

**Auswirkungen des zusätzlichen Incoming-Tourismus  
während der FIFA WM 2006<sup>TM</sup>  
auf die gesamtwirtschaftliche Entwicklung**

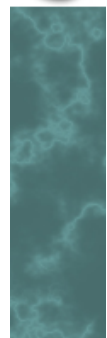
Gerd Ahlert

Gesellschaft für Wirtschaftliche Strukturforschung (GWS) mbH

Weißburger Straße 4  
49076 Osnabrück

Tel.: +49 (541) 40933-17  
Fax: +49 (541) 40933-11

Email: [ahlert@gws-os.de](mailto:ahlert@gws-os.de)  
Internet: [www.gws-os.de](http://www.gws-os.de)

The logo consists of the letters 'g', 'W', and 'S' stacked vertically. The 'g' is at the top, 'W' in the middle, and 'S' at the bottom. They are rendered in a stylized, 3D font with a light blue/teal color and a dark shadow.

---

Diese Studie wurde im Spätherbst 2005 für die  
Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT)  
erstellt.

---

## INHALTSVERZEICHNIS

<b>1</b>	<b>EINLEITUNG</b> .....	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>ORGANISATION DER FIFA WM 2006 GERMANY™ AUF NATIONALER EBENE AUS ÖKONOMISCHER PERSPEKTIVE</b> .....	<b>4</b>
2.1	AKTIVITÄTEN DES OK FIFA WM 2006.....	4
2.2	DIE AKTIVITÄTEN DES STAATES .....	6
2.3	DAS TICKETING ZUR FIFA WM 2006.....	7
2.3.1	<i>Kontingentierung der WM-Tickets</i> .....	7
2.3.2	<i>Die regionale Verteilung der WM-Tickets</i> .....	9
<b>3</b>	<b>TICKETING UND TOURISTISCHE KONSUMNACHFRAGE DER WM-BESUCHER</b> .....	<b>11</b>
3.1	AUSGABEN DER AUSLÄNDISCHEN BESUCHER .....	11
3.2	AUSGABEN DER INLÄNDISCHEN BESUCHER .....	13
<b>4</b>	<b>GESAMTWIRTSCHAFTLICHEN WIRKUNGEN DES INCOMING-TOURISMUS</b> .....	<b>14</b>
4.1	DAS SIMULATIONS- UND PROGNOSEMODELL INFORGE .....	14
4.2	DIE SZENARIEN.....	16
4.3	DIE ERGEBNISSE DER SIMULATIONSRECHNUNGEN .....	18
<b>5</b>	<b>FAZIT</b> .....	<b>20</b>
<b>6</b>	<b>LITERATUR</b> .....	<b>21</b>
<b>ANHANG :</b>	<b>ÜBERBLICK ZU ANWENDUNGEN MIT DEM MODELL INFORGE</b> .....	<b>24</b>

---

## 1 EINLEITUNG

Vom 9. Juni bis zum 9. Juli 2006 wird vom Deutschen Fußball-Bund (DFB) in Deutschland die FIFA WM 2006<sup>TM1</sup> ausgerichtet. In der öffentlichen Diskussion wird in diesem Zusammenhang sehr häufig neben der sportlichen Dimension dieses Megaevents auch seine ökonomische Dimension betont.

Nach Einschätzung von Experten liegt der ökonomische Nutzen insbesondere in dem angestrebten Imagegewinn für Deutschland, der sich sowohl aus der globalen multimedialen Verbreitung des Events als auch durch die zusätzlichen Einnahmen im Zuge des Incoming-Tourismus während der Dauer der FIFA WM 2006<sup>TM</sup> ergibt. Daneben haben natürlich auch die getätigten Investitionen zur Modernisierung und zum Ausbau der Infrastrukturen in Stadien, Verkehr, Kommunikation etc. nachhaltig positive gesamtwirtschaftliche Effekte. In Abschnitt 2 wird dazu ein kurzer Überblick gegeben.

Mit Blick auf das bevorstehende WM-Jahr 2006 wird im Rahmen dieser Analyse schwerpunktmäßig aufgezeigt, welche gesamtwirtschaftlichen Effekte von den Ausgaben der zusätzlichen ausländischer Besucher während der WM zu erwarten sind. Dazu wird in Abschnitt 2.3 das Ticketing zur FIFA WM 2006<sup>TM</sup> genauer erläutert. Vor dem Hintergrund, dass zum jetzigen Zeitpunkt noch keine präzisen Aussagen zu den ausländischen Besuchern bezüglich Anzahl und Herkunft getätigt werden können (vgl. Abschnitt 3), werden in Abschnitt 4 die potenziellen gesamtwirtschaftlichen Wirkungen auf der Basis von zwei Korridorberechnungen - Ausgaben der ausländischen WM-Besucher unter ungünstigen und günstigen Bedingungen – mit dem gesamtwirtschaftlichen Prognose- und Simulationsmodell INFORGE<sup>2</sup> der GWS mbH abgeschätzt.

Die Modellrechnungen zeigen, dass allein die zusätzlichen Einnahmen des Incoming-Tourismus in den Monaten des Megaevents spürbare gesamtwirtschaftliche Effekte induzieren können. Dieses setzt aber voraus, dass es vor und während des Megaevents zum einen gelingt, die ausländischen Fans zu einem Deutschlandbesuch zu motivieren und diese zum anderen während ihres Aufenthalts in Deutschland durch gezieltes Marketing zu zusätzlichen Ausgaben animiert werden.

## 2 ORGANISATION DER FIFA WM 2006 GERMANY<sup>TM</sup> AUF NATIONALER EBENE AUS ÖKONOMISCHER PERSPEKTIVE

### 2.1 AKTIVITÄTEN DES OK FIFA WM 2006

Das Gesamtbudget des nationalen Organisationskomitees (OK) der FIFA WM 2006<sup>TM</sup> beläuft sich auf 430 Mill. € Aus diesem Budget werden jedoch nicht die Bau-, Umbau- und Infrastruktur-Maßnahmen für die Modernisierung der zwölf FIFA WM-Stadien finanziert. Es enthält alle operativen Aufwendungen zur direkten Abwicklung des Turniers. Über die genaue Aufteilung der Gesamtkosten existieren derzeit nur unzulängliche Informationen (vgl. Tabelle 1). Dadurch ist auch keine Abschätzung der Nachfragewirksamkeit des Gesamtbudgets möglich.

---

<sup>1</sup> Offiziell: FIFA World Cup Germany 2006 bzw. FIFA Fussball-Weltmeisterschaft Deutschland 2006

<sup>2</sup> INterindustry **FOR**ecasting **GER**many

Die Kosten zur Organisation des Freiwilligenprogramms inklusive der Übernachtungs- und Verpflegungsaufwendungen werden mit ca. 15 bis 20 Mill. € angegeben. Während der WM 2006 werden ca. 15.000 freiwillige Helfer beteiligt sein, wovon ca. 10 % aus dem Ausland kommen sollen (OK FIFA WM 2006).

Außerdem erhalten die 12 WM-Austragungsstädte einen Bonus von insgesamt ca. 30 Mill. € Dieser vom OK zugunsten der Austragungsorte vereinbarte Bonus errechnet sich als ein 15 %-Anteil an den Erlösen des OK FIFA WM 2006 aus Ticketverkäufen.

**Tabelle 1: Die Ausgaben des OK FIFA WM 2006**

Freiwilligenprogramm	15-20 Mill. €
WM – Spielorte – Bonus	30 Mill. €
OK – Mitarbeiterstab	k. A. <sup>1</sup>
Zeremoniell	k. A.
Werbung	k. A.
Transport	k. A.
Sonstige Ausgaben (Versicherungen etc.)	k. A.
<b>GESAMTAUFWAND</b>	<b>430 Mill. €</b>

Quelle: OK FIFA WM 2006, eigene Recherche

<sup>1)</sup> k. A. – keine Angaben

Den Ausgaben des Organisationskomitees stehen die in Tabelle 2 genannten Einnahmen zur Finanzierung der Fussball-Weltmeisterschaft 2006 gegenüber. Zentrale Finanzierungsquelle sind die Ticketeinnahmen in Höhe von 200 Mill. € Sie wurden kalkuliert bei einer Auslastung von 90% und 2,93 Millionen zu verkaufenden Tickets.<sup>1</sup> (vgl. Abschnitt zum Ticketing).

**Tabelle 2: Die Einnahmen des OK-FIFA WM 2006**

Ticketeinnahmen	200 Mill. €
Zuschuss der FIFA	170 Mill. €
Erlöse aus Verträge mit den nationalen Förderern	60 Mill. €
<b>GESAMTERTRAG</b>	<b>430 Mill. €</b>

Quelle: OK FIFA WM 2006, eigene Recherche

Außerdem leistet die FIFA einen Zuschuss in Höhe von 170 Mill. € Diesen Zuschuss finanziert sie wiederum aus den Erträgen des FIFA WM 2006-Hospitality-Programms, welches den Verkauf von 347.000 WM-Tickets als VIP-Karten mit zusätzlichen Leistungen (Logenplätze, Verpflegung, Parkplatz im Stadion etc.) zu erhöhten Preisen über die International Sports & Entertainment AG (iSe) vorsieht.

<sup>1</sup> Bei der UEFA 2004 in Portugal fanden 96 % aller vorhandenen Karten via Internet einen Abnehmer (OK FIFA WM 2006).

Ebenso sind dem OK FIFA WM 2006 Erträge in Höhe von 60 Mill. € aus den Verträgen mit den nationalen Förderern sicher.

Insgesamt erwartet das Organisationskomitee einen ausgeglichenen Etat. Sollte das OK einen Überschuss erwirtschaften, so käme dieser satzungsgemäß dem DFB für gemeinnützige Aufgaben zugute. Da keine Ausfallbürgschaft des Staates vorliegt, liegt ein Defizit in der Finanzierungsverantwortung des DFB. (vgl. OK FIFA WM 2006)

## 2.2 DIE AKTIVITÄTEN DES STAATES

Das OK FIFA WM 2006 hat aus ihren 430 Mill. € umfassenden Budget nicht die Bau-, Umbau- und Infrastruktur-Maßnahmen für die Modernisierung der zwölf FIFA WM-Stadien finanziert. Entsprechende Stadioninvestitionen mit einem Gesamtvolumen von mehr als 1,5 Mrd. € wurden zu einem Großteil unter Kofinanzierung des Staates realisiert.

**Tabelle 3: Stadioninvestitionen in den WM-Städten**

Austragungsstädte	Sitzplätze (FIFA WM 2006)	Baukosten (in Mill. €)	davon öff. finanziert (in Mill. €)
Berlin	66.021	242,0	196,0
Dortmund	60.285	36,0	0,0
Frankfurt	43.324	126,0	84,5
Gelsenkirchen <sup>1)</sup>	48.426	186,0	0,0
Hamburg <sup>1)</sup>	40.226	104,7	11,0
Hannover	39.297	64,0	44,0
Kaiserslautern	41.513	71,2	71,2
Köln	40.590	117,0	25,5
Leipzig	38.898	116,0	72,2
München	59.416	340,0	0,0
Nürnberg	36.898	56,2	56,2
Stuttgart	47.757	51,3	15,3
<b>INSGESAMT</b>	<b>562.651</b>	<b>1510,4</b>	<b>575,9</b>

**1) Diese Stadien wurde bereits vor der Bekanntgabe des WM 2006-Austragungsortes fertiggestellt.**

*Quelle: Wegweiser GmbH 2004, OK FIFA WM 2006, eigene Recherche & Berechnungen*

Darüber hinaus wurde außerdem in Erwartung des Megaevents – welches für Deutschland über einen Zeitraum von mehr als 4 Wochen die Chance zur weltweiten Imagepolitik als ein gastfreundliches, weltoffenes und modernes Land bietet – auch die Verkehrsinfrastruktur in den Einzugsbereichen der WM-Städte modernisiert.

Insgesamt werden bis zum Eröffnungsspiel WM-bezogene Stadion- und Verkehrsinfrastrukturmaßnahmen im Wert von mehr als 7 Mrd. € realisiert worden sein. Bei dem Gros der Verkehrsinvestitionen handelt es sich jedoch letztlich nur um auf den Termin Frühjahr 2006 beschleunigte bzw. teilweise vorgezogene Maßnahmen des Bundesverkehrswegeplanes.

---

## 2.3 DAS TICKETING ZUR FIFA WM 2006

Bereits in Abschnitt 2.1 wurde darauf hingewiesen, dass die geplanten Ticketeinnahmen in Höhe von 200 Mill. € eine zentrale Quelle zur Finanzierung des Events sind. Sie wurden kalkuliert bei einer Auslastung von 90 % und 2,93 Mill. zu verkaufenden Tickets.

Alle Tickets werden nach Angaben des Organisationskomitees erst ca. 6 bis 8 Wochen vor Beginn der FIFA WM 2006 postalisch zugestellt. Bis zu diesem Zeitpunkt sollen auch bereits gekaufte Tickets innerhalb des FIFA-Ticketportals problemlos getauscht werden können. Ab dem 1. Februar 2006 sollen die Fans auf der Online-Ticket-Plattform der FIFA problemlos Eintrittskarten weiterverkaufen oder übertragen können. (vgl. OK FIFA WM 2006)

Außerdem werden die FIFA WM 2006 Tickets nicht nur zum Eintritt ins Stadion berechtigen. Sie werden als Kombiticket zusätzlich auch die kostenlose eintägige Nutzung des öffentlichen Personenverkehrs in den 12 WM-Austragungsorten ermöglichen. Die Veranstalter erwarten dadurch in den Austragungsorten an den Spieltagen eine erhebliche Entlastung der stadiennahen Straßenverkehrsinfrastruktur.

In den beiden folgenden Abschnitten wird kurz die zum jetzigen Zeitpunkt bekannte Verteilung der verfügbaren WM-Tickets erläutert.

### 2.3.1 Kontingentierung der WM-Tickets

Allein 440.000 Tickets aller 3,37 Mill. insgesamt nutzbaren Sitzplätze entfallen auf Ehren- und Staatsgäste sowie Medien- und Sicherheitseinrichtungen (vgl. Tabelle 4).

Ein Drittel aller 3,37 Mill. WM-Tickets wird in mehreren Verkaufsphasen<sup>1</sup> direkt über das FIFA WM 2006-Internetportal verkauft. Die Preise dieser frei verkäuflichen Tickets – einheimische Interessierte haben keinen Vorteil gegenüber ausländischen Bewerbern – werden zwischen 35 € und 600 € liegen. In der günstigsten Preiskategorie werden immerhin ca. 260.000 Tickets zur Verfügung gestellt.

Innerhalb des frei verkäuflichen Ticketkontingents sind ca. 347.000 VIP-Karten des FIFA-Hospitality-Programms enthalten (vgl. Tabelle 4). Die VIP-Karten sind zu hochwertigen Produkten geschnürt, d. h. die Eintrittskarten sind verbunden mit speziellen Leistungen wie Logenplatz, Verpflegung und Bereitstellung von Parkplätzen im Stadion.<sup>2</sup> Mit den Erlösen aus diesem Programm finanziert die FIFA auch ihren Beitrag von 170 Mill. € an das nationale Organisationskomitee. Das Hospitality-Programm ist damit ein wesentlicher Bestandteil zur Finanzierung der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft Deutschland 2006™.

---

<sup>1</sup> 1. Verkaufsphase: 1.2.2005 – 31.3.2005 per Losentscheid (805.000 Tickets, dar. 147.000 Team-Serientickets)

2. Verkaufsphase: 1.5.2005 – 15.11.2005 ausschließlicher Verkauf von Team-Serien nach Anmeldedatum

3. Verkaufsphase: 12.12.2005 – 15.1.2006 Verkauf von Einzeltickets (ca. 300.000 Tickets)

4. Verkaufsphase: 1.2.2006 – 15.4.2006 Optionsticket-Programm für zurückgegebene Tickets, freier Verkauf

5. Verkaufsphase: 1.5.2006 – 9.7.2006 freier Verkauf

<sup>2</sup> Mit der Vermarktung dieser Rechte wurde im Jahr 2003 von der FIFA die International Sports & Entertainment AG (iSe) beauftragt.

**Tabelle 4: Verteilung der Tickets auf die verschiedenen Kontingente**

Kontingente	Tickets	Anteil
International: FIFA und ihre Verbände	191.000	5,7%
International: Nationale Kontingente der qual. Mitgliedsländer	468.000	13,9%
Globale Partner und Förderer	553.700	16,4%
TV Partner	64.400	1,9%
Freier Verkauf über FIFA-Ticket-Portal	916.900	27,2%
Freier VIP-Programm Verkauf	347.000	10,3%
DFB, Landesverbände, Profivereine, WM-Städte	389.000	11,5%
Ehrengäste, Staatsgäste, Medieneinrichtungen, Sicherheitseinrichtungen	440.000	13,1%
<b>INSGESAMT</b>	<b>3.370.000</b>	<b>100,0%</b>

Quelle: Süddeutsche Zeitung, Nr. 19, 2005, S.33; OK-FIFA WM 2006

Weitere 553.700 Tickets gehen an die offiziellen FIFA-Partner und nationalen Förderer. Das Gros dieser Tickets wird jedoch aller Voraussicht nach von den entsprechenden Unternehmen über Wettspiele, Verlosungen etc. an die Fußballfans im In- und Ausland weitergegeben. Selbiges gilt auch für das 64.400 Tickets umfassende Kontingent, welche an die FIFA-TV-Partner vergeben wurde.

Über die deutsche Fußballfamilie (DFB, Landesverbände, Profivereine & WM-Städte) werden den einheimischen Fußballfans garantiert ca. 389.000 Tickets zufließen.

**Tabelle 5: Qualifizierte Teams der WM 2006 nach Herkunftsländern**

Mannschaft	Qualifiziert	Mannschaft	Qualifiziert
<b>Afrika-Zone</b>		<b>Europa-Zone</b>	
Angola (ANG)	08.10.2005	Deutschland	Gastgeber
Elfenbeinküste (CIV)	08.10.2005	Ukraine	03.09.2005
Togo (TOG)	08.10.2005	Niederlande	08.10.2005
Ghana (GHA)	08.10.2005	Polen	08.10.2005
Tunesien (TUN)	08.10.2005	England	08.10.2005
<b>Asien Zone</b>		Kroatien	08.10.2005
Japan	08.10.2005	Italien	08.10.2005
Iran	08.10.2005	Portugal	08.10.2005
Republik Korea	08.10.2005	Schweden	12.10.2005
Saudiarabien	08.10.2005	Serbien und Montenegro	12.10.2005
<b>Nord, Mittelamerika und Karibik-Zone</b>		Frankreich	12.10.2005
USA	03.09.2005	Schweiz	16.11.2005
Mexiko	07.09.2005	Tschechien	16.11.2005
Costa Rica	08.10.2005	Spanien	16.11.2005
Trinidad & Tobago	16.11.2005		
<b>Ozeanien-Zone</b>			
Australien	16.11.2005		
<b>Südamerika-Zone</b>			
Argentinien	08.06.2005		
Brasilien	04.09.2005		
Ecuador	08.10.2005		
Paraguay	08.10.2005		

Quelle: OK FIFA WM 2006.

Keinen Zugriff werden die deutschen Fans auf solche Tickets haben, die dem internationalen Ticketkontingent angehören. So erhalten alle internationalen Fußballverbände, die sich um die Endrunde in Deutschland beworben haben, ein Gesamtkontingent von 468.000 WM-Tickets, die sie an ihre einheimischen Fußballfans verteilen können. Darüber hinaus behält sich die FIFA selbst ein 191.000 Tickets



---

umfassendes Kartenkontingent vor, welches sie an ihre übrigen Mitgliedsverbände und ihre Verbandsvertreter verteilen kann.

Das internationale Ticketing erfolgt in einem komplizierten mehrstufigen Verfahren (vgl. OK FIFA WM 2006). Nach der Endrundenauslosung am 9. Dezember 2005 wird die Verteilung der Eintrittskarten auf die 31 teilnehmenden internationalen Mitgliedsverbände so angepasst, dass die Anzahl jeweils 8 % der verkäuflichen Eintrittskarten für diejenigen Stadien entspricht, in denen die Nationalmannschaft eines Verbandes ihre Erstrunden- und / oder möglichen Zweitrundenspiele bestreitet.

Das vorgesehene Prozedere offenbart, dass präzise Schätzungen zu den touristischen Gesamtausgaben der ausländischen WM-Besucher zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht getroffen werden können. Dieses bestätigt sich auch bei einem Blick auf die qualifizierten Nationalmannschaften.

So gibt es erhebliche Unterschiede in der Bevölkerungsgröße und im Einkommensniveau der Herkunftsländer der teilnehmenden Mannschaften. Dieses hinterlässt natürlich Spuren in den jeweiligen Reisebudgets. Immerhin können durch die Qualifikation der japanischen, saudi-arabischen und us-amerikanischen als auch australischen Fußballteams Touristen aus Ländern erwartet werden, die als sehr ausgabefreudig gelten.

Darüber hinaus haben sich mit den Niederlanden, Frankreich, und Polen alle großen Nachbarländer Deutschlands für das Turnier qualifiziert. Darüber hinaus konnten sich innerhalb der europäischen Entscheidungsspiele mit der Schweiz und der Tschechischen Republik zwei weitere direkt angrenzende Nachbarländer qualifizieren. Dieses bietet für den Tages- als auch für den Kurzreisetourismus sehr erfreuliche Perspektiven, die es so in der Vergangenheit bei Fußball-Weltmeisterschaften noch nicht gegeben hat.

Dieser Eindruck wird noch verstärkt, wenn berücksichtigt wird, dass mit Italien, England, Portugal und Spanien vier weitere bevölkerungsstarke fußballbegeisterte Länder zur FIFA WM 2006 qualifiziert sind, welche auch durch Low-Cost-Carrier nahezu flächendeckend mit Deutschland im Flugverkehr vernetzt sind. Hier bieten sich insbesondere im Marktsegment der Kurzreisen bei optimaler Vermarktung – auch unabhängig von den WM-Tickets - sowohl für die einheimischen Fluggesellschaften als auch für die nachgelagerte touristische Wertschöpfungskette noch kurzfristig erhebliche Einnahmepotenziale.

Neben einer ersten Abschätzung der regionalen Herkunft des Gros der internationalen WM-Besucher kann aber bereits heute die regionale Verteilung der WM-Tickets auf die 12 Stadionstandorte sehr genau ermittelt werden.

### 2.3.2 Die regionale Verteilung der WM-Tickets

Neben einer ersten Abschätzung der regionalen Herkunft des Gros der internationalen WM-Besucher kann aber bereits heute die regionale Verteilung der WM-Tickets sehr genau ermittelt werden.

Aufgrund von Angaben des Organisationskomitees lässt sich mittlerweile die regionale Verteilung der WM-Tickets und damit auch der Mehrzahl der WM-Besucher genau ermitteln (vgl. Tabelle 6).

Acht Spielorte werden je 5 WM-Spiele beherbergen, während in Berlin, Dortmund, München und Stuttgart je sechs Partien gespielt werden. Das Eröffnungsspiel wird am 9. Juni 2006 in München und das Endspiel am 9. Juli 2006 in Berlin ausgetragen. Das Spiel

um Platz 3 wird in Stuttgart stattfinden, während die beiden Halbfinalspiele in München und Dortmund absolviert werden.

Das Land Nordrhein-Westfalen ist unter den beteiligten 9 Bundesländern ein herausragender WM-Spielort. Immerhin 16 der 64 WM-Spiele und mehr als 701.000 frei verfügbaren Kaufkarten (bzw. Sitzplätze) sind in den drei Fußballarenen des Landes beheimatet. Ein weiterer Turnierschwerpunkt ist der Freistaat Bayern mit zwei Austragungsorten und mehr als 477.000 frei verfügbaren Kaufkarten.

**Tabelle 6: Regionale Verteilung der verfügbaren Kaufkarten<sup>1</sup>**

Orte	Spiele	Sitzplätze	Anteil
Gelsenkirchen	4V <sup>1)</sup> + VF <sup>2)</sup>	219.254	8,2%
Köln	4V + AF <sup>3)</sup>	179.284	6,7%
Dortmund	4V + AF + HF <sup>4)</sup>	303.224	11,3%
Nordrhein-Westfalen	12V + 2AF + VF + HF	701.762	26,3%
München	4V + AF + HF	315.854	11,8%
Nürnberg	4V + AF	161.359	6,0%
Bayern	8V + 2AF + HF	477.213	17,9%
Stuttgart	4V + AF + 3&4	233.542	8,7%
Kaiserslautern	4V + AF	184.728	6,9%
Frankfurt	4V + VF	191.673	7,2%
Leipzig	4V + AF	171.574	6,4%
Hannover	4V + AF	171.209	6,4%
Hamburg	4V + VF	203.898	7,6%
Berlin	4V + VF + F <sup>5)</sup>	337.310	12,6%
INSGESAMT	64	2.672.909	100,0%

1) V: Vorrunde

2) VF: Viertelfinale

3) AF: Achtelfinale

4) HF: Halbfinale

5) F: Finale

Quelle: OK FIFA WM 2006, eigene Berechnungen

Im Gegensatz zu den Fußball-Weltmeisterschaften der Vergangenheit werden in der Vorrunde die Gruppenspiele nicht nur an einem WM-Austragungsort stattfinden. Dadurch wird innerhalb der Vorrunde keine Mannschaft zweimal im gleichen Stadion spielen. Dieses erhöht den Reiseaufwand der einzelnen Mannschaften und ihrer Fans erheblich. Begünstigt durch den drei bis fünf Tageturnus der Vorrundenspiele ist letzteres natürlich aus einer tourismusökonomischen Perspektive durchaus wünschenswert, weil dadurch zumindest zusätzliche Transportkosten anfallen, die sicherlich nur teilweise durch das WM-Kombiticket abgefangen werden. Außerdem kann so insbesondere den internationalen Gästen – aber nicht nur ihnen – die landschaftliche und kulturelle Vielfalt des Reiselandes Deutschland vermittelt werden. Nach der Endrundenauslosung am 9. Dezember in Leipzig bietet sich hier in den noch verbleibenden sechs Monaten bis zum Beginn des Turniers die Chance zur Entwicklung teamspezifischer touristischer Begleitprogramme, die die touristische Wertschöpfung entlang der Reiserouten dieses

<sup>1</sup> Verfügbare Kaufkarten meint alle Eintrittskarten, abzüglich der Karten, welche von OK, den Medien, der schreibenden Presse sowie für den Ehrenbereich oder kostenfrei bereitgestellt werden. Die Angaben beruhen auf Schätzungen (auf der Grundlage von Maximalforderungen der Medien) und können sich noch leicht ändern.

„WM-Wanderzirkus“ – und damit vielleicht sogar auch außerhalb der WM-Austragungsregionen - deutlich erhöhen könnten.

### 3 TICKETING UND TOURISTISCHE KONSUMNACHFRAGE DER WM-BESUCHER

Insgesamt erwartet die Deutsche Zentrale für Tourismus ca. 4,8 bis 5,5 Mill. bzw. 1,7 % zusätzliche Übernachtungen in Deutschland. Bei dieser Einschätzung bleibt unklar, wie die Aufteilung auf inländische und ausländische Übernachtungsgäste aussieht. In ähnlicher Weise gibt es zum jetzigen Zeitpunkt keine Einschätzung zu den Zuwächsen im Tagestourismus während der Austragung der WM 2006.

#### 3.1 AUSGABEN DER AUSLÄNDISCHEN BESUCHER

In der folgenden Tabelle 7 wird ein Schätzansatz zur Ermittlung der Ausgaben der ausländischen Besucher vorgestellt, welcher in den letzten Jahren alle Überlegungen zum Gesamtausgabevolumen der ausländischen WM-Besucher maßgeblich bestimmt hat.<sup>1</sup> Aufgrund des hohen Stellenwerts des Fußballs in Europa wurde in der Vergangenheit bevorzugt die optimistische Schätzung der Zuschauerzahlen mit einer Stadionauslastung von 90 % berücksichtigt.<sup>2</sup>

**Tabelle 7: Schätzung für Zuschauer- bzw. Ticketzahlen und Tourismusausgaben bei einer 90 % Auslastung der Stadien**

		WM-Tickets
Zuschauer bzw. Tickets insgesamt	insgesamt	3.140.812
	pro Spiel	49.075
„ausländische Tickets“ (32%)	insgesamt	1.005.060
	pro Spiel	15.704
Journalisten-Tickets (0,36%)	insgesamt	11.307
	pro Spiel	177
Ausländerbeteiligung GESAMT	insgesamt	1.016.367
	pro Spiel	15.881
Ausgaben pro „ausländischem Ticket“ (in DM)		1.200
nach „ausländischen Tickets“ (in Mill. DM)	insgesamt	1206,08
	pro Spiel	18,85
nach Journalisten-Tickets (in Mill. DM)	insgesamt	13,56
	pro Spiel	0,21
<b>Tourismusausgaben</b>	<b>INSGESAMT</b>	<b>1.220 Mill. DM = 624 Mill. €</b>
	pro Spiel	19,06 DM = 9,74 €

Quelle: Rahmann et al. (1998), eigene Berechnungen

Hinweis: geringfügige Abweichungen sind Rundungsfehler, DM zu €: 1,95583

<sup>1</sup> Der Schätzansatz wurde bereits im Jahr 1998 in der Rahmann-Studie (vgl. Rahmann et al. 1998) vorgestellt. Innerhalb der Studie sind die Autoren der Frage nachgegangen, ob es sich für die Bundesrepublik Deutschland lohnen könnte, eine Fußball-Weltmeisterschaft auszurichten. Die systematische Gegenüberstellung der Vor- und Nachteile wurden im Rahmen einer erweiterten Kosten-Nutzen-Analyse durchgeführt.

<sup>2</sup> Das OK FIFA WM 2006 kalkuliert seine Erträge aus Ticketverkäufe – ebenfalls bei einer 90 %igen Stadionauslastung - auf 200 Mill. €

---

Das Ticketing des internationalen Ticketkontingents erfolgt in einem komplizierten mehrstufigen Verfahren (vgl. Abschnitt 2.3.1). Das dazu vorgesehene Prozedere zeigt, dass präzise Schätzungen zu den touristischen Gesamtausgaben der ausländischen WM-Besucher zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht getroffen werden können. Dieser Eindruck verstärkt sich noch bei einem Blick auf die bereits qualifizierten Nationalmannschaften (vgl. Tabelle 5) bzw. den dahinter stehenden Ländern, deren gesamtwirtschaftliche Pro-Kopf-Einkommensdisparität teilweise erheblich ist.

Ausgehend von diesem Schätzansatz<sup>1</sup> wurde von den Autoren ein Intervall von 75 % bis 120 % der durchschnittlichen Ausgaben je ausländisches Ticket angegeben, d. h. im Jahr der Fußball-Weltmeisterschaft in 2006 Gesamtausgaben zwischen 415 Mill. € und 748 Mill. €. In einer Aktualisierung der Berechnungen sieht Kurscheidt die entsprechenden Ausgaben heute zwischen 447 Mill. € und 805 Mill. € (vgl. GfW NRW 2004, 22f).

Bei einer Gesamtzahl von gut 3,14 Mill. verkauften Tickets (bei einer 90 % Auslastung der Stadien) prognostizierten die Autoren der WM-Studie im Veranstaltungsjahr 2006 in Deutschland ca. 1,2 Mrd. DM bzw. 624 Mill. € zusätzliche Tourismusaufgaben durch ausländische WM-Besucher (vgl. Rahmann et al. 1998). Im Hinblick auf die Gesamtzahl der verkauften Tickets wurde unterstellt, dass unter Einbeziehung der Sportjournalisten mehr als 1,1 Mill. an ausländische Besucher verkauft werden.

Madeja (2005) hat ebenfalls das Ausgabeverhalten der internationalen WM-Gäste untersucht und skizziert, dass der durchschnittliche ausländische WM-Besucher im Flugzeug anreist, sich im Internet informiert und nicht gern alleine ist. Außerdem kann er sich 10,7 Tage Hotel und Restaurant leisten und gibt pro Tag zwischen 100 € und 150 € aus. Er ist von sich aus wenig an kulturellen Attraktionen interessiert, nimmt aber entsprechende Angebote durchaus in Anspruch. Bezogen auf die Einschätzung, dass ca. 1/3 aller Tickets an ausländische WM-Besucher verteilt werden, welche im Durchschnitt im Zeitraum von 10,7 Tagen drei WM-Spiele besuchen werden, lässt sich für die ausländischen Besucher ein Intervall der zusätzlichen touristischen Ausgaben zwischen 392 Mill. € und 588 Mill. € ermitteln. Damit wäre das Intervall der mindestens realisierbaren Einnahmen durch den Incoming-WM-Tourismus nach unten auf knapp 54 % der durchschnittlichen Ausgaben je ausländisches Ticket von 665 € (bzw. 1.995 € je ausländischer Tourist) - wie sie derzeit von Kurscheidt geschätzt werden - abzusenken.

Die Postbank geht in einer aktuellen Untersuchung zur WM 2006 davon aus, dass die Gesamtausgaben eines Übernachtungsgastes während der WM im Durchschnitt zwischen 150 € und 200 € pro Tag liegen werden (Postbank 2005). Wird auch hier wiederum davon ausgegangen, dass 1/3 aller Tickets an ausländische WM-Besucher verteilt werden, welche im Durchschnitt im Zeitraum von 10,7 Tagen drei WM-Spiele besuchen werden, so lässt sich für die ausländischen Besucher ein Intervall zwischen 588 Mill. € und 785 Mill. € ermitteln.

Generell bleibt festzuhalten, dass alle derzeitigen Schätzungen zu den Gesamtausgaben der ausländischen WM-Besucher während der Fussball-Weltmeisterschaft in Deutschland einige Besonderheiten, wie beispielsweise die geographische Lage im Herzen Europas

---

<sup>1</sup> Die Gesamtausgaben der ausländischen WM-Besucher wurden auf der Basis der Ausgaben eines WM-Durchschnittstouristen für Reise, Unterhaltung, Verpflegung etc. ermittelt. In der ursprünglichen DFB-WM-2006-Studie wurde unterstellt, dass ein ausländischer WM-Besucher in Deutschland innerhalb eines zehntägigen Aufenthalts drei WM-Spiele besucht. Während seines Deutschlandaufenthalts fallen Reisekosten von insgesamt 3.600 DM bzw. knapp 1.841 € an. Daraus resultiert pro ausländisches Ticket ein Betrag von ca. 613 €

---

oder die exzellente verkehrliche Erschließung mit den Nachbarländern, nicht bewusst berücksichtigen (vgl. Ahlert 2006). In ähnlicher Weise gilt dieses auch für die Einkommenssituation in den Herkunftsländern der internationalen WM-Besucher. Auch wird vernachlässigt, dass sich die Nationalmannschaften der großen Nachbarländer für die WM-Endrunde in Deutschland qualifiziert haben. Dieses wird während der WM 2006 ohne Zweifel positive Wirkungen auf den Incoming-Tages- und Kurzreisetourismus haben. Zuwächse im Incoming-Tourismus werden sich vermutlich auch unabhängig davon einstellen, ob die entsprechenden ausländischen Fußballfans in Besitz eines WM-Tickets sind. Es ist sicherlich nicht unrealistisch, dass viele Fans - auch ohne WM-Ticket - einfach nur bei der Fußball-WM 2006 dabei sein möchten. Gerade die Public-Viewing Aktivitäten vieler Städte in Deutschland setzen auf die Emotionalisierung des Events im öffentlichen Raum für insbesondere diejenigen Fußballfans, die keine Tickets erhalten haben.

Neben dem Gesamtausgabevolumen herrscht aber auch Unklarheit über die Ausgabenstruktur der ausländischen Besucher, wodurch sich auch die daraus resultierenden sektoralen Umsatz- und Beschäftigungswirkungen nur grob abschätzen lassen.

Erst mit der Auslosung der Endgruppenspiele der 32 teilnehmenden Mannschaften am 9. Dezember 2005 in Leipzig kann eine detaillierte Ausgabenschätzung der internationalen WM-Besucher nach Ländern vorgenommen werden. Durch Clusterbildung lässt sich dann präzisieren, wann und wo bzw. in welchen WM-Austragungsorten sich die internationalen WM-Besucher während der WM 2006 schwerpunktmäßig aufhalten werden. Eine weitere Präzisierung wäre vorstellbar, wenn zu Beginn des neuen Jahres auch Buchungsinformationen des Hotelleriegewerbes bzw. der durch die FIFA beauftragten Agenturen ausgewertet werden könnten.

### 3.2 AUSGABEN DER INLÄNDISCHEN BESUCHER

Aus einer gesamtwirtschaftlichen Perspektive brauchen die WM-spezifischen Ausgaben der Inländer nicht berücksichtigt werden, da die Inländer ihr Geld nur einmal ausgeben können. Sie werden ihre zusätzlichen mit der WM verbundenen Ausgaben durch Einsparungen bei anderen konsumtiven Verwendungen substituieren. So könnte es sein, dass einige einheimische Fans zur Finanzierung der zusätzlichen WM-Ausgaben auf eine Urlaubsreise verzichten. Dieses wäre jedoch nur dann gesamtwirtschaftlich positiv zu bewerten, wenn dieses die Auslandsreisetätigkeit betreffen würde. In diesem Falle würden die im Inland erwirtschafteten Einkommen zusätzlich Nachfrage im Inland stimulieren und damit nicht ins Ausland abfließen. Auch werden einige Haushalte aufgrund der Einmaligkeit des Ereignisses ein Teil ihrer Ersparnis zur Finanzierung der insgesamt erhöhten Konsumausgaben heranziehen. Da jedoch diese zusätzlichen gesamtwirtschaftlichen Nettoeffekte nur schwierig zu identifizieren sind und – vermutlich - nur wenig ins Gewicht fallen werden, wird üblicherweise auf ihre Abschätzung verzichtet.

Aus einer regionalökonomischen Perspektive kann die Austragung der FIFA WM 2006 jedoch in den Austragungsstädten zumindest kurzfristig in den Monaten Juni und Juli einen massiven Wachstumsimpuls bewirken. Davon werden aufgrund ihrer erhöhten touristischen Attraktivität insbesondere die „Magic Cities“ – Berlin, Hamburg, München, Köln, Frankfurt & Stuttgart – mit ihren angrenzende Regionen profitieren.

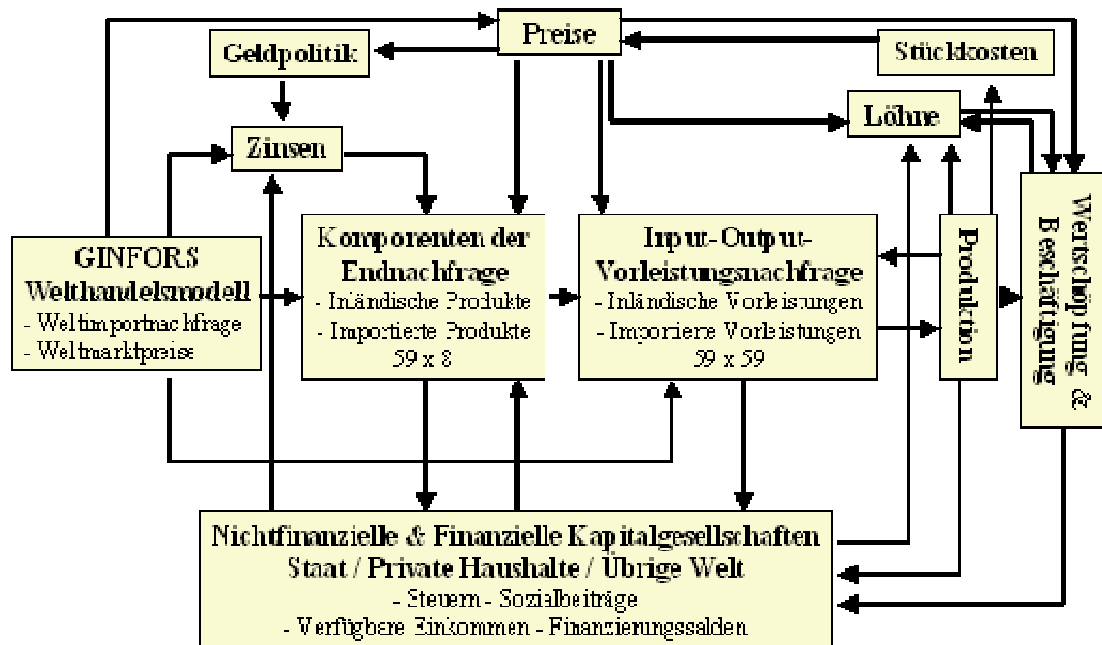
## 4 GESAMTWIRTSCHAFTLICHEN WIRKUNGEN DES INCOMING-TOURISMUS

Vor dem Hintergrund der im vorherigen Kapitel durchgeführten Analyse zu den Ausgaben im Rahmen des Incoming-Tourismus während der WM 2006 werden im Folgenden die Ergebnisse zweier Simulationsrechnungen mit einer aktuellen Version des Simulations- und Prognosemodells INFORGE<sup>1</sup> der GWS mbH vorgestellt. Zuvor wird kurz ein Überblick über zentrale Modellstrukturen gegeben (vgl. Distelkamp et al. 2003).

### 4.1 DAS SIMULATIONS- UND PROGNOSEMODELL INFORGE

Die besondere Leistungsfähigkeit des Modells INFORGE beruht auf den Konstruktionsprinzipien Bottom-up und vollständige Integration. Das Konstruktionsprinzip Bottom-up besagt, dass jeder der 59 Sektoren der Volkswirtschaft sehr detailliert modelliert ist und die gesamtwirtschaftlichen Variablen durch explizite Aggregation im Modellzusammenhang gebildet werden. Das Konstruktionsprinzip vollständige Integration beinhaltet eine komplexe und simultane Modellierung, die die interindustrielle Verflechtung ebenso beschreibt wie die Entstehung und die Verteilung der Einkommen, die Umverteilungstätigkeit des Staates sowie die Einkommensverwendung der Privaten Haushalte für die verschiedenen Güter und Dienstleistungen. Der disaggregierte Aufbau des Modells INFORGE ist in das vollständig endogenisierte Kontensystem der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen eingebettet. Damit ist insbesondere auch die Umverteilung der Einkommen durch den Staat endogen abgebildet.

#### Übersicht 1: Die Struktur des Modells INFORGE



Quelle: Eigene Darstellung.

Der INFORGE zugrunde liegende Datensatz beruht in erster Linie auf den Konten und Standardtabellen der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen und einer Reihe von Input-Output-Tabellen des Statistischen Bundesamtes. Einen Einblick in die Struktur des ökonomischen Modellteils gibt das in Übersicht 1 dargestellte Flussdiagramm. Das

<sup>1</sup> INterindustry FORecasting Germany

---

GINFORS-Welthandelsmodell<sup>1</sup> liefert den Vektor der Weltimportnachfrage und den Vektor der Weltmarktpreise nach Gütergruppen.

Die Endnachfrage umfasst in der Gliederung der 59 Gütergruppen, den Konsum der privaten Haushalte und der privaten Organisationen ohne Erwerbszweck und des Staates, die Ausrüstungsinvestitionen, die Bauinvestitionen, die Vorratsveränderungen und die Exporte. Die wichtigsten Determinanten der Endnachfrage sind die Auslandsvariablen (zur Erklärung der Exporte), das verfügbare Einkommen der Privaten und der Öffentlichen Haushalte (Konsum der privaten Haushalte, Konsum des Staates), die Zinsen und Gewinne (Investitionen) sowie die relativen Preise für alle Komponenten der Endnachfrage.

Die Vorleistungsnachfrage ist im Modell detailliert abgebildet. Für alle Gütergruppen werden die Lieferungen aus inländischer Produktion und die Einfuhren unterschieden. Die Inputkoeffizienten sind dabei grundsätzlich variabel und hängen von relativen Preisen und Zeittrends ab. Die Endnachfrage insgesamt bestimmt mit der Vorleistungsnachfrage abzüglich der Importe die inländische Produktion. Die Importe hängen sowohl von der Entwicklung der Importnachfrage des GINFORS-Systems als auch von der Entwicklung der Importpreise und der Inlandspreise ab.

Die wichtigsten Determinanten der Beschäftigung, welche in einer Gliederung nach 59 Wirtschaftsbereichen nachgewiesen wird, sind die Produktion und der Reallohn des jeweiligen Sektors. Die Löhne werden wiederum durch die Produktivitäts- und die Preisentwicklung bestimmt. Die Gewinne und die Stückkosten ergeben sich definitorisch. Die Stückkosten sind dann die entscheidende Determinante der Preise.

Dem innerhalb des Modellsystems INFORGE realisierten Input-Output-Ansatz wird gemeinhin eine nachfrageorientierte Modellierung zugesprochen. Dies trifft auf INFORGE allerdings nicht zu. Es ist zwar richtig, dass die Nachfrage in INFORGE die Produktion bestimmt, aber alle Güter- und Faktornachfragevariablen hängen unter anderem von relativen Preisen ab, wobei die Preise wiederum durch die Stückkosten der Unternehmen in Form einer Preissetzungshypothese bestimmt sind. Angebots- und Nachfrageelemente sind also im gleichen Maße vorhanden.

Neben der in 59 Produktions- bzw. Wirtschaftsbereiche tief gegliederten Ebene der Input-Output-Rechnung enthält das Modell zur Berechnung der gesamtwirtschaftlichen Variablen das Kontensystem der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen der Bundesrepublik Deutschland. Innerhalb des vollständig endogenisierten Kontensystems erfolgt die Erfassung der Entstehung, Verteilung, Umverteilung und Verwendung der Einkommen innerhalb der funktionellen Transaktoren Produktion, Primäre Einkommensverteilung, Sekundäre Einkommensverteilung, Einkommensverwendung, Vermögensänderung und Sachvermögensbildung und die daraus resultierenden Vermögensänderungen für die fünf institutionellen Transaktoren Nichtfinanzielle Kapitalgesellschaften, Finanzielle Kapitalgesellschaften, Staat, Private Haushalte & Private Organisationen ohne Erwerbszweck sowie Übrige Welt. Dieses System enthält die gesamte Einkommensumverteilung einschließlich Sozialversicherung und Besteuerung zwischen Staat, Privaten Haushalten und Unternehmen und ermöglicht so die Berechnung der verfügbaren Einkommen, die wiederum wichtige Determinanten der Endnachfrage sind. Außerdem werden die Finanzierungssalden der institutionellen Transaktoren bestimmt. Damit ist insbesondere auch die staatliche Budgetrestriktion im Modell enthalten. Die Verhaltenshypothesen des Modells betreffen die Ausgaben der institutionellen

---

<sup>1</sup> Global INterindustry FORecasting System

---

Transaktoren. Die Summen der Einnahmen einer Transaktionsart sowie die Salden der Konten sind stets definitiv gegeben. Innerhalb des Kontensystems sind die Arbeitsmarktentwicklung, die demographische Entwicklung, das Steueraufkommen (Sonstige Gütersteuern, Mehrwertsteuer etc.), die sektorale Wertschöpfung, die Konsumausgaben der Privaten Haushalte und des Staates und die Investitionen wichtige Einflussfaktoren.

Endogen eingebunden in dieses System ist somit die gesamte Fiskalpolitik des Staates. Das Modell INFORGE weist einen sehr hohen Endogenisierungsgrad auf. Exogen vorgegeben sind im Wesentlichen Steuersätze, das Arbeitsangebot und die Weltmarktvariablen des internationalen GINFORS-Systems. Hervorzuheben ist, dass das gesamte System simultan gelöst wird. Dabei sind allein die Variablen des GINFORS-Welthandelsmodells aus dem Simultanblock herausgenommen.

Die Struktur des Modells INFORGE ist hochgradig interdependent. Neben den üblichen Kreislaufinterdependenzen sind die Mengen-Preisinterdependenzen und die Lohn-Preisinterdependenz abgebildet. Dabei ist zu beachten, dass Preise und Mengen konsistent miteinander verknüpft sind. Das Modell zeichnet sich außerdem durch weitgehende Nichtlinearitäten aus, die durch multiplikative Verknüpfungen von Variablen in Definitionsgleichungen und Schätzgleichungen sowie durch doppeltlogarithmische Schätzansätze entstehen.

Die Dynamik des Modells wird durch die Kapitalstockfortschreibung, die verzögerte Lohnanpassung an Produktivitäts- und Preisentwicklung, die verzögerte Anpassung des Staatsverbrauchs an die Entwicklung des verfügbaren Einkommens des Staates und weitere Lags in Nachfragefunktionen hervorgerufen.

Die Parameter der Modellgleichungen wurden mit dem OLS-Verfahren über den Zeitraum 1991 bis 2002 ökonometrisch geschätzt. Bei der Auswahl alternativer Schätzansätze wurden zunächst a priori-Informationen über Vorzeichen und Größenordnungen der zu schätzenden Koeffizienten genutzt. Mit anderen Worten: ökonomisch unsinnige Schätzergebnisse wurden verworfen. Die verbleibenden Schätzungen wurden auf Autokorrelation der Residuen anhand der Durbin-Watson-Statistik sowie auf Signifikanz der geschätzten Parameter mit dem t-Test geprüft. War auf dieser Basis eine Diskriminierung konkurrierender Ansätze nicht möglich, wurde das Bestimmtheitsmaß der Schätzung hinzugezogen. Angesichts der Größe des Modells erscheint die OLS-Methode als die angemessene, weil einfachste Schätzmethode.

Innerhalb des Anhangs wird ein kurzer Überblick zu den bisherigen Anwendungsfeldern des INFORGE-Modellsystems gegeben.

## 4.2 DIE SZENARIEN

Mit dem Modell INFORGE wurden im Rahmen dieses Gutachtens zwei unterschiedliche Modellrechnungen zu den potenziellen gesamtwirtschaftlichen Effekten durchgeführt. Sie berücksichtigen ausschließlich die zusätzliche autonome Konsumnachfrage durch ausländische Besucher während der FIFA WM 2006.

Wie bereits in Abschnitt 3.1 erläutert wurde, lassen sich zum jetzigen Zeitpunkt ihre Gesamtausgaben immer noch nicht präzise ermitteln. Dieses ist erst dann möglich, wenn nach der Auslosung der Endrundenspiele am 9. Dezember in Leipzig die genaue länderspezifische Aufteilung der WM-Tickets des internationalen Kartenkontingents feststeht und entsprechend von den beauftragten Ticketagenturen Hotelbuchungen



---

vorgenommen werden können. Auch könnte die länderspezifische Verteilung von Tickets aus den Verkaufsphasen 1 & 2 und aus dem Hospitality-Programm wertvolle zusätzliche Informationen geben.

Innerhalb des ersten Szenarios wurden zusätzliche touristische Konsumausgaben im Incoming-Tourismus in Höhe von 392 Mill. € unterstellt, welches sich an der Untergrenze eines als realistisch erachteten Ausgabenintervalls befindet (vgl. Hinweis auf Madeja in Abschnitt 3.1). Diese zusätzlichen Konsumausgaben kommen den Anbietern von Gastronomie- und Beherbergungsleistungen (60 %), den Herstellern von Nahrungsmitteln und Getränken (19 %), dem Handel (11 %), dem Verkehrsgewerbe (6 %) und den Anbietern von Kultur- und Freizeiteinrichtungen zugute.

In einem zweiten Szenario wurde angenommen, dass von den ausländischen Besuchern während der WM 2006 zusätzlich Waren und Dienstleistungen im Wert von insgesamt 1 Mrd. € im Inland nachgefragt werden. Dieses Szenario liegt damit oberhalb der Schätzung des oberen Intervalls von Kurscheidt (805 Mill. € vgl. Abschnitt 3.1). Dieses erscheint aber durchaus nicht unrealistisch, wenn man folgende Punkte berücksichtigt:

- die Teilnahme der Nationalteams der drei bevölkerungsreichsten Nachbarländer (Niederlande, Frankreich, Polen) als auch der Nationalmannschaften der Schweiz und der Tschechischen Republik begünstigt ohne Zweifel den Tages- und Kurzreiseturismus
- die flächendeckende Vernetzung einheimischer Flughäfen mit Zielen in Spanien, England und Italien, insbesondere auch durch Low-Cost-Carrier, begünstigt ohne Zweifel den Kurzreiseturismus in die WM-Städte
- die Gruppenspiele finden nicht nur an einem WM-Austragungsort statt – wie in der Vergangenheit bei Fußball-Weltmeisterschaften - sondern verteilen sich auf drei WM-Städte, was den Reiseaufwand der mitreisender Fans erheblich erhöht
- da [mit Ausnahme von Berlin] die WM-Städte keine herausragenden Destinationen im internationalen Tourismus sind, dürften touristische Verdrängungseffekte nur untergeordnete Relevanz haben
- die Fußball WM 2006 findet nahezu vollständig vor der Hauptreisezeit der Deutschen im Frühsommer 2006 statt [Ausnahme NRW: Beginn der Sommerferien am 26.6.2006], wodurch auch inländische Verdrängungseffekte gering gehalten werden
- das hohe Ticketkontingent der globalen Förderer als auch das hochpreisige Ticketkontingent im Rahmen des Hospitality-Programms könnte dafür sorgen, dass der Anteil ausländischer Tickets höher ausfällt
- mit der Teilnahme der Nationalteams aus den USA, Japan und Saudi-Arabien wird ein erhöhter Anteil besonders ausgabenfreudiger Touristen während der FIFA WM 2006 in Deutschland zu Gast sein<sup>1</sup>
- aufgrund der im europäischen Vergleich niedrigen Lebenshaltungskosten in Deutschland bieten sich insbesondere dem Einzelhandel durch geschickte Marketingstrategien (z. B. Lancierung von mehrsprachigen Verkaufsaktionen während der WM 2006 mit abgestimmten simplen Versandmöglichkeiten in das jeweilige

---

<sup>1</sup> Ausgaben je Abreise in US\$ in 2003 (WTO 2003): Deutschland 850 \$, Japan 2.180 \$, USA 1.040 \$, Saudi-Arabien 940 \$

---

Heimatland etc.) exzellente Voraussetzungen, um zusätzliche Umsätze zu realisieren (vgl. Tabelle 8).

**Tabelle 8: Lebenshaltungskosten im europäischen Vergleich**

Land	Preisindex 1)
Tschechische Republik	75
Deutschland	102
Spanien	96
Frankreich	107
Italien	106
Niederlande	104
Polen	65
Portugal	91
Slowakei	80
Schweden	111
Vereinigtes Königreich	117

1) Belgien=100

*Quelle: Eurostat 2005.*

Die genannten Punkte belegen, dass es durchaus gute Argumente für deutlich höhere Ausgaben durch ausländische WM-Besucher gibt. Bei einem zielgerichteten Marketing für die verschiedenen Besuchergruppen entlang der teamspezifischen Reiserouten und der gesamten touristischen Wertschöpfungskette lassen sich ohne Zweifel kurzfristig zusätzliche Gewinne realisieren.

#### 4.3 DIE ERGEBNISSE DER SIMULATIONSRECHNUNGEN

Tabelle 9 und Tabelle 10 zeigen die mit dem gesamtwirtschaftlichen Modell INFORGE berechneten Simulationsergebnisse für einige makroökonomische Aggregatgrößen für den Zeitraum 2006 bis 2008. In den dann folgenden Jahren sind die gesamtwirtschaftlichen Kreislaufeffekte zu vernachlässigen.

Im Folgenden werden kurz die ökonomischen Anpassungsmechanismen, sog. expansive Kreislaufeffekte erläutert: Im Zuge der zusätzlichen touristischen Konsumnachfrage ausländischer Eventbesucher während der WM 2006 steigt zunächst direkt die Nachfrage nach den touristischen Waren und Dienstleistungen der Tourismuswirtschaft (Beherbergungs- und Gastronomieleistungen, Einzelhandelsleistungen, Nahrungsmittel etc.). Aber auch in den der Tourismuswirtschaft vorgelagerten Produktionsbereichen, d. h. bei ihren Zulieferern, kommt es aufgrund von Vorleistungsverflechtungen zu einem Anstieg der Nachfrage, welche nun zusätzliche Lohn- und Gewinneinkommen und Beschäftigung innerhalb der Volkswirtschaft aber auch Preiseffekte stimulieren. Über die gestiegenen Einkommen der Privaten Haushalte bzw. Unternehmen kommt es infolge zu einem Anstieg der Konsumnachfrage der Privaten Haushalte bzw. der Investitionsgüternachfrage der Unternehmen. Außerdem müssen zusätzliche Steuereinnahmen und Sozialbeiträge abgeführt werden, was sich wiederum positiv auf die Konsumnachfrage des Staates und ggf. auch auf die Staatsverschuldung positiv auswirkt. Da aber sowohl die zusätzliche Konsum- als auch die induzierte Investitionsgüternachfrage hergestellt werden müssen, erfolgt erneut eine positive Anpassungsreaktion der im Produktionsprozess eingesetzten Vorleistungen, Bruttowertschöpfung und Beschäftigung. Zu einem Anstieg der Einfuhr kommt es, weil infolge der gestiegenen Nachfrage nach

Konsum-, Investitions- und Vorleistungsgütern auch mehr Halbfertigprodukte bzw. Fertigprodukte aus dem Ausland importiert werden. Innerhalb des zur Analyse eingesetzten makroökonomischen Modells INFORGE der GWS mbH werden die erläuterten ökonomischen Transmissionsmechanismen auf der Ebene von 59 Branchen unter Berücksichtigung der sich einstellenden Preisreaktionen bestimmt. In den hier vorgestellten Simulationen bewirken letztere im Jahr nach der WM 2006 aufgrund erhöhter Reallöhne einen leichten gesamtwirtschaftlichen Beschäftigungsrückgang. Zusammenfassend lässt sich beobachten, dass der einmalige autonome Konsumimpuls infolge des Incoming-Tourismus während der FIFA WM 2006 aufgrund von multiplikativen Effekten innerhalb des Wirtschaftskreislaufes in abnehmenden Wellen sowohl in die Branchen außerhalb der Tourismuswirtschaft als auch in die beiden Folgejahre weitergegeben wird.

**Tabelle 9: Szenario 1: Zusätzliche Ausgaben der ausländischen Besucher im Inland in Höhe von 0,39 Mrd. €**

	2006	2007	2008
<b>Bruttoinlandsprodukt</b>	0,52	0,15	0,01
<b>dar. Konsum</b>	0,21	0,16	0,03
<b>Investitionen</b>	0,06	0,02	-0,02
<b>Exporte</b>	0,40	0,02	0,00
<b>Importe</b>	0,15	0,05	0,00
<b>Produktion</b>	0,96	0,24	0,02
<b>Steueraufkommen</b>	0,118	0,036	0,005
<b>Erwerbstätige</b>	6.098	74	484

*Quelle: Eigene Berechnungen*

In den Tabelle 9 und Tabelle 10 werden die entsprechenden Auswirkungen der beiden Szenarien für einige ausgewählte Größen gezeigt. Anhand der beiden durchgeführten Simulationsrechnungen wird deutlich, dass durch den einmaligen Impuls infolge der zusätzlichen Einnahmen aus dem Incoming-Tourismus während der WM 2006 ein aus gesamtwirtschaftlicher Perspektive nur geringer, aber dennoch spürbarer Impuls ausgehen kann.

Innerhalb des 1. Szenarios mit einem autonomen Konsumimpuls von 0,39 Mrd. € kann innerhalb des dreijährigen Analysezeitraumes immerhin eine zusätzliche Wertschöpfung in Höhe von 0,68 Mrd. € realisiert werden. Außerdem wird ein zusätzliches Beschäftigungsvolumen in Höhe von insgesamt mehr als 6.600 Erwerbstätigen generiert.

Tabelle 10 zeigt die Ergebnisse der Simulationsrechnung auf der Basis des zweiten vergleichsweise optimistischen Szenarios mit zusätzlichen Ausgaben der ausländischen Besucher im Inland in Höhe von 1,0 Mrd. € Dadurch steigt das Bruttoinlandsprodukt im Analysezeitraum um ca. 1,65 Mrd. € an. Offensichtlich wird durch indirekte Vorleistungsverflechtungseffekte und induzierte Einkommenseffekte eine zusätzliche Wertschöpfung von 0,65 Mrd. € generiert. Die gesamtwirtschaftliche Produktion [bzw. Umsatz] steigt um knapp 3 Mrd. € während des dreijährigen Analysezeitraumes an und sorgt für einen Beschäftigungszuwachs von mehr als 15.600 Erwerbstätigen.

**Tabelle 10: Szenario 2: Zusätzliche Ausgaben der ausländischen Besucher im Inland in Höhe von 1,0 Mrd. €**

	2006	2007	2008
<b>Bruttoinlandsprodukt</b>	1,25	0,37	0,03
<b>dar. Konsum</b>	0,52	0,39	0,07
<b>Investitionen</b>	0,13	0,05	-0,04
<b>Exporte</b>	1,02	0,04	0,01
<b>Importe</b>	0,42	0,11	0,00
<b>Produktion</b>	2,32	0,58	0,04
<b>Steueraufkommen</b>	0,286	0,089	0,013
<b>Erwerbstätige</b>	14.539	47	1.180

Quelle: Eigene Berechnungen.

Auch innerhalb dieser Simulation wirken die Einkommens- und Beschäftigungsimpulse primär im Jahr 2006. Sie beschränken sich innerhalb der tourismuscharakteristischen Wirtschaftsbereiche auf das Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe, das Verkehrsgewerbe und die Freizeitwirtschaft (Kultur, Sport, Unterhaltung). Außerhalb dieser Bereiche profitieren insbesondere die Nahrungs-, Genussmittel- und Getränkeindustrie, der Einzelhandel und die Bekleidungsindustrie.

## 5 FAZIT

Alles in allem muss also davon ausgegangen werden, dass die Fussball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland nur geringe stimulierende Effekte auf die Konjunktur haben wird. Selbst unter günstigen Bedingungen steht einem gesamtwirtschaftlichen Bruttoinlandsprodukt in Höhe von schätzungsweise ca. 2,3 Brd. € in 2006 ein zusätzlicher Impuls durch die ausländischer WM-Touristen in Höhe von 1,25 Mrd. € gegenüber. Auch wenn dieses lediglich 0,05 % der gesamtdeutschen Wirtschaftsleistung dieses Jahres sein wird, so ist dieses doch deutlich mehr als nichts. Außerdem werden die Effekte in den WM-Austragungsstädten - zumindest kurzfristig - massiv spürbar sein.

Auch sollte nicht verkannt werden, dass die FIFA WM 2006<sup>TM</sup> für Deutschland das Schaufenster des Jahrzehnts sein wird. Neben einer beschleunigten und umfassenden Modernisierung der Stadien- und Verkehrsinfrastrukturen in Deutschland liegt der nachhaltige Nutzen der FIFA WM 2006 insbesondere in einer Imagepolitik des Standortes Deutschland. Einen wesentlichen Beitrag dazu leisten auch die anwenderfreundlich optimierten multilingualen Internetportale der Tourismuswirtschaft auf nationaler und regionaler Ebene.

Darüber hinaus wird die FIFA WM 2006 nur dann nachhaltig positiv den Incoming-Tourismus und internationale Investoren beeinflussen, wenn sich Deutschland als ein facettenreiches weltoffenes und gastfreundliche Land präsentiert und der offizielle WM-Slogan „Die Welt zu Gast bei Freunden“ in den Tagen der WM zu einer gelebten und damit erlebbaren Wirklichkeit sowohl aller in Deutschland weilenden WM-Besucher als auch aller weltweiten Zuschauer an den Fernsehgeräten wird.

---

## 6 LITERATUR

- AHLERT, G. (2001): The Economic Effects of the Soccer World Cup 2006 in Germany with Regard to Different Financing. *Economic Systems Research*, 2001(1), pp. 109-127.
- AHLERT, G. (2004a): Investive Sportförderung in der Bundesrepublik: Ökonomische Impulse eines öffentlich finanzierten Infrastrukturprogramms zur Sanierung und Modernisierung der Sportstätten. Gutachten im Auftrag des Bundesinstituts für Sportwissenschaft, der Internationalen Vereinigung Sport- und Freizeiteinrichtungen (IAKS) und des Bayerischen Landes-Sportverbandes, Osnabrück.
- AHLERT, G. (2004b): Abschätzung der gesamtwirtschaftlichen Wirkungen im Zuge der Vorbereitung und Austragung Olympischer und Paralympischer Spiele im Jahr 2012 in Deutschland. Gutachten im Auftrag des Bundesinstituts für Sportwissenschaft (BISP), Osnabrück.
- AHLERT, G. (2004c): Die gesamtwirtschaftlichen Wirkungen von sportlichen Großveranstaltungen. In: IWH (Hrsg.): *Neuere Anwendungsfelder der Input-Output-Analyse - Tagungsband, Beiträge zum Halleschen Input-Output-Workshop 2004, Sonderheft 3/2004, Halle an der Saale*, S. 59-79.
- AHLERT, G. (2005): Gesamtwirtschaftliche Modellrechnungen im Rahmen sozio-ökonomischer Analysen: das Beispiel Breitensport. In: Frick, B. (Hrsg.): *Ökonomie des Breitensports*, Bonn, S. 11-34.
- AHLERT, G. (2006): Assessing the impact of the FIFA World Cup Germany 2006<sup>TM</sup> – some methodological and empirical reflections. Forthcoming in: Guerrier, V. [ed.]: *Assessing the Impact of Tourist Events*. Nice (France).
- AHLERT, G., KLANN, U., LUTZ, C., MEYER, B. & WOLTER, M. I. (2005): Abschätzungen der Auswirkungen alternativer Bündel ökonomischer Anreizinstrumente zur Reduzierung der Flächeninanspruchnahme - Ziele, Maßnahmen, Wirkungen. *GWS Discussion Paper 2005/5*, Osnabrück.
- BACH, S., BORK, C., KOHLHAAS, M., LUTZ, C., MEYER, B., PRAETORIUS, B. & WELSCH, H. (2001): *Die ökologische Steuerreform in Deutschland: Eine modellgestützte Analyse ihrer Wirkungen auf Wirtschaft und Umwelt*. Berlin, Heidelberg, New York.
- BARGEL, M. [Postbank] (2005): FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2006<sup>TM</sup> – Deutsche Wirtschaft steht als Gewinner bereits fest. *Postbank Research Perspektiven Juli 2005*, Bonn, S. 2-4.

- 
- BOSS, A. ET AL. [IfW] (2005): Exportlastige Konjunkturerholung in Deutschland. Die Weltwirtschaft 2005, Vierteljahresschrift des Instituts für Weltwirtschaft an der Universität Kiel, Heft 3, Kiel, S.15f.
- BUNDESMINISTERIUM DES INNERN [BMI] (2005): Die Welt zu Gast bei Freunden. Fünfter Fortschrittsbericht des Stabes WM 2006 zur Vorbereitung auf die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2006. Berlin.
- DISTELKAMP, M. / HOHMANN, F. / LUTZ, C. / MEYER, B. & WOLTER, M. I. (2003): Das IAB / INFORGE-Modell – Ein neuer ökonomischer Ansatz gesamtwirtschaftlicher und länderspezifischer Szenarien. Beiträge zur Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (BeitrAB), Band 275. Nürnberg.
- DISTELKAMP, M., LUTZ, C., MEYER, B. & WOLTER, I. (2004): Schätzung der Wirkung umweltpolitischer Maßnahmen im Verkehrssektor unter Nutzung der Datenbasis der Gesamtrechnungen des Statistischen Bundesamtes. Endbericht. Osnabrück.
- FIFA (2005): FIFA-Finanzbericht 2004. Vorgestellt auf dem ordentlichen FIFA-Kongress am 12. September 2005 in Marrakesch, Zürich.
- GESELLSCHAFT FÜR WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG NORDRHEIN-WESTFALEN MBH [GfW NRW] (2004): Wirtschaftspotenziale der Fussball-WM 2006 für NRW. Düsseldorf.
- KURSCHEIDT, M. & RAHMANN, B. (1998): Local investment and national impact: The case of the football World Cup 2006 in Germany, in: C. Jeanrenaud (ed.): The Economic Impact of Sport Events, pp. 79-108 (Neuchâtel (Switzerland), International Centre for Sport Studies (CIES)).
- KURSCHEIDT, M. (2004): Erfassung und Bewertung der wirtschaftlichen Effekte der Fussball-WM 2006<sup>TM</sup>. In: Wegweiser GmbH [Hrsg.]: Investitionen und Innovationen – Deutschland 2006. Berlin 2004.
- LICHTBLAU, K. & MEYER, B. (2005): Bundesländer-Ranking: Bundesländer im Vergleich: Wer wirtschaftet am besten? Studie der IW Consult GmbH und der GWS GmbH in Zusammenarbeit mit der Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft und der Wirtschaftswoche, Köln.
- MADEJA, A. (2005): FIFA Fussball Weltmeisterschaft in Deutschland. Ergebnisse im Rahmen der Besucherbefragung anlässlich der EM 2004. IHK Akademie, Reutlingen.
- MEYER, B. (2002): Die Ergänzung des umweltökonomischen Modells PANTA RHEI um die soziale Dimension. In: Hartard, S. & Stahmer, C. (Hrsg.): Magische Dreiecke für eine nachhaltige Entwicklung, Göttingen, S. 105-127.
- MEYER, B. (2002): Die Prognose der CO<sub>2</sub> -Emissionen in Deutschland bis zum Jahr 2010. In: Wirtschaft und Statistik, 11/2002, S. 1011-1016.

---

MEYER, B. & AHLERT, G. (2000): Die ökonomischen Perspektiven des Sports. Eine empirische Analyse für die Bundesrepublik Deutschland. Schriftenreihe des Bundesinstituts für Sportwissenschaft, Band 100, Köln.

OK FIFA WM 2006: <http://fifaworldcup.yahoo.com/06/de/> .

RAHMANN, B., WEBER, W., GROENING, Y., KURSCHEIDT, M., NAPP, H.-G. & PAULI, M. (1998): Sozio-ökonomische Analyse der Fußball-WM 2006 in Deutschland. Köln.

SCHNUR, P. & ZIKA, G. (2005): Nur zögerliche Besserung am deutschen Arbeitsmarkt – Projektion des Arbeitskräftebedarfs bis 2010. IAB Kurzbericht, Ausgabe Nr. 12/2005.

WEGWEISER GmbH (2004): Investitionen und Innovationen – Deutschland 2006. Berlin.

WORLD TOURISM ORGANIZATION [WTO] (2004): Compendium of Tourism Statistics. Data 1999 – 2003, Madrid.

---

## **ANHANG : ÜBERBLICK ZU ANWENDUNGEN MIT DEM MODELL INFORGE**

In den letzten Jahren wurde das Modell INFORGE in zum Teil sehr unterschiedlichen Themenfeldern zur Analyse ökonomischer Fragestellungen eingesetzt.

So wird das Modell INFORGE unter anderem vom Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) der Bundesanstalt für Arbeit zur Beantwortung beschäftigungspolitischer Fragestellungen eingesetzt (u. a. Diestelkamp et al. 2003, Schnur & Zika 2005). Außerdem wurde im Rahmen dieses Auftrages das ergänzende Modellsystem LÄNDER entwickelt, welches die gesamtwirtschaftlichen Ergebnisse des Modells INFORGE zur Prognose des Strukturwandels für 11 Wirtschaftsbereiche auf der Ebene der 16 Bundesländer verwendet (u. a. Ahlert 2004d, Lichtblau & Meyer 2005). Dabei basieren die jeweils eigenständig modellierten Ländermodelle auf den Daten des Arbeitskreises „Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen der Länder“.

In Forschungsaufträgen für das Bundesministerium für Finanzen, das Statistische Bundesamt, das Umweltbundesamt etc. wurden Daten aus den Umweltökonomischen Gesamtrechnungen (UGR) des Statistischen Bundesamtes innerhalb der umweltökonomischen Modellversion PANTA RHEI des Modells INFORGE endogenisiert, um dann im Rahmen von Politiksimulationen ein besseres Verständnis der zu erwartenden ökonomischen Auswirkungen zu erhalten (u. a. Meyer 2002, Diestelkamp et al. 2004, Ahlert et al. 2005).

Im Rahmen eines Forschungsauftrages des Bundesinstituts für Sportwissenschaft (BISP) konnte gezeigt werden, dass sich die Daten des sportökonomischen Satellitensystems in das gesamtwirtschaftliche Modell implementieren lassen. Mit dem entsprechenden Modell SPORT konnte eine Vielzahl sportökonomischer Politiksimulationen und Wirkungsanalysen durchgeführt werden (u. a. Meyer & Ahlert 2000; Ahlert 2001 & 2005). Außerdem wurde das Simulationsmodell INFORGE innerhalb eines Gutachtens zur investiven Sportförderung in Deutschland und im Rahmen einer Untersuchung zur Leipziger Olympia-Bewerbung für das Jahr 2012 eingesetzt (Ahlert 2004a, Ahlert 2004b).