Gefahr von terroristischen Anschlägen.

Aus den Veröffentlichungen des DIW Berlin

Andrea Schäfer, Jürgen Schupp

Zur Erfassung der Vermögensbestände im Sozio-oekonomischen Panel (SOEP) im Jahr 2002

Mit der Verfügbarkeit der Daten des SOEP-Befragungsschwerpunktes aus dem Jahr 2002 „Persönliche Vermögensbilanz“ besteht in Deutschland erstmals die Möglichkeit, nicht nur auf Haushalts-, sondern auch auf Personenebene differenzierte Vermögensanalysen von privaten Haushalten durchzuführen. Der Berechnung von Mittelwerten sowie weiterer Verteilungsmaße zur Vermögensverteilung liegen im Falle von fehlenden Angaben zu einzelnen oder ganzen Gruppen von Vermögensbestandteilen eine Fülle von Annahmen zugrunde. Der Bericht dokumentiert die Erhebung von Vermögen im SOEP sowie die wichtigsten methodischen Ergebnisse zum Umfang fehlender Vermögensangaben und zeigt die Besonderheiten der unterschiedlichen Erhebungsmethoden im SOEP. Zudem werden die Ergebnisse eines ersten einfachen Imputationsansatzes präsentiert, der für weitergehende Verteilungsanalysen differenziert werden kann. Es wird gezeigt, dass der Anteil der Verweigerungen des metrischen Wertes an allen CAPI-Befragten von 25 bis 50 Prozent je nach Vermögensbestandteil schwankt. Davon gab über ein Drittel, teilweise auch bis zur Hälfte der Personen zumindest einen kategorialen Schwellenwert an, der als eine fundierte Basis für eine Imputation dienen kann. Insgesamt verweigerten durchschnittlich ein Fünftel der PAPI-Befragten die Angaben zum Wert der Vermögenskomponenten vollständig. Die Auswirkung einer einfachen Imputationsmethode auf die Vermögenswerte wird durch entsprechende statistische Kennziffern zur Vermögensverteilung verdeutlicht. Der Beitrag macht darauf aufmerksam, dass weiterführende Analysen und Imputationsverfahren insbesondere bei internationalen Vergleichen nötig sind. Am Ende erfolgt ein Ausblick auf die geplanten Veränderungen des SOEP-Vermögensschwerpunktes im Jahr 2007.

Data Documentation 11

DIW Berlin 2006

Jürgen Gerhards, Silke Hans

Zur Erklärung der Assimilation von Migranten an die Einwanderungsgesellschaft am Beispiel der Vergabe von Vornamen

Im Rahmen der mit der EU-Integration und mit zukünftigen Erweiterungen verbundenen Freizügigkeitsregelungen stellt sich vermehrt die Frage nach der Integration von Zuwanderern aus Ländern innerhalb und außerhalb Europas. In diesem Beitrag fragen wir am Beispiel von Migranten aus drei Herkunftsgruppen (Südwesteuropa, Ex-Jugoslawien, Türkei) danach, unter welchen Bedingungen sich Zuwanderer am ehesten an die deutsche Gesellschaft anpassen. Um die abhängige Variable „Assimilation“ zu messen, benutzen wir einen ungewöhnlichen, aber sehr aussagekräftigen Indikator – die Vergabe von Vornamen an in Deutschland geborene Kinder von Zuwanderern. Mit Daten des SOEP lässt sich zeigen, dass Zuwanderer aus der Türkei gegenüber solchen aus dem ehemaligen Jugoslawien und Südwesteuropa seltener in Deutschland gebräuchliche Vornamen vergeben, also weniger angepasst sind. Ebenso steigt die Wahrscheinlichkeit der Vergabe deutscher Vornamen bei Zuwanderern mit hoher Bildung, christlicher Konfession und deutscher Staatsbürgerschaft. Bei der Interpretation der Ergebnisse ist jedoch zu beachten, dass sich die Ausgangssituation für die Migrantengruppen unterscheidet. Der Pool an Vornamen, auf die zurückgegriffen wird, ist in Deutschland durch die christliche Tradition geprägt, die mit den südwesteuropäischen Ländern geteilt wird, so dass es in der Namensvergabe in diesen Ländern große Überschneidungen gibt. Relativiert man den Assimilationsgrad türkischer Zuwanderer um die von vornherein größere kulturelle und sprachliche Distanz, zeigen sie eine genauso große Anpassungsbereitschaft wie die anderen Gruppen.

Discussion Paper No. 583

Mai 2006

Die Volltextversionen der Data Documentation und der Diskussionspapiere liegen als PDF-Dateien vor und können auf den entsprechenden Webseiten des DIW Berlin heruntergeladen werden (<http://www.diw.de/deutsch/produkte/publikationen/index.html>).

The full text versions of the Data Documentation and Discussion Papers are available in PDF format and can be downloaded from the DIW Berlin website (<http://www.diw.de/english/produkte/publikationen/index.html>).

3RD EUROFRAME CONFERENCE
ON ECONOMIC POLICY ISSUES IN THE EUROPEAN UNION

Towards an Enlarging European Monetary Union: Challenges for Old and New Member States

Berlin, Friday 2 June 2006
Conference Hall Manzini-Mitte
Reinhardtstrasse 14
10117 Berlin

Sessions:

- Business Cycle Convergence in the EU
- Exchange Rates Issues for the NMS
- Interest Rate Convergence
- Macroeconomic Issues for the NMS
- Macroeconomic Strategies in the Accession Process
- Macroeconomic Strategies – Game Theory Approach
- Exchange Rates (2)
- Monetary Policy in an Enlarged Union
- Financial Issues for the NMS

Roundtable:

- Towards an Enlarging European Monetary Union:
Challenges for Old and New Member States

The preliminary programme is available from:

[http://www.diw.de/deutsch/produkte/veranstaltungen/kalendarium/
Preliminary_Programme_250406.pdf](http://www.diw.de/deutsch/produkte/veranstaltungen/kalendarium/Preliminary_Programme_250406.pdf)

The registration form can be found at:

[http://www.diw.de/deutsch/produkte/veranstaltungen/kalendarium/
Registration_form.pdf](http://www.diw.de/deutsch/produkte/veranstaltungen/kalendarium/Registration_form.pdf)

Conference sponsors:

European Investment Bank – European Central Bank – Stiftung Geld und Währung



Impressum

DIW Berlin
Königin-Luise-Str. 5
14195 Berlin

Herausgeber

Prof. Dr. Klaus F. Zimmermann (Präsident)
Prof. Dr. Georg Meran (Vizepräsident)
Dr. Tilman Brück
Dörte Höppner
Prof. Dr. Claudia Kemfert
Dr. Bernhard Seidel
Prof. Dr. Viktor Steiner
Prof. Dr. Alfred Steinherr
Prof. Dr. Gert G. Wagner
Prof. Dr. Axel Werwatz, Ph.D.
Prof. Dr. Christian Wey

Redaktion

Kurt Geppert
Dr. Elke Holst
Manfred Schmidt
Dr. Mechthild Schrooten

Pressestelle

Renate Bogdanovic
Tel. +49 – 30 – 89789-249
presse@diw.de

Vertrieb

DIW Berlin Leserservice
Postfach 7477649
Offenburg
leserservice@diw.de
Tel. 01805 – 198888, 12 Cent/min.

Reklamationen können nur innerhalb von vier Wochen nach Erscheinen des Wochenberichts angenommen werden; danach wird der Heftpreis berechnet.

Bezugspreis

Jahrgang Euro 180,-
Einzelheft Euro 7,- (jeweils inkl. Mehrwertsteuer und Versandkosten)
Abbestellungen von Abonnements spätestens 6 Wochen vor Jahresende

ISSN 0012-1304

Bestellung unter leserservice@diw.de

Konzept und Gestaltung

kognito, Berlin

Satz

eScriptum, Berlin

Druck

Walter Grützmaker GmbH & Co. KG

Nachdruck und sonstige Verbreitung – auch auszugsweise – nur mit Quellenangabe und unter Zusendung eines Belegexemplars an die Stabsabteilung Information und Organisation des DIW Berlin (Kundenservice@diw.de) zulässig.

DEUTSCHLAND

Ausgewählte saisonbereinigte Konjunkturindikatoren¹

	Arbeitslose		Offene Stellen		Auftragsseingang (Volumen) ^{2,3}													
					Verarbeitendes Gewerbe					Vorleistungsgüter-					Gebrauchsgüter-		Verbrauchsgüter-	
					Inland		Ausland			produzenten					produzenten		produzenten	
	mtl.	vj.	mtl.	vj.	mtl.	vj.	mtl.	vj.	mtl.	vj.	mtl.	vj.	mtl.	vj.	mtl.	vj.	mtl.	vj.
in 1000																		
2000 = 100																		
2004	J	4 298	314	100,3	95,1	106,9	101,1	101,6	101,6	101,6	101,6	101,6	101,6	101,6	101,6	101,6	101,6	101,6
	F	4 269	303	101,3	95,8	108,3	102,7	102,5	102,3	102,3	102,3	102,3	102,3	102,3	102,3	102,3	102,3	102,3
	M	4 270	287	103,2	97,6	110,2	103,8	104,9	104,9	104,9	104,9	104,9	104,9	104,9	104,9	104,9	104,9	104,9
	A	4 311	275	104,1	97,2	112,7	104,7	106,0	106,0	106,0	106,0	106,0	106,0	106,0	106,0	106,0	106,0	106,0
	M	4 330	277	106,7	104,4	113,7	106,3	105,0	109,4	109,4	109,4	109,4	109,4	109,4	109,4	109,4	109,4	109,4
	J	4 364	277	102,4	95,5	111,1	103,8	103,6	103,6	103,6	103,6	103,6	103,6	103,6	103,6	103,6	103,6	103,6
	J	4 405	274	103,2	95,9	112,1	102,5	105,8	105,8	105,8	105,8	105,8	105,8	105,8	105,8	105,8	105,8	105,8
	A	4 436	270	103,6	96,5	112,6	103,9	103,1	105,9	105,9	105,9	105,9	105,9	105,9	105,9	105,9	105,9	105,9
	S	4 456	270	103,4	95,3	113,5	103,1	105,9	105,9	105,9	105,9	105,9	105,9	105,9	105,9	105,9	105,9	105,9
	O	4 485	274	102,9	95,6	112,0	101,8	106,2	106,2	106,2	106,2	106,2	106,2	106,2	106,2	106,2	106,2	106,2
	N	4 522	284	102,2	94,5	111,8	101,4	101,4	104,6	104,6	104,6	104,6	104,6	104,6	104,6	104,6	104,6	104,6
	D	4 589	298	105,6	98,0	115,1	100,9	112,3	112,3	112,3	112,3	112,3	112,3	112,3	112,3	112,3	112,3	112,3
2005	J	4 725	315	104,7	96,2	115,3	103,6	102,5	107,6	107,6	107,6	107,6	107,6	107,6	107,6	107,6	107,6	107,6
	F	4 806	335	104,0	94,8	115,4	101,6	102,5	107,7	108,1	108,1	108,1	108,1	108,1	108,1	108,1	108,1	108,1
	M	4 847	358	104,9	95,7	116,5	102,3	109,0	109,0	109,0	109,0	109,0	109,0	109,0	109,0	109,0	109,0	109,0
	A	4 816	380	103,6	95,5	113,7	101,4	107,1	107,1	107,1	107,1	107,1	107,1	107,1	107,1	107,1	107,1	107,1
	M	4 837	396	103,4	95,1	113,8	102,0	102,8	106,5	109,1	109,1	109,1	109,1	109,1	109,1	109,1	109,1	109,1
	J	4 837	408	108,6	99,3	120,3	104,9	113,8	113,8	113,8	113,8	113,8	113,8	113,8	113,8	113,8	113,8	113,8
	J	4 828	424	109,3	98,8	122,6	107,0	113,9	113,9	113,9	113,9	113,9	113,9	113,9	113,9	113,9	113,9	113,9
	A	4 832	445	109,0	99,1	121,4	106,2	106,8	113,8	115,0	115,0	115,0	115,0	115,0	115,0	115,0	115,0	115,0
	S	4 856	465	111,1	99,9	125,0	107,4	117,2	117,2	117,2	117,2	117,2	117,2	117,2	117,2	117,2	117,2	117,2
	O	4 848	479	112,5	99,6	128,6	108,8	118,5	118,5	118,5	118,5	118,5	118,5	118,5	118,5	118,5	118,5	118,5
	N	4 816	477	115,1	101,2	132,3	110,2	110,1	122,4	119,7	119,7	119,7	119,7	119,7	119,7	119,7	119,7	119,7
	D	4 756	473	113,4	99,1	131,2	111,3	118,2	118,2	118,2	118,2	118,2	118,2	118,2	118,2	118,2	118,2	118,2
2006	J	4 693	470	115,4	101,0	133,5	109,3	124,1	124,1	124,1	124,1	124,1	124,1	124,1	124,1	124,1	124,1	124,1
	F	4 633	472	112,5	99,6	128,6	108,8	118,5	118,5	118,5	118,5	118,5	118,5	118,5	118,5	118,5	118,5	118,5
	M	4 625	475	115,1	101,2	132,3	110,2	110,1	122,4	119,7	119,7	119,7	119,7	119,7	119,7	119,7	119,7	119,7
	A	4 620	489	113,4	99,1	131,2	111,3	118,2	118,2	118,2	118,2	118,2	118,2	118,2	118,2	118,2	118,2	118,2
	M																	
	J																	
	J																	
	A																	
	S																	
	O																	
	N																	
	D																	

¹ Saisonbereinigt nach dem Berliner Verfahren (BV4). Dieses Verfahren hat die Eigenschaft, dass sich beim Hinzufügen eines neuen Wertes davorliegende saisonbereinigte Werte in der Zeitreihe auch dann ändern können, wenn deren Ursprungswert unverändert geblieben ist. Die Vierteljahreswerte wurden aus den saisonbereinigten Monatswerten errechnet.

² Außerdem arbeitstäglich bereinigt.

³ Für die Monate Februar und März 2006 können wegen des Fehlens der Daten aus Nordrhein-Westfalen keine saisonbereinigten Werte ausgewiesen werden.

DEUTSCHLAND

noch: Ausgewählte saisonbereinigte Konjunkturindikatoren¹

	Beschäftigte im Bergbau und im Verarbeitenden Gewerbe			Produktion?						Umsätze des Einzelhandels			Außenhandel (Spezialhandel)?					
	Verarbeitendes Gewerbe			Investitionsgüterproduzenten		Gebrauchsgüterproduzenten		Verbrauchsgüterproduzenten		Bauhauptgewerbe		Ausfuhr			Einfuhr			
	mtl.	vj.	mtl.	vj.	mtl.	vj.	mtl.	vj.	mtl.	vj.	mtl.	vj.	mtl.	vj.	mtl.	vj.	mtl.	vj.
in 1000																		
2000 = 100																		
2003 = 100																		
2004	J	6049	1007	1031	88,2	97,7	81,5	101,3	58,1	45,1								
	F	6042	101,5	103,9	87,7	88,5	86,3	101,2	58,7	46,2								
	M	6037	102,1	105,2	89,6	97,3	84,4	102,5	59,5	45,7								
	A	6033	102,5	105,2	88,5	98,0	80,9	101,9	61,5	47,0								
	M	6024	103,3	109,2	92,3	89,6	82,1	99,4	62,6	48,1								
	J	6020	103,1	106,6	88,0	97,7	80,3	102,8	60,3	47,2								
	J	6015	102,9	106,0	88,4	97,5	79,2	103,0	60,9	48,6								
	A	6010	104,0	108,1	87,6	87,7	79,3	101,3	60,7	48,0								
	S	6005	103,6	107,3	87,2	97,9	78,6	102,0	60,2	48,8								
	O	5998	103,2	107,6	86,3	97,4	77,6	101,8	61,9	48,8								
	N	5987	102,5	104,8	85,7	85,9	77,2	103,5	62,2	49,4								
	D	5980	102,1	104,7	85,7	97,8	76,7	103,4	61,0	48,0								
2005	J	5971	104,7	108,3	86,5	99,1	79,4	102,4	63,1	49,7								
	F	5960	103,9	107,8	87,0	86,6	73,1	103,2	62,2	48,6								
	M	5951	104,9	109,3	86,3	100,2	72,0	103,6	63,5	49,8								
	A	5942	105,1	110,2	87,8	99,0	76,3	103,3	62,2	49,9								
	M	5938	103,2	106,6	83,4	87,2	75,3	105,0	62,6	50,6								
	J	5927	106,4	112,0	90,5	100,0	76,7	104,8	64,9	50,8								
	J	5917	106,5	111,1	85,4	101,4	75,8	102,3	65,1	51,3								
	A	5914	106,2	109,9	89,1	87,5	77,6	106,5	66,2	52,9								
	S	5909	108,2	113,3	88,2	102,5	75,8	104,7	67,8	53,2								
	O	5905	108,6	113,0	88,6	102,9	76,1	103,4	68,3	55,0								
	N	5904	109,4	115,7	90,0	89,6	75,9	104,6	67,4	53,5								
	D	5899	110,1	116,0	90,1	101,1	76,4	104,2	69,3	57,4								
2006	J	5884	109,1	114,7	91,7	100,4	72,7	104,7	68,9	56,8								
	F	5881	110,1	116,8	91,3	91,5	74,3	104,4	72,3	59,9								
	M	5878	110,5	115,9	91,6	100,2	73,9	103,2	70,8	59,7								
	A																	
	M																	
	J																	
	J																	
	A																	
	S																	
	O																	
	N																	
	D																	

¹ Saisonbereinigt nach dem Berliner Verfahren (BV4). Dieses Verfahren hat die Eigenschaft, dass sich beim Hinzufügen eines neuen Wertes davorliegende saisonbereinigte Werte in der Zeitreihe auch dann ändern können, wenn deren Ursprungswert unverändert geblieben ist. Die Vierteljahreswerte wurden aus den saisonbereinigten Monatswerten errechnet.