

Dorn, Florian et al.

Article

Lokale Konsumeffekte der Fußball-EM 2024

ifo Schnelldienst

Provided in Cooperation with:

Ifo Institute – Leibniz Institute for Economic Research at the University of Munich

Suggested Citation: Dorn, Florian et al. (2025) : Lokale Konsumeffekte der Fußball-EM 2024, ifo Schnelldienst, ISSN 0018-974X, ifo Institut - Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München, München, Vol. 78, Iss. 03, pp. 47-50

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/314793>

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.

Florian Dorn*, Marie-Theres Gasser**, Leonard Harms***, Kevin Kloiber, Simon Krause und Carla Krolage

Lokale Konsumeffekte der Fußball-EM 2024

Die alle vier Jahre stattfindende Fußball-Europameisterschaft (EM) zählt zu den größten internationalen Sportveranstaltungen. Neben dem sportlichen Wettbewerb stehen auch potenzielle wirtschaftliche Auswirkungen für die nationalen Verbände und die Gastgeberstädte im Fokus. Angesichts der erheblichen Kosten für Infrastruktur und Sicherheit wird die Ausrichtung solcher Großereignisse kontrovers diskutiert. Zusätzliche Einnahmen aus Tourismus und Konsum werden häufig als wesentliche Argumente herangezogen, um die Ausrichtung solcher Sportgroßveranstaltungen zu rechtfertigen.

Empirische Untersuchungen zu vergleichbaren Turnieren zeigen jedoch, dass die realisierten wirtschaftlichen Effekte häufig hinter den Erwartungen zurückbleiben (Baade und Matheson 2016). Viele Untersuchungen weisen lediglich kurzfristige und eher geringe oder keine Effekte auf gesamtwirtschaftliche Kennzahlen wie das Bruttoinlandsprodukt oder die Arbeitslosenquote nach (Feddersen und Maennig 2012; Plessis und Maennig 2012; Lamla et al. 2014; Pfeifer et al. 2018). Die Prognosen vor der Ausrichtung neigen zudem potenziell dazu, die wirtschaftliche Rentabilität systematisch zu überschätzen, was Entscheidungen bei zukünftigen Bewerbungen beeinflussen kann. Außerdem gibt es bisher kaum Untersuchungen, die gezielt auf lokale und zeitliche unmittelbare Konsumeffekte von sportlichen Großereignissen, wie z. B. der EM, eingehen.

Deutschland erhielt 2018 den Zuschlag für die Ausrichtung der UEFA EURO 2024 und setzte sich damit gegen den Mitbewerber Türkei durch. Das Turnier fand zwischen 14. Juni und 14. Juli 2024 in zehn deutschen Städten statt. Insgesamt traten 24 Mannschaften in 51 Spielen gegeneinander an.

Dieser Artikel¹ untersucht den unmittelbaren Anstieg der lokalen Konsumausgaben, der in den Austragungsorten durch die EM verursacht wurde. Dafür stützt sich die Analyse auf zeit- und ortsspezifische Kartenzahlungsumsätze des Mastercard-Netzwerks, die eine detaillierte Betrachtung verschiedener Branchen, Stadtgebiete und Entfernungsradien rund um

* Dr. Florian Dorn war bis Februar 2025 als Direktor EconPol Europe am ifo Institut tätig.

** Marie-Theres Gasser ist Doktorandin am Lehrstuhl für Economic Data Science der Universität Regensburg.

*** Leonard Harms ist studentische Hilfskraft am ifo Institut.

¹ Der Artikel stellt Ergebnisse eines Projekts für Visit Berlin, die Stuttgart-Marketing GmbH, die Hamburg Tourismus GmbH und die Stadt München vor.

IN KÜRZE

Vom 14. Juni bis 14. Juli 2024 fand in zehn deutschen Städten die Fußball-Europameisterschaft 2024 statt. Das sportliche Großereignis führte zu einem Anstieg der lokalen Konsumausgaben, der in diesem Artikel anhand von kleinräumigen und tagesgenauen anonymisierten Kartenzahlungsdaten untersucht wird. Die Analyse zeigt einen inflationsbereinigten Anstieg der Konsumausgaben in den Austragungsorten um 4,4% während des Turniers, mit einer stärkeren Zunahme von 6,7% in der Gruppenphase. Dieser Zuwachs wird überwiegend durch ausländische Besucher*innen getrieben, deren Konsum insgesamt um 6,7% und in der Gruppenphase um 14,0% zunahm. Der Effekt der EM auf inländische Ausgaben blieb hingegen moderat. Besonders an den Spieltagen und den Tagen davor und danach zeigten sich signifikante Effekte: Bars, Restaurants und Schmuck- und Geschenkeläden profitierten um die Spieltage herum von Ausgaben internationaler Besucher*innen. Bei anderen Branchen wie Hotels ging ein Anstieg der internationalen Zahlungen mit einem Rückgang inländischer Ausgaben einher.

die Stadien ermöglichen. Zugleich erlaubt die hohe Granularität der Datenstruktur eine Trennung zwischen inländischen und internationalen Ausgaben, so dass der Einfluss anreisender Fans und Tourist*innen isoliert analysiert werden kann. Ein weiterer Mehrwert dieser Studie liegt in der zeitlichen Auflösung der Daten: Das Konsumverhalten an Spieltagen und spiefreien Tagen kann präzise untersucht werden. Auf diese Weise lässt sich sowohl ermitteln, ob ein kurzfristiger Konsumzuwachs unmittelbar an Spieltagen stattfindet, als auch, ob sich in den Tagen vor oder nach den Spielen relevante Verschiebungen des Kaufverhaltens ergeben.

Diese Analyse fokussiert sich ausschließlich auf direkte, lokale Konsumeffekte der Fußball-EM. Weiterführende Fragestellungen zu mittel- und langfristigen Auswirkungen, etwa in Bezug auf Standortmarketing, Investitionsentscheidungen oder Arbeitsmarkteffekte, sowie durch die EM entstehende Kosten werden in dieser Analyse nicht behandelt.

ANALYSE AUF BASIS VON KARTENZAHLUNGSDATEN

Die Untersuchung basiert auf stationären Kartenzahlungsumsätzen, die über »Mastercard Geo-Insights« bereitgestellt wurden. Die anonymisierten und auf Postleitzahlebene aggregierten Daten umfassen Debit- und Kreditkartentransaktionen aus den zehn EM-Austragungsorten – Berlin, München, Hamburg, Frankfurt, Stuttgart, Dortmund, Düsseldorf, Gelsenkirchen, Köln und Leipzig – sowie den umliegenden Metropolregionen für die Monate Mai bis Juli der Jahre 2022 bis 2024. Zudem erlaubt die Datenstruktur eine Trennung zwischen Zahlungen von in Deutschland ansässigen und ausländischen Karteninhaber*innen.² Um die Inflation in den Analysen zu berücksichtigen, wurden die Umsätze anhand der Entwicklung des harmonisierten Verbraucherpreisindex des Statistischen Bundesamts bereinigt.

Zur Identifikation der Auswirkungen der EM 2024 auf die lokalen Konsumausgaben analysieren wir die realen Kartenzahlungsumsätze während des gesamten Turniers sowie an einzelnen Spieltagen in den zehn Austragungsorten und vergleichen diese mit den Umsätzen innerhalb derselben Postleitzahl am gleichen Wochentag und im gleichen Monat der Vorjahre. Wenn ein Spiel an einem Freitag im Juni 2024 in München stattgefunden hat, vergleichen wir die inflationsbereinigten Umsätze für jedes einzelne Postleitzahlgebiet an diesem Freitag mit Umsätzen an Freitagen im Juni 2022 und 2023. Wir rechnen zeitinvariante Unterschiede zwischen Postleitzahlgebieten mit Hilfe von fixen Effekte für jedes Gebiet heraus. Zusätzlich berücksichtigen wir Faktoren, die sich selbst innerhalb eines Postleitzahlgebiets zwischen 2022, 2023 und 2024 unterschieden haben könnten. Das sind beispielsweise Schulferien, Feiertage, Wetterbedingungen und die Auswirkungen anderer Fußballspiele im Vorlauf der EM. Die Auswertung gewichtet die Um-

² Innerhalb der deutschen Karteninhaber*innen ist jedoch keine Unterscheidung zwischen ortsansässigen Karteninhaber*innen und inländischen Tourist*innen möglich, so dass inländische Effekte beide Gruppen beinhalten.

sätze der einzelnen Postleitzahlgebiete nach ihrem Konsum vor der EM 2024, um Gebieten mit allgemein höherem Konsumniveau mehr Gewicht zu verleihen. Die Ergebnisse geben daher die Prozentveränderung der realen Konsumausgaben bezogen auf die Umsätze in Euro an und nicht auf das Konsumniveau des durchschnittlichen Postleitzahlgebiets. Weiter clustern wir in den Schätzungen die Standardfehler auf Postleitzahlebene, um Korrelationen über die Zeit zu berücksichtigen.

Bei den Ergebnissen untersuchen wir einerseits die Konsumeffekte während des gesamten Zeitraums des EM-Turniers im Juni und Juli 2024 sowie andererseits an einzelnen Spieltagen in den Austrichtungsstädten, jeweils relativ zu den Vorjahreszeiträumen. Darüber hinaus unterscheiden wir zwischen den Umsätzen in allen und einzelnen Branchen, insbesondere im Gastgewerbe und im Einzelhandel. Zudem vergleichen wir die Ausgaben von in- und ausländischen Karteninhaber*innen. Auf diese Weise lassen sich sowohl die Heterogenität der Effekte als auch mögliche Substitutionseffekte innerhalb verschiedener Segmente abbilden.

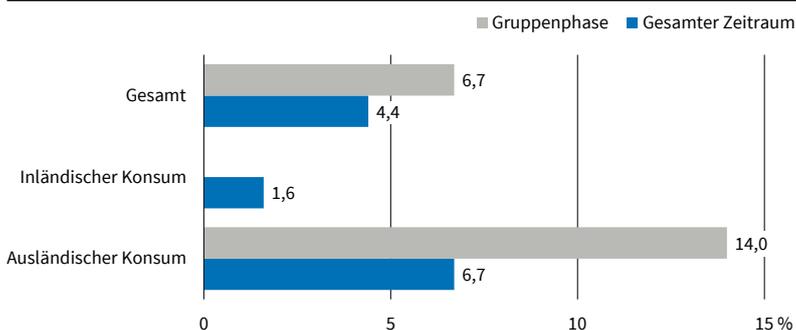
KONSUMANSTIEG WÄHREND DER EM GETRIEBEN DURCH GRUPPENPHASE UND AUSLÄNDISCHE GÄSTE

Während der Zeitperiode der EM ist ein deutlicher Anstieg der inflationsbereinigten Gesamtkonsumausgaben um 4,4% in den Austrichterstädten zu beobachten (vgl. Abb. 1).³ Insbesondere in der Gruppenphase, in der die Spieltermine und -orte der Nationalmannschaften im Voraus feststanden und gut planbar waren, ist der Anstieg mit 6,7% deutlich stärker. Der Großteil dieses zusätzlichen Konsums lässt sich auf Ausgaben internationaler Gäste zurückführen, die eigens zur EM anreisen. Da reisende Fans ihre Besuche in der Gruppenphase besonders gut organisieren können, fällt der Anstieg des Konsums mit 14,0% doppelt so hoch aus wie über den gesamten Turnierverlauf. Auf den Konsum von Inländer*innen lässt sich nur über die Gesamtperiode ein leicht signifikanter Effekt feststellen, in der Gruppenphase ist kein messbarer Anstieg erkennbar.

Im Vergleich zur gesamtwirtschaftlichen Entwicklung erscheinen die lokalen Konsumeffekte der EM beachtlich. Laut dem Statistischen Bundesamt (2024) sind die preisbereinigten Konsumausgaben privater Haushalte in Deutschland im Jahr 2024 insgesamt nur um 0,3% gestiegen – ein Wert, der bereits alle Regionen, zwölf Monate sowie die Konsumeffekte der EM umfasst. Vor diesem Hintergrund fällt der lokale Anstieg der Konsumausgaben um 4,4% in den zehn Austragungsstädten deutlich ins Gewicht. Es handelt sich dabei jedoch um räumlich und zeitlich

³ Der direkte Vergleich der realen Konsumausgaben während des EM-Zeitraums 2024 nur mit dem Vorjahreszeitraum 2023 zeigt ebenfalls einen signifikant positiven Effekt.

Abb. 1 Anstieg der Konsumausgaben in den Austragungsstädten in Gruppenphase und gesamtem EM-Zeitraum*



* Es werden nur statistisch signifikante Effekte berücksichtigt. Quelle: Mastercard; Berechnungen der Autor*innen.

begrenzte Effekte, die nicht ohne Weiteres auf die gesamtwirtschaftliche Entwicklung übertragbar sind. Unsere vorliegende Untersuchung ist die erste, die diese Konsumeffekte auf lokaler und tagesaktueller Ebene analysiert.

Ein Placebotest mit anderen deutschen Städten, die ursprünglich Interesse an der Ausrichtung von EM-Spielen hatten, letztlich aber keine Spiele ausrichteten, zeigt dort keinen messbaren Anstieg der Konsumausgaben im EM-Zeitraum. Im Gegensatz zu den EM-Austragungsstädten blieb der Konsum in dieser Vergleichsgruppe unverändert. Dies legt nahe, dass die beobachteten Konsumeffekte tatsächlich auf die EM zurückzuführen sind.

Daten des Statistischen Bundesamts zu den Übernachtungszahlen in Deutschland bestätigen den besonderen Effekt internationaler Gäste: Insbesondere im Juni 2024, also während der Gruppenphase, sind deutliche Anstiege in den Übernachtungszahlen ausländischer Gäste in Deutschland erkennbar (vgl. Abb. 2). Gleichzeitig sinken die Übernachtungen innerdeutscher Reisenden, die für Reisen ohne EM-Bezug möglicherweise alternative Zeiträume wählen.

MEHR AUSLÄNDISCHER UND WENIGER INLÄNDISCHER KONSUM AN EM-SPIELTAGEN

Auch um die Spieltage herum ist eine Zunahme der Ausgaben internationaler Gäste erkennbar (vgl. Abb. 3). Der Konsum ausländischer Gäste steigt vor einem Spieltag (8,0%), an einem Spieltag (9,5%) und nach einem Spieltag (10,7%) in den jeweiligen Städten deutlich an. Gleichzeitig fallen die Ausgaben der Inländer*innen speziell am Tag vor einem Spiel signifikant und wir messen keine signifikanten Effekte am Tag danach. Dies kann auf einen Rückgang des inländischen Tourismus und der inländischen Geschäftsreisen zurückzuführen sein, für die alternative Zeiträume vor und nach der EM gewählt wurden. Die hohe Präsenz internationaler Gäste und Fans könnte zudem dazu beigetragen haben, dass alltägliche Konsumausgaben der Einwohner*innen zeitlich verlagert wurden.

Betrachtet man die Distanz zum Stadion, steigen die Konsumausgaben erwartungsgemäß insbesondere bei internationalen Gästen im Gebiet um das Stadion herum am stärksten an (31,2%). Auch in einem weiteren Radius um die Stadien von drei bis sechs Kilometer zeigen sich signifikant positive Umsatzentwicklungen (13,3%), die mit weiterer Entfernung innerhalb des Stadtgebiets abnehmen, aber positiv bleiben. Ebenso erkennen wir stark positive Konsumeffekte in den Zentren und an den wichtigsten Verkehrsknotenpunkten der Austragungsorte (11,4%).

ERHEBLICHE BRANCHENUNTERSCHIEDE

Die lokalen Konsumeffekte zeigen erhebliche Unterschiede zwischen den einzelnen Branchen (vgl. Abb. 4). Bars und Nachtclubs verzeichnen an Spieltagen mit

einem Anstieg von bis zu 15,6% den höchsten Zuwachs bei den Ausgaben, gefolgt von Schmuck- und Geschenkeläden sowie Restaurants. Bei den Hotels lässt sich ein signifikant positiver Effekt vor und nach den Spieltagen beobachten, an den Spieltagen selbst

Abb. 2
Anstieg der Übernachtungszahlen in Deutschland im Juni und Juli 2024 im Jahresvergleich zu 2023

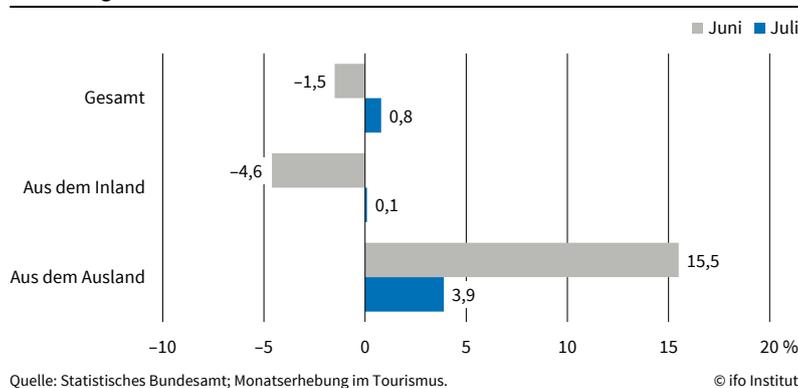


Abb. 3
Anstieg der Konsumausgaben in den Austragungsstädten an Tagen vor, an und nach dem Spieltag^a

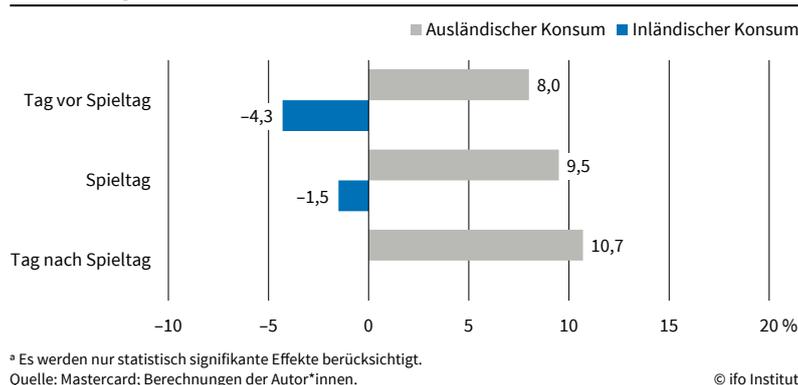


Abb. 4
Anstieg der Konsumausgaben in den Austragungsstädten um Spieltage herum^a

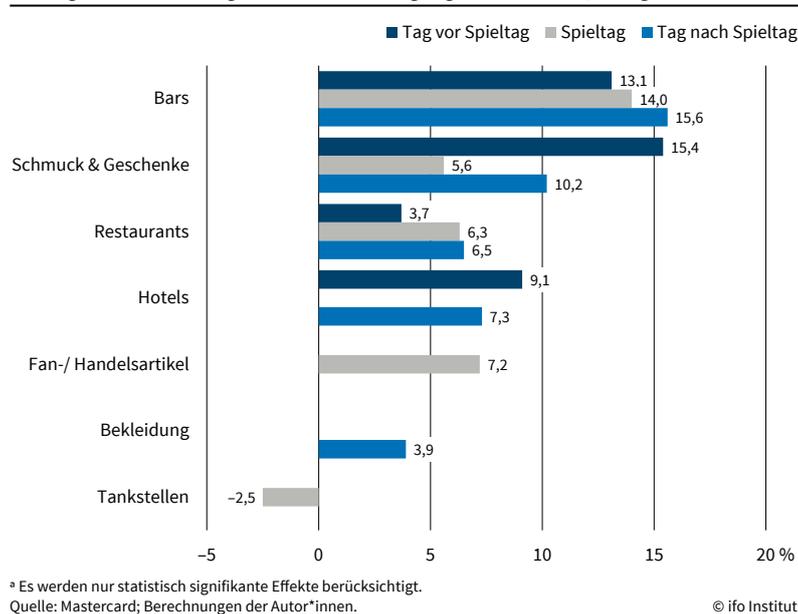
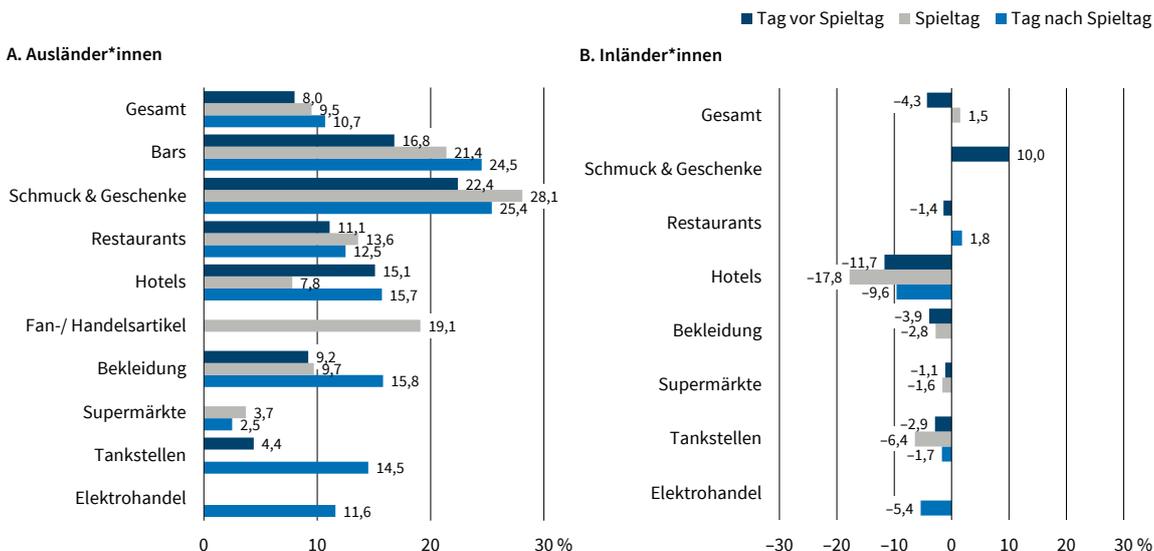


Abb. 5

Anstieg der internationalen und inländischen Konsumausgaben in den Austragungsstädten um Spieltage herum



* Es werden nur statistisch signifikante Effekte berücksichtigt.
Quelle: Mastercard; Berechnungen der Autor*innen.

© ifo Institut

allerdings nicht. Dies kann darauf zurückzuführen sein, dass Hotels häufig am An- bzw. Abreisetag oder bereits vorher online gezahlt werden. Über den gesamten EM-Zeitraum hinweg profitieren Supermärkte und Restaurants am stärksten.

Auch die höheren Branchenumsätze an Spieltagen sind vor allem auf internationale Gäste zurückzuführen (vgl. Abb. 5). Bars und Nachtclubs, Schmuck- und Geschenkeläden sowie Restaurants verzeichnen einen deutlichen Umsatzanstieg durch internationale Gäste, die an den Tagen um den tatsächlichen Spieltermin herum anhalten. Tourist*innen, die zum Zweck der EM nach Deutschland gereist sind, scheinen vorzugsweise mehrere Tage in der jeweiligen Gastgeberstadt zu verbringen.

Bei den Inländer*innen zeigen sich hingegen mögliche Verdrängungseffekte auf zeitlicher sowie auf Branchenebene: Während sich über die Gesamtperiode ein leichter Konsumzuwachs ergibt (1,6 %; vgl. Abb. 1), gehen die Ausgaben um die Spieltage herum teils deutlich zurück. Dies deutet darauf hin, dass Inländer*innen ihre Einkäufe auf Nichtspieltage verlagern. Bei Hotels sind ebenfalls besonders an den Spieltagen starke inländische Verdrängungseffekte zu beobachten: Anhand der Übernachtungsstatistiken zeigt sich, dass die Zunahme der ausländischen Übernachtungen mit einem Rückgang der inländischen Übernachtungen einhergeht (vgl. Abb. 2). Dieser Rückgang deutet darauf hin, dass entweder weniger inländische Tourist*innen oder weniger inländische Geschäftsreisende unterwegs waren – welcher Anteil auf jede der beiden Gruppen entfällt, lässt sich jedoch nicht eindeutig bestimmen.

FAZIT UND AUSBLICK

Abschließend lässt sich festhalten, dass es während der Fußball-EM einen leicht positiven Konsumeffekt in den Ausrichtungsorten gab. Dieser ist auf höhere Ausgaben internationaler Gäste um die Spieltage herum zurückzuführen. Die Ergebnisse zeigen auch, dass die Konsumeffekte stark tages- und branchenabhängig sind – während Gastronomie und Einzelhandel profitierten, führten Verdrängungseffekte bei inländischen Reisen teils zu gegenteiligen Entwicklungen. Für eine vollständige Bewertung der wirtschaftlichen Effekte sind zudem längerfristige und breitere Analysen erforderlich, die sowohl private als auch öffentliche Kosten und Nutzen berücksichtigen. Insgesamt verdeutlicht unsere Analyse, dass bei sportlichen Großereignissen wie der Fußball-EM 2024 positive lokale Konsumeffekte auftreten können, deren Reichweite und Verteilung jedoch stark variieren.

REFERENZEN

Baade, R. A. und V. A. Matheson (2016), »Going for the Gold: The Economics of the Olympics«, *Journal of Economic Perspectives* 30(2), 201–218.
 Feddersen, A. und W. Maennig (2012), »Sectoral Labour Market Effects of the 2006 FIFA World Cup«, *Labour Economics* 19(6), 860–869.
 Lamla, M. J., M. Straub und E. M. Girsberger (2014), »On the Economic Impact of International Sport Events: Microevidence from Survey Data at the Euro 2008«, *Applied Economics* 46(15), 1693–1703.
 Pfeifer, G., F. Wahl und M. Marczak (2018), »Illuminating the World Cup Effect: Night Lights Evidence from South Africa«, *Journal of Regional Science* 58(5), 887–920.
 Plessis, S. du und W. Maennig (2012), »The 2010 FIFA World Cup High-frequency Data Economics: Effects on International Tourism and Awareness for South Africa«, in: W. Maennig und A. Zimbalist (Hrsg.), *International Handbook on the Economics of Mega Sporting Events*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham, Kapitel 27.
 Statistisches Bundesamt (2025), »Bruttoinlandsprodukt 2024 für Deutschland«, Pressemitteilung vom 15. Januar 2025, verfügbar unter: <https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressekonferenzen/2025/bip2024/statement-bip.pdf>.