



St. Ursula

Fachbereichsarbeit aus  
Geografie und Wirtschaftskunde  
vorgelegt bei Mag. Andreas Becker



von Judith Draskovits  
8 AD, 2007/2008



**Wien, am 6. Februar 2008**

**Ich, Judith Draskovits, erkläre, dass ich diese Fachbereichsarbeit selbst verfasst habe und ausschließlich die angegebene Literatur verwendet habe.**

---

Unterschrift der Schülerin

## Vorwort

Die Idee zu meiner Fachbereichsarbeit bekam ich, als ich einen Bericht über die Europameisterschaft 2008 in der Zeitung las. Die Zusammenhänge, die aus der Verknüpfung von Wirtschaft und Sport entstehen können, interessierten mich dabei besonders.

Besonderen Spaß bereitete mir die Recherche für meine Arbeit. Viel Zeit verbrachte ich in der Nationalbibliothek, in der Bibliothek der WU- Wien und in der Hauptbücherei. Außerdem besuchte ich den Kurs „wissenschaftliches Arbeiten“.

Rückblickend betrachtet bereitete mir das Arbeiten an meiner Fachbereichsarbeit viel Freude. Da ich mich aber auch in den anderen Fächern auf die Matura vorbereiten musste, hätte ich mir manchmal gewünscht, dass der Tag mehr als 24 Stunden gehabt hätte. Auf jeden Fall lernte ich, mir meine Zeit genau einzuteilen und die Ruhe zu bewahren. Aber auch inhaltlich gesehen konnte ich aus dieser Arbeit einiges lernen, da ich jetzt Statistiken interpretieren und wirtschaftliche Zusammenhänge besser verstehen und erklären kann. Diese neu gewonnen Fähigkeiten werden mir bestimmt bei meinem Studium an der Universität helfen.

Mein Dank gilt meinem Betreuungslehrer Herrn Prof. Becker, der mir einerseits viel Freiraum bei der Gestaltung meiner Fachbereichsarbeit gab, aber mir andererseits auch beim Überwinden von Problemen half.

Weiterer Dank gilt auch meinem Vater, der mir viel Material zur Verfügung stellte und mir mit wirtschaftlichem Rat zur Seite stand.

Danken möchte ich auch meinem Freund Clemens, der mich in vielen Bereichen unterstützte.

Ich hoffe, dass Sie durch das Lesen dieser Fachbereichsarbeit einen Einblick in die komplexe Welt der Großveranstaltungen erhalten werden.

---

## Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b>	<b>3</b>
<b>Einleitung</b>	<b>7</b>
<u>1. Was sind Großveranstaltungen?</u>	8
1.1 Definitionen	8
1.2 Größe von Großveranstaltungen	9
1.2.1 Mega- Events	9
1.2.2 Mittel- Events	10
1.2.3 Mini- Events	10
1.3 Häufigkeit von Großveranstaltungen	10
1.4 Dauer von Großveranstaltungen	11
1.5 Verschiedene Arten von Großveranstaltungen	11
1.5.1 Sportliche Großveranstaltungen	11
1.5.2 Kulturelle Großveranstaltungen	13
1.5.3 Wirtschaftliche Großveranstaltungen	14
1.5.4 Gesellschaftliche Großveranstaltungen	15
1.5.5 Soziale Großveranstaltungen	15
<u>2. Theoretische Auswirkungen von Großveranstaltungen</u>	17
2.1 Ökonomische Auswirkungen	17
2.1.1 Tourismus	18
2.1.1.1 kurzfristige Folgen	19
2.1.1.2 langfristige Folgen	20
2.1.1.2.1 Ausbau der Infrastruktur	20
2.1.1.2.2 Struktureffekte	21
2.1.1.2.3 Nachfragepotential	21
2.1.1.2.4 Imageeffekte	21
2.1.2 Bauwirtschaft	22
2.1.3 Kommunikation	23
2.1.3.1 Medien- und Werbemarkt	23
2.1.3.2 Sponsoring	24
2.1.3.3 Event Marketing	24

---

2.1.3.4 Telekommunikation	24
2.1.4 Gastronomie	25
2.1.5 Sicherheit	25
2.1.6 Handel	26
2.2 Ökologische Auswirkungen	27
2.3 Soziale Auswirkungen	30
<u>3. Ausgewählte Großveranstaltungen in Österreich</u>	32
3.1 Alpine Skiweltmeisterschaften 2001 in St. Anton am Arlberg	33
3.1.1 Allgemeine Informationen	33
3.1.2 Vorbereitungsphase	34
3.1.2.1 Erwartungen	34
3.1.2.2 Ausgangslage im Tourismus	35
3.1.3 WM- bedingte Veränderungen	35
3.1.4 Finanzierung	36
3.1.5 positive Auswirkungen	37
3.1.6 negative Auswirkungen	38
3.1.7 Imageeffekte der Veranstaltung	40
3.2 Das Wiener Donauinselfest	41
3.2.1 Allgemeine Information	41
3.2.2 Besucher	42
3.2.3 Auswirkungen	44
3.2.3.1 Ausgaben der Besucher	45
3.2.3.2 Ausgaben der Veranstalter	46
3.2.3.3 Ausgaben der Gastronomiebetriebe	48
3.2.3.4 Beschäftigungseffekte	48
3.2.3.5 Tourismus	48
3.2.3.6 Werbepattformen	49
3.2.3.7 Wiener Wirtschaft	49
3.3 Kongressstadt Wien	51
3.3.1 Definitionen	51
3.3.2 Entwicklung in Wien	52
3.3.3 Wirtschaftliche Bedeutung des Kongresstourismus	54
3.3.4 Internationaler Vergleich	56

---

3.4 Fußballeuropameisterschaft 2008	58
3.4.1 Einleitung	58
3.4.2 Wirtschaftliche Auswirkungen	59
3.4.2.1 Tourismus	59
3.4.2.1.1 Szenario 1: Maximalvariante	61
3.4.2.1.2 Szenario 2: Minimumvariante	61
3.4.2.1.3 Ausbau der Infrastruktur	64
3.4.2.1.4 Imageeffekte	65
3.4.2.2 Bauwirtschaft	65
3.4.2.3 Medien- und Werbemarkt	68
3.4.2.4 Sponsoring	68
3.4.2.5 Sicherheit	69
3.4.2.6 Verkehr	70
3.4.2.7 Fanmeilen	71
3.4.2.8 Zusammenfassung ökonomische Effekte	73
3.4.2.8.1 Gesamte Wertschöpfungseffekte	73
3.4.2.8.2 Gesamte Beschäftigungseffekte	74
3.4.3 Meinungsumfrage	75
3.5 Daten & Fakten	82
<b>Resümee</b>	<b>84</b>
<b>Anhang</b>	<b>85</b>

## **Einleitung**

In meiner Fachbereichsarbeit zum Thema „Die wirtschaftliche Auswirkungen von Großveranstaltungen in Österreich“ möchte ich möglichst objektiv über Großveranstaltungen berichten. Bei der Planung von Großveranstaltungen gibt es sowohl negative als auch positive Aspekte, die zu betrachten sind. Generell lässt sich die Frage stellen, ob auch Sommersportgroßveranstaltungen in Österreich gut durchführbar und wirtschaftlich vertretbar sind.

Der Beginn meiner Fachbereichsarbeit beschäftigt sich mit diversen Begriffsdefinitionen und den verschiedenen Arten von Großveranstaltungen, wobei ich besonders die Komplexität der Sportgroßveranstaltungen hervorhebe.

Das zweite Kapitel behandelt die theoretischen Auswirkungen von Großveranstaltungen. Hier unterteile ich in ökonomische, ökologische und soziale Auswirkungen, die sich wieder in verschiedene Bereiche gliedern. Dieses Kapitel beruht vor allem auf Erfahrungen vergangener Großveranstaltungen, insbesondere auf jenen der Fußballweltmeisterschaft 2006 in Deutschland.

Das dritte und letzte Kapitel soll einige praktische Beispiele aufzeigen: die „Alpine Skiweltmeisterschaften 2001 in St. Anton am Arlberg“, das „Wiener Donauinselfest“, die „Kongressstadt Wien“ und die „Fußballeuropameisterschaft 2008“.

Um einen eigenen Forschungsansatz in meine Fachbereichsarbeit einzuarbeiten, führte ich eine Meinungsumfrage zum Thema der Fußballeuropameisterschaft 2008 durch. Weiters interviewte ich Personen, die in Österreich beruflich mit der Fußballeuropameisterschaft zu tun haben: Mag. Wiesinger (Geschäftsführer der Securitas Sicherheitsdienstleistungen GmbH), Mag. Kaufmann (Vorstandsdirektor Flughafen Wien AG) und Ing. Hesoun (Generaldirektor Porr AG).

---

# 1 Großveranstaltungen

## 1.1 Definition

*„Ich erinnere mich an keine Großveranstaltungen, die nicht auch ein Event gewesen wäre- die anderen habe ich vergessen.“<sup>1</sup>*

Großveranstaltungen werden in der Literatur oft als Events bezeichnet, wobei es schwer ist, eine einheitliche Bezeichnung des Begriffes zu finden. Der Begriff Event wird „[...]entweder als bekannt vorausgesetzt oder sehr vage definiert.“<sup>2</sup> Außerdem ist jeder Event eine subjektive Veranstaltung, der von jedem Besucher anders wahrgenommen wird.

Nicht immer ist das Ziel von Großveranstaltungen bzw. Events, besonders viele Menschen anzusprechen. Manchmal möchten die Veranstalter eine ganz bestimmte Zielgruppe für sich gewinnen, um „[...] emotionale Bindungen zum Ereignis herzustellen [...]“. <sup>3</sup> Dadurch sichern sich die Veranstalter eine Bindung zu einem gewissen Produkt, wie dies zum Beispiel bei „Red Bull“ und Extremsportarten der Fall ist.

---

<sup>1</sup>Holzbauer, Ulrich; Jettinger, Edwin; Knauss, Bernhard; Moser, Ralf; Zeller, Markus: Eventmanagement. Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen. Berlin: Springer, 2002, S. V.

<sup>2</sup>Winkler, Klaus: Regionalwirtschaftliche Aspekte und Besucherzufriedenheit von Großveranstaltungen. Fallstudie Wiener Donauinselfest. Dissertation: WU- Wien, 2004, S. 43.

<sup>3</sup>Der Trend zum Event. Erlebnisgesellschaft und Sport : Großveranstaltungen im Sport. In <http://www.dosb.de/fileadmin/fm-dsb/arbeitsfelder/umwelt-sportstaetten/Veroeffentlichungen/Grossveranstalt.pdf> . Zugriff am 29.11.2007, S. 10.

## 1.2 Größe von Großveranstaltungen

Um einen ungefähr messbaren Richtwert zu haben, definiert Prof. Dr. Werner Freyer Großveranstaltungen als „[...] *Veranstaltungen für „Millionen“, das heißt*

- *1 Million Besucher: Zuschauer, Teilnehmer, Aktive, Begleiter, passive Eventtouristen*
- *1 Million \$/€ Umsatz oder Kosten (Staat- Privat)*
- *1 Million Medienkontakte (TV, Medien,) [...]“<sup>4</sup>*

Der am öftesten verwendete Indikator zur Messung von Großveranstaltungen ist die Besucherzahl, wobei diese durch verschiedene Methoden ermittelt werden kann: „[...] *durch Schätzung, repräsentative Zählungen oder aus abgesetzten Kartenkontingenten[...]“<sup>5</sup>*

Bezogen auf ihre Größe unterteilt W. Freyer Großveranstaltungen in Mega-, Mittel- und Mini Events.

### 1.2.1 Mega- Events

Mega-Events, die auch als Groß-Events bezeichnet werden, haben eine sehr große Besucherzahl und sprechen zahlreiche Menschen im In- und Ausland an. Ein wichtiger Aspekt der Mega-Events ist auch eine umfangreiche Medienberichterstattung. Außerdem bedarf es bei dieser Art von Veranstaltung einer genauen Planung um die meist sehr hoher Kosten entsprechend kontrollieren zu können. Oft reisen Besucher sehr weit an, um bei einem bestimmten Ereignis dabei zu sein, wodurch die gesamte Wirtschaft, vor allem aber der Tourismus ankurbelt wird.

---

<sup>4</sup>Großveranstaltungen- Rolle und Bedeutung auf den Tourismus. In [http://www1.messe-berlin.de/vip8\\_1/website/MesseBerlin/htdocs/www.fair.itbberlin.de/de/Messeinfos/MarketTrends/freyer.pdf](http://www1.messe-berlin.de/vip8_1/website/MesseBerlin/htdocs/www.fair.itbberlin.de/de/Messeinfos/MarketTrends/freyer.pdf) . Zugriff am 29.11.2007, S. 6.

<sup>5</sup>Winkler, Klaus: Regionalwirtschaftliche Aspekte und Besucherzufriedenheit von Großveranstaltungen. Fallstudie Wiener Donauinsselfest. Dissertation: WU- Wien,2004, S. 50.

### **1.2.2 Mittel- Events**

Die meist besuchten Veranstaltungen sind Mittel- Events und unterscheiden sich von Mega- Events im Wesentlichen durch:

- ihre rein regionale Bedeutung
- eine sehr kurze Vorbereitungsphase (meist 1-2 Jahre)
- geringere Kosten
- geringes Medieninteresse (nur national)
- wesentlich geringere Besucherzahl
- den fehlenden „Special Event“- Charakter
- die Zielgruppe: einheimische Besucher

### **1.2.3 Mini- Events**

Mini- Events sind lediglich von lokaler Bedeutung und ihre Zielgruppe ist die der Einheimischen, wodurch der Übernachtungseffekt sehr gering ist.

Oft entwickeln sich aber aus Mini- Events sehr große Veranstaltungen, die dann als Mega-Events mit überregionaler Bedeutung zu bezeichnen sind. Ein Beispiel dafür ist das Münchner Oktoberfest, das 1980 klein begonnen hat und 2006 insgesamt 6,5 Millionen Besucher zählte.

## **1.3 Häufigkeit von Großveranstaltungen**

Großveranstaltungen werden sehr oft mit einer gewissen Einmaligkeit verbunden, deshalb nennt man sie auch „Special-Events“. Viele Großveranstaltungen werden entweder einmalig veranstaltet oder in einem gewissen Rhythmus wiederholt (zum Beispiel die Salzburger Festspiele). Weiters gibt es noch eine Gruppe von Veranstaltungen, die für das jeweils austragende Land bzw. für die austragende Stadt einmalig sind, sich aber in einer gewissen Regelmäßigkeit wiederholen (zum Beispiel die Fußball Europameisterschaft 2008 in Wien).

---

## **1.4 Dauer von Großveranstaltungen**

Die meisten Großveranstaltungen dauern mehrere Tage, an denen es verschiedene Ereignisse gibt (zum Beispiel Aufführungen verschiedener Künstler beim Wiener Donauinselfest).

## **1.5 Verschiedene Arten von Großveranstaltungen**

Es gibt viele verschiedene Arten von Großveranstaltungen:

- Sportliche Großveranstaltungen
- Kulturelle Großveranstaltungen
- Wirtschaftliche Großveranstaltungen
- Gesellschaftspolitische Großveranstaltungen
- Natürliche Großveranstaltungen
- Soziale Großveranstaltungen

### **1.5.1 Sportliche Großveranstaltungen**

Sportgroßveranstaltungen sind die bekanntesten aller Großveranstaltungen und Mag. Robert Kasper definiert sie folgendermaßen:

*„Sportgroßveranstaltungen sind sportliche Wettkämpfe, die entweder einmalig oder periodisch (im Abstand von mindestens einem Jahr) stattfinden. Sie sind Sportlern aus aller Welt zugänglich, mehrere internationale Fernsehanstalten übertragen die Veranstaltung, und die internationale Presse berichtet darüber. Schließlich ist das Publikumsinteresse so groß, dass das Stadium bzw. die Sportstätte stark ausgelastet ist.“*<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup>Mag. Kasper, Robert: Die Entwicklung von Wintersportgrossveranstaltungen in Zielrichtung Umwelt. Dissertation, 1997, S. 58.

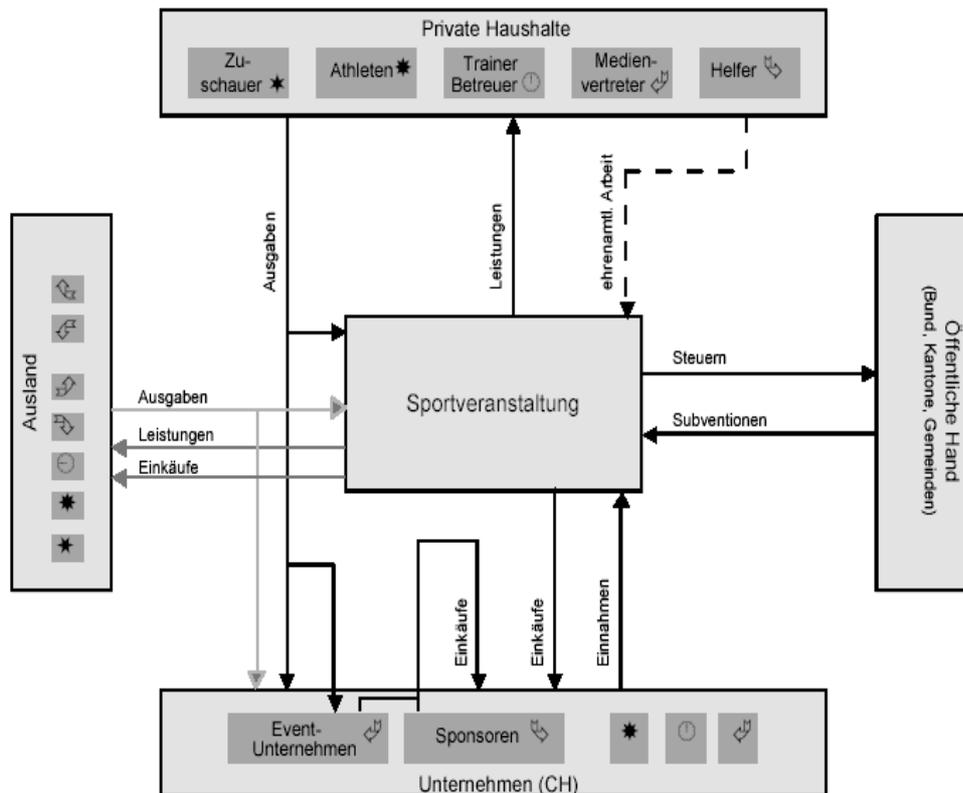


Abb.1. Das Gesamtmodell Sportgroßveranstaltung

➤ **Öffentliche Hand:**

Vor einer Großveranstaltung unterstützt der Bund meist mit Subventionen, während bzw. nach Großveranstaltungen bekommt er Steuern zurück.

➤ **Private Haushalte:**

Privatpersonen geben einerseits ihr Geld bei Sportgroßveranstaltungen aus, andererseits gibt es zusätzliche Verdienst- und Einkommensmöglichkeiten für die gesamte Bevölkerung. Außerdem unterstützen viele ehrenamtliche Helfer eine Sportgroßveranstaltung, wodurch das soziale Bewusstsein gestärkt wird.

➤ **Unternehmen:**

Unternehmen sind wichtig für den Veranstalter, weil sie ihn durch Sponsorgelder unterstützen oder beispielsweise Medien- und Filmrechte abkaufen. Dies führt sowohl zu Einnahmen für

den Veranstalter als auch für die Unternehmen, da sich durch den Verkauf von Produkten an den Veranstalter eine zusätzliche Einnahmequelle aufbauen kann.

➤ **Ausland:**

Es „ [...] werden vom Veranstalter aus dem Ausland Güter und Dienstleistungen bezogen (Einkäufe) und es werden Preisgelder an Ausländer ausbezahlt (Leistungen ans Ausland).“<sup>7</sup> Außerdem kommen Sportler, Trainer und Zuschauer aus dem Ausland, die im Austragungsland ihr Geld ausgeben.

### **1.5.2 Kulturelle Großveranstaltungen**

Kulturelle Großveranstaltungen decken zusammen mit den Sportgroßveranstaltungen den breitesten Bereich an Großveranstaltungen ab.

Es gibt eine große Vielfalt an kulturellen Großveranstaltungen:

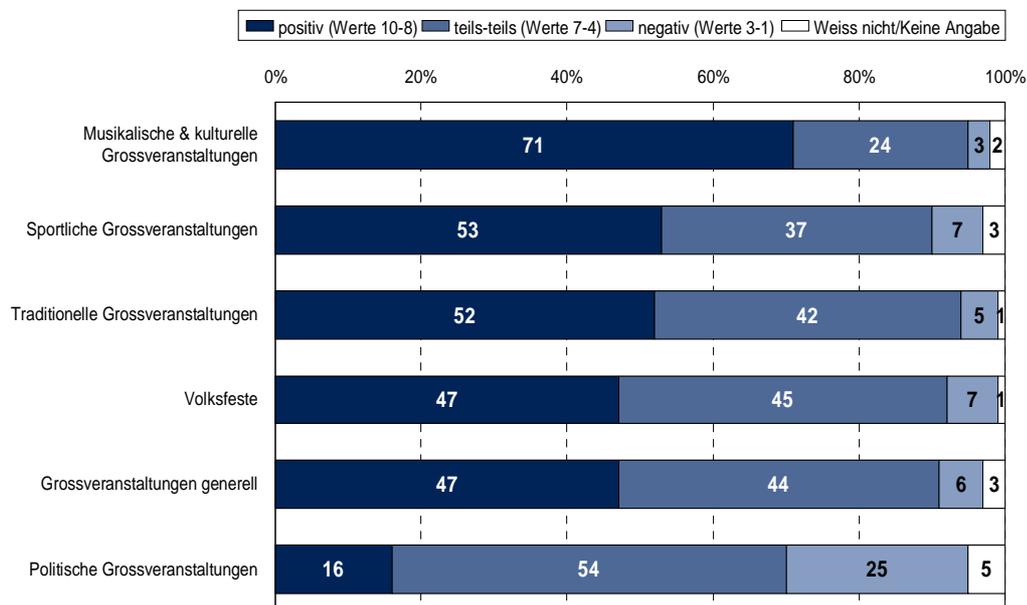
- Musik- Events
- Theater- Events
- Religiöse- Events
- Kunst- Events
- Wissenschaftliche Events
- Traditions- Events
- Brauchtum
- Technische Kunst
- Medien- Events

---

<sup>7</sup>Ökonomisch nachhaltig? Die volkswirtschaftliche Bedeutung von Sport. In <http://www.dosb.de/fileadmin/fm-dsb/arbeitsfelder/umweltsportstaetten/Veroeffentlichungen/Grossveranstalt.pdf> . Zugriff am 29.11.2007, S. 21.

## Einstellung zu verschiedenen Kategorien von Grossveranstaltungen

Frage 4.00: Wie ist Ihre generelle Einstellung gegenüber solchen Grossveranstaltungen (10er-Skala)?



Basis: 499 befragte Personen in der Stadt Zürich

Abbildung 2: Einstellung gegenüber Großveranstaltungen

Die Stadt Zürich hat 2004 eine Meinungsumfrage an 499 Personen zum Thema Großveranstaltungen gemacht. Diese hat ergeben, dass 71 % aller Befragten musikalische und kulturelle Großveranstaltungen als sehr positiv bewerten. Mehr als die Hälfte (53%) aller befragten Personen sprach sich für sportliche Großveranstaltungen aus. Am schlechtesten finden die Schweizer politische Großveranstaltungen, 25% aller Befragten halten diese für negativ.

### 1.5.3 Wirtschaftliche Großveranstaltungen

- Expo
- Messen
- Kongresse
- Verkaufs-Shows
- Produktpräsentation

Österreich ist im internationalen Vergleich ein sehr wichtiges Kongress- und Tagungsland. Dies spiegelt sich in zahlreichen Auszeichnungen wider:

Im Februar 2007 bekam Salzburg bei den Verleihungen des renommierten Conga Award, „[...] *der die weltweit besten Destinationen für Tagungen und Kongresse auszeichnet* [...]“<sup>8</sup>, in der Kategorie „Destinationen International“ den 2. Platz hinter Dubai verliehen. 25.000 Fachleute wählten Salzburg auf Platz 2 und Wien direkt dahinter. Die beiden österreichischen Städte ließen Zürich, Paris und London hinter sich.

#### **1.5.4 Gesellschaftspolitische Großveranstaltungen**

- Politische Events ( Parteitage, Wahlen, Gipfeltreffen)
- Besuche von Berühmtheiten (Könige, Politiker, Papst)
- Eröffnungen (Straßen, Bauwerke)
- Paraden, Umzüge

Eines der letzten großen gesellschaftspolitischen Events in Österreich war der Papstbesuch von Papst Benedikt XVI. im September 2007, bei dem circa 60.000 Menschen vor Ort waren (zum Vergleich: beim Papstbesuch von „[...] *Johannes Paul II. 1983 konnte die katholische Kirche in Österreich noch 600.000 Gläubige mobilisieren, 1988 noch mehr als 225.000* [...]“<sup>9</sup>).

#### **1.5.5 Soziale Großveranstaltungen**

- Tage zu bestimmten Themen (z.B. Flüchtlinge, AIDS)
- Veranstaltungen zu Gunsten von sozialen Einrichtungen
- Nonprofit - Events
- Sammelaktionen

Der Life Ball im Wiener Rathaus ist die drittgrößte Veranstaltung Wiens. 2007 gab es einen Reinerlös von 1.2 Millionen Euro. „[...] *Geld, das jeweils*

<sup>8</sup>Hohe Auszeichnung für Veranstaltungsdestination Salzburg. In <http://www.pressefach.info/salzburgcb/200702-conga-award.htm> . Zugriff am 29. 9. 2007

<sup>9</sup>Kein Massenandrang rund um Papst Besuch. In <http://wien.orf.at/stories/220371/>. Zugriff am 29.9. 2007

*zur Hälfte in nationale und - über die Kooperation mit der American Foundation for Aids Research (amfAR) - in ausgewählte internationale Projekte fließt. [...] “<sup>10</sup>*

---

<sup>10</sup> Das war der Life- Ball 2007. In [http://www.lifeball.org/lifeball/show\\_content2.php?s2id=6](http://www.lifeball.org/lifeball/show_content2.php?s2id=6). Zugriff am 29.9 2007.

## 2 Theoretische Auswirkungen von Großveranstaltungen

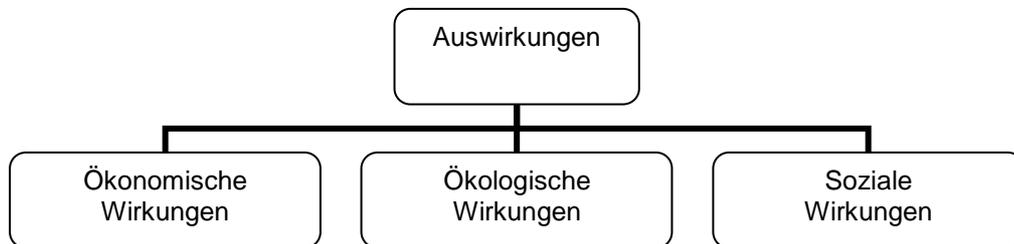


Abbildung 3: Theoretische Auswirkungen von Großveranstaltungen

Die Auswirkungen von Großveranstaltungen können lang- und kurzfristig sein und betreffen die unterschiedlichsten Bereiche. Schwierig ist es, die Auswirkungen von Großanlässen zu quantifizieren, da es neben den direkt ausgelösten Effekten auch zu indirekten und induzierten Effekten, kommen kann, die man auch Multiplikatoreffekte nennt.

### 2.1 Ökonomische Auswirkungen



Abbildung 4: ökonomische Auswirkungen

Um die Multiplikatoreffekte in Bezug auf die Wirtschaft zu erklären, muss man Folgendes beachten: die gesamtwirtschaftlichen Effekte einer Großveranstaltung sind äußerst schwierig zu berechnen, da aus den Ausgaben des Veranstalters, den staatlichen und privaten Investitionen und den Ausgaben der Besucher immer weitere ökonomische Wirkungen ausgelöst werden. Die Ausgaben des einen ergeben immer die Einnahmen eines anderen. Weitere Einnahmen werden zu einem gewissen Teil wieder ausgegeben, wodurch weitere induzierte Effekte entstehen. Genau von diesen

Teilen des zusätzlich investierten Einkommens hängt wiederum die Größe dieser Multiplikatoreffekte ab.

Neben den direkten, indirekten und induzierten Effekten müssen aber auch noch die externen Wirkungen berücksichtigt werden. Externe Effekte sind Effekte, die nicht vom Veranstalter selbst getragen werden. *„Zu den externen Kosten von Großveranstaltungen zählen beispielsweise Preissteigerungen in der Region, zusätzliche Umweltbelastungen, Überfüllung oder Schaffung von Überkapazitäten.“*<sup>11</sup>

Außerdem kommt es bei Großveranstaltungen durch die Schaffung von neuen Arbeitsplätzen zu einer Verminderung der Sozialausgaben und einer Erhöhung der Steuereinnahmen.

### **2.1.1 Tourismus**

Der Begriff Tourismus wird nach Brockhaus wie folgt definiert:

*„Reiseverkehr mit vorübergehendem Aufenthalt an fremden Orten zur Erholung, Bildung, zum Vergnügen, zu geschäftlichen oder beruflichen Betätigung, vielfach aus Anlaß besonderer Veranstaltungen (Festspiele, Messe, Tagungen)“*<sup>12</sup> [sic!]

Der Tourismus ist einer jener Bereiche, der im Allgemeinen am meisten von Großveranstaltungen profitiert, da sich die veranstaltende Region im Konsum- und Freizeitbereich komplett neu organisieren kann. Durch eine Verbesserung der Infrastruktur und durch das besondere öffentliche Interesse an einer Region, erhält diese eine stark verbesserte Position als touristische Destination. Ein gutes Beispiel dafür ist der Skiort Kitzbühel, der durch das jährlich stattfindende Hahnenkammrennen eine enorme zusätzliche touristische Einnahmequelle aufweist. Wichtig dabei ist, dass die Veranstalter sehr eng mit den Tourismusorganisationen, wie zum Beispiel mit der

---

<sup>11</sup> Helmenstein, Christian; Kleissner, Anna; Moser, Bernhard: Makroökonomische und sektorale Effekte der UEFA EURO 2008 in Österreich. Wien: Institut für Sportökonomie, 2007, S. 18.

<sup>12</sup> Der Neue Brockhaus. Zweiter Band, 1974, S. 261.

Österreichwerbung, zusammenarbeiten, um die Aufenthaltsdauer der ausländischen Gäste durch entsprechende Angebote und gezielt gestaltete Packages zu erhöhen.

Bei einem „Veranstaltungstouristen“ unterscheidet man den Tagestouristen und den Langzeittouristen. Der Tagestouristen kommt aus der näheren Umgebung des Austragungsortes und reist nach dem Besuch wieder in seinen Heimatort zurück. Der Langzeittourist hingegen ändert seinen Aufenthaltsort auf Grund einer Veranstaltung für mehrere Tage.

Im Zusammenhang mit Großveranstaltungen unterscheidet man kurz- und langfristige Folge.

#### **2.1.1.1 Kurzfristige Folgen**

Vor und während einer Großveranstaltung können unter gewissen Umständen die Übernachtungszahlen der veranstaltenden Region zurückgehen. Gerade durch den Infrastrukturausbau und die damit verbundenen Bauarbeiten können Touristen in der Vorbereitungsphase oft ausbleiben. Während einer Großveranstaltung kommt es zwar meist zur Auslastung aller Betriebe, doch gerade in tourismusstarken Regionen können auch während eines Großanlasses weniger oder zumindest gleich viele Übernachtungen verzeichnet werden, da einige Stammgäste fern bleiben. Ein gutes Beispiel dafür ist die Ski- Weltmeisterschaft 2001 in St. Anton, wo während der Veranstaltung aus folgenden Gründen weniger Übernachtungen verzeichnet wurden: die Region war schon vor der WM bei vielen Touristen sehr beliebt und hatte meist ausgebuchte Winterquartiere. Diese „Normaltouristen“ bekamen jedoch während der WM keine Hotelzimmer, da die meisten Quartiere im Vorhinein von den Aktiven bzw. von diversen Skiverbänden ausgebucht waren. Diese stornierten aber kurz vor der WM Hotelzimmer, was zur Folge hatte, dass durch das Leerstehen dieser Zimmer und durch das Ausbleiben mancher Stammkunden auf Grund des großen Rummels und der angehobenen Preise St. Anton tatsächlich während der WM kein Nächtigungsplus verzeichnete.

Weiters gibt es die Meinung, dass bei großen Veranstaltungen „[...] in den meisten Fällen primär positive wirtschaftliche Effekte [...]“<sup>13</sup> und die Schaffung neuer Arbeitsplätze eher gering sind. Ein Grund für diese Ansicht ist, dass der Bedarf an zusätzlichen Arbeitsplätzen nur für eine kurze Zeit und punktuell besteht. Das betrifft besonders den Tourismus. Außerdem denken Kritiker, dass –unabhängig von den Großveranstaltungen– zu viele ausländische Saisonarbeiter in Österreich beschäftigt sind. Eine Verstärkung dieses Phänomens durch Großveranstaltungen ist aus deren Sicht für die österreichische Wirtschaft wenig nutzbringend, da ausländische Saisonarbeiter ihr Geld selten in Österreich ausgeben und die Sozialausgaben für den Staat trotz Schaffung neuer Arbeitsplätze nicht sinken.

### **2.1.1.2 Langfristige Folgen**

Für die Tourismusindustrie ergeben sich langfristig gesehen durch 4 Bereiche Chancen zur Verbesserung:

#### 2.1.1.2.1 Ausbau der Infrastruktur

Die Austragung einer Großveranstaltung erfordert im Vorfeld Infrastrukturinvestitionen, die zu einer Attraktivitätserhöhung der Region beitragen können. So kann zum Beispiel der Ausbau von Liftanlagen die touristische Nachfrage stark erhöhen.

---

<sup>13</sup>Scharmitzer, Anton: Kosten-Nutzen- Analyse der Fußball-EM 2008 in Österreich. Diplomarbeit: Wu-Wien, 2007, S. 54.

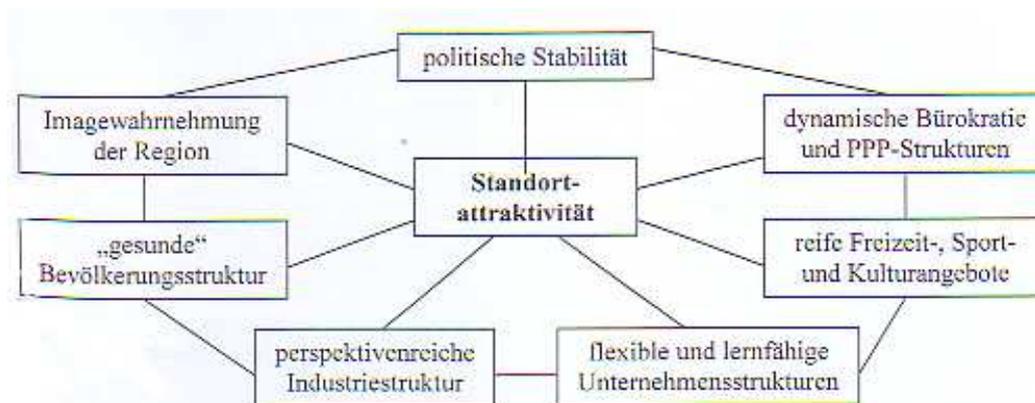


Abbildung 5: Standortattraktivität

#### 2.1.1.2.2 Struktureffekte

Neben dieser Attraktivitätserhöhung können Kapazitätsausweitungen und Qualitätsverbesserungen sowohl im Hotel- und Gastgewerbe als auch im Verkehrsbereich zu strukturellen Verbesserungen führen. Neu errichtete Gebäude können zu einem fixen Bestand der Region werden und auch in Stadtbesichtigungsprogramme integriert werden. Beispiele dafür sind der Olympia Park in München und das Olympiastadion in Berlin, in dem 2006 das Finale der Weltmeisterschaft stattfand. Seit Italien damals die Siegermannschaft stellte, kommen ganze Reisebusse an den etwas abgelegenen Ort.

#### 2.1.1.2.3 Nachfragepotential

Eine Großveranstaltung bringt für die veranstaltende Region eine Erhöhung des Bekanntheitsgrades und trägt zur Werbewirksamkeit bei. „Generell profitieren aber vor allem nicht touristisch geprägte Regionen, die bis zum Zeitpunkt der Veranstaltung kaum Tourismus aufweisen konnten.“<sup>14</sup>

#### 2.1.1.2.4 Imageeffekte

Durch die starke Präsenz der veranstaltenden Region in den Medien erhält der Austragungsort die Möglichkeit, sich international zu präsentieren. Die

<sup>14</sup>Priester, Andreas: Impulse von Fußballgroßveranstaltungen auf die sozio -ökonomische Entwicklung von Regionen unter besonderer Berücksichtigung der Fußball-Europameisterschaft 2008. Diplomarbeit: Universität Wien, 2003, S. 97.

Berichterstattung erhöht sich der Bekanntheitsgrad und gerade Fernsehbilder prägen sich bei den Zuschauern sehr stark ein. Außerdem hat eine Region die Möglichkeit, sich neu in der Welt zu positionieren. Deutschland schaffte beispielsweise durch vorbildliche Gastfreundschaft und durch eine perfekt organisierte Fußballweltmeisterschaft 2006 einen positiven Imagewandel.

### **2.1.2 Bauwirtschaft**

Zur Vorbereitung einer Großveranstaltung bedarf es in der Regel vieler Veränderungen und Neugestaltungen der Austragungsorte. Diese Neugestaltungen sind auch mit Infrastrukturveränderungen verbunden. „*Ganz allgemein betrachtet bewirken Infrastrukturinvestitionen positive direkte und indirekte Impulse für die langfristige wirtschaftliche Produktivität sowie für Output und Beschäftigung.*“<sup>15</sup>

Dies ist dadurch zu erklären, dass Investitionen zunächst auch Auswirkungen auf die Bauindustrie haben. Die Bauindustrie selbst ist durch ihren Bedarf an Vorleistungen intensiv mit anderen Wirtschaftszweigen verbunden. So entsteht eine starke Inlandsnachfrage und dadurch ein hoher Multiplikatoreffekt für Beschäftigung und Produktion.



Abbildung 7: Beschäftigungseffekt

Unter dem Primäreffekt versteht man in diesem Zusammenhang „[...] die Erhöhung des Einkommens aus unselbstständiger Erwerbstätigkeit und

<sup>15</sup> Priester, Andreas: Diplomarbeit: Impulse von Fußballgroßveranstaltungen auf die sozio-ökonomische Entwicklung von Regionen unter besonderer Berücksichtigung der Fußball-Europameisterschaft 2008,2003, Seite 85.

---

*unternehmerischer Tätigkeit, die aus dem Beschäftigungsimpuls [...]“<sup>16</sup> hervorgeht.*

### **2.1.3 Kommunikation**

*„Unter Kommunikation wird die Übermittlung von Informationen und Bedeutungsinhalten zum Zweck der Steuerung von Meinungen, Einstellungen, Erwartungen und Verhaltensweisen bestimmter Adressaten gemäß spezifischer Zielsetzung verstanden.“<sup>17</sup>*

Bei Großveranstaltungen, und hier besonders bei sportlichen Großanlässen, besteht die Kommunikationspolitik aus drei Bereichen:

#### **2.1.3.1 Medien- und Werbemarkt**

Diese beiden Wirtschaftsbereiche sind sehr stark miteinander verbunden und auch voneinander abhängig. Werbung wird über die Medien verbreitet und Medienunternehmen finanzieren sich zu einem großen Teil wiederum über Werbung.

Allgemein unterscheidet man zwischen Printmedien (zum Beispiel Tageszeitung) und elektronische Medien (zum Beispiel Fernsehen). Außerdem kann man diese nach ihrer medialen Reichweite in regionale, nationale und internationale Medien gliedern.

Das Ziel jeder Werbung ist gleich, nämlich bei einer bestimmten Zielgruppe eine Verhaltensbeeinflussung zu erreichen. Bei Großveranstaltungen können Konsumenten entweder direkt (Flyer) oder indirekt (Massenmedien) erreicht werden.

---

<sup>16</sup> Priester, Andreas: Diplomarbeit: Impulse von Fußballgroßveranstaltungen auf die sozio-ökonomische Entwicklung von Regionen unter besonderer Berücksichtigung der Fußball-Europameisterschaft 2008,2003, Seite 88.

<sup>17</sup> Bruhn, Manfred: Kommunikationspolitik 2. Auflage. München: Franz Vahlen Verlag, 2003, S. 1f.

---

Werbemöglichkeiten sind zum Beispiel:

- Bandenwerbung
- Markierung von Ausrüstungsgegenständen
- Plakatwerbung
- Anzeigentafelwerbung
- Gewinnspiele
- Ticketwerbung

Bei Großveranstaltungen gibt es immer wieder den Konkurrenzkampf der verschiedenen Fernsehstationen um die Übertragungsrechte. Eine fast lückenlose Übertragung von Veranstaltungen birgt jedoch die Gefahr des Zuschauerrückgangs, wie er zum Beispiel in den USA in den hochpreisigen Ticketkategorien der NHL- Eishockeyliga beobachtet werden konnte.

### **2.1.3.2 Sponsoring**

Sponsoring bedeutet die Bereitstellung von Geld oder Dienstleistungen für eine bestimmte Gegenleistung. Diese erfolgt meist in Form von Werbung. Ein Sponsor kann Personen, Organisationen und Veranstaltungen unterstützen. Bei einer Großveranstaltung gibt es in der Regel einige große Hauptsponsoren und ein paar kleinere.

### **2.1.3.3 Eventmarketing**

Der Begriff Eventmarketing wird oft gleichbedeutend mit dem Begriff Sponsoring verwendet, wobei es beim Eventmarketing darum geht, mit einem bestimmten Event noch näher an eine Zielgruppe heranzukommen. *„Jedoch um den genauen Nutzen des Eventmarketing für jedes Unternehmen zu bestimmen, muss die jeweilige Unternehmensstrategie analysiert werden.“<sup>18</sup>*

---

<sup>18</sup> Witschek, Georg: Die Bedeutung von Qualitätsmerkmalen bei der Durchführung und Planung eines großen Sportereignisses am Beispiel von Fußball-Europameisterschaften. Diplomarbeit: WU- Wien, 2004, S. 25.

#### **2.1.3.4 Telekommunikation**

Der Telekommunikationssektor erzielt während einer Großveranstaltung höhere Umsätze durch die Handy-Benützung der Zuschauer (zum Beispiel durch Roaming- Tarife ausländischer Besucher) und durch die Medien (zum Beispiel durch Leitungsgebühren). „[...] Wobei wegen der zeitlich begrenzt anfallenden zusätzlichen Belastung der Telekommunikations-Industrie und dem Umstand, dass es sich um einen nicht arbeitsintensiven Bereich handelt, effektiv in sehr geringem Umfang zusätzliche Arbeitskräfte während dem Anlass eingestellt werden.“<sup>19</sup>

#### **2.1.4 Gastronomie**

Gastronomie beschäftigt sich mit der Verköstigung von zahlenden Gästen. Bei einer Großveranstaltung gibt es ein breites Spektrum an Gastronomiebetrieben, die vom zusätzlichen Gästeandrang profitieren, wie zum Beispiel die Raststätte auf den Zufahrtsstraßen, die Imbissgeschäfte auf dem Veranstaltungsgelände, Cateringbetriebe für VIP-Bereiche und Restaurants.

Investitionen im Gastgewerbe werden forciert, weil Umbauarbeiten, die schon lange angestanden wären, vorgezogen werden, um eine Lokalität besonders attraktiv zu machen.

#### **2.1.5 Sicherheit**

*„Unter Sicherheitspolitik werden alle Tätigkeiten, Maßnahmen und Vorbereitungen verstanden, die eine absolute Sicherheit für Zuschauer, Trainer, Mannschaften und offiziellen Personen während eines sportlichen Ereignisses gewährleisten sollen.“<sup>20</sup>*

Durch eine gute Organisation und Koordination der Sicherheitskräfte können Ausschreitungen von Zuschauern, Kriminalität und Vandalismus bei

---

<sup>19</sup>Rütter, H., Stettler, J., Amstutz, M., deBary, A., Grozea-Helmenstein, D. : Economic Impact of UEFA EURO 2008 for Switzerland, 2004, S. 6ff.

<sup>20</sup> Witschek, Georg: Die Bedeutung von Qualitätsmerkmalen bei der Durchführung und Planung eines großen Sportereignisses am Beispiel von Fußball-Europameisterschaften. Diplomarbeit: WU- Wien, 2004, S. 18.

Großveranstaltungen verringert und Anschläge verhindert werden. Geschieht dies nicht, wirft das ein schlechtes Bild auf den Austragungsort und dessen Veranstalter. Die erhöhten Sicherheitsstandards erfordern den Einsatz von mehr Sicherheitspersonal bzw. Polizeieinsatzkräften. Wenn die zusätzlich benötigten Arbeitsstunden nicht durch Überstunden, sondern durch Schaffung neuer Arbeitsplätze abgedeckt werden, hat dies positive Auswirkungen auf die Beschäftigungsrate.

### **2.1.6 Handel**

Die Auswirkungen von Großveranstaltungen auf den Handel sind sehr schwer zu messen. Im Allgemeinen profitieren am meisten die Geschäfte im direkten Umkreis des Austragungsortes. Besucher einer Großveranstaltung haben zudem höhere Tagesausgaben als normale Städtetouristen.

Diese Aussagen unterstreicht beispielhaft die Fußballweltmeisterschaft 2006 in Deutschland. Insgesamt besuchten rund 21 Millionen Menschen die Spiele- und die Fanmeilen der zwölf Gastgeberstädte. Der Einzelhandel verzeichnete im Juni 2006 plus 1,9 Prozent im Vergleich zum Mai 2006. Außerdem betrug das Wachstum des BIP im 2. Quartal 2,4 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

	Durchschnittliche Ausgaben/Tag			Verteilung der Ausgaben				
	Touristen mit Übernachtung	Tagestouristen		Konsummuster	Inländer		Ausländer	
					Nur Fan Fest	Stadion & Fan Fest	Nur Fan Fest	Stadion & Fan Fest
Touristen in Frankfurt 2005	174,10	31,10	Eintritte/Tag	4,80	26,10	65,30	88,50	
Besucher des FIFA Confed. Cup Frankfurt 2005	257,37	55,65	Merchandising	28,30	36,00	59,70	78,90	
Besucher der FIFA WM <sup>®</sup> Frankfurt 2006	ca. 400	ca. 130	Shopping	39,90	41,40	101,10	154,40	
			Anreise/Tag	11,60	30,90	36,20	41,10	
			Essen & Trinken/Tag	27,40	31,40	61,80	66,80	

Abbildung 7: Konsumverhalten während der WM in Deutschland gemessen in €.

Anhand dieser Grafik kann man erkennen, dass Ausländer, die eine WM-Karte hatten, besonders hohe Tagesausgaben hatten. Nämlich rund 400 Euro, die vor allem im Bereich „Shopping“ ausgegeben wurden.

## 2.2 Ökologische Auswirkungen

Ökologische Folgen ergeben sich aus jeder Großveranstaltung, unabhängig davon, ob diese „[...] in Gebäuden, im Freien, innerhalb einer Siedlungsfläche oder in unbebauten Gebiet stattfinden.“<sup>21</sup>

Die Umweltbelastungen einer Großveranstaltung werden in vier Bereiche unterteilt:

- Flächenverbrauch:  
Unbebaute Flächen werden auf Grund von Großveranstaltungen bebaut, wodurch negative Folgewirkungen für die Umwelt entstehen. Als ein besonders schwerwiegendes Beispiel ist die Schaffung von geeigneten Schistrecken für Weltcuprennen anzuführen. Durch die Pistenplanierungen werden große Flächen in Anspruch genommen und auch Waldrodungen durchgeführt. Als Folge können erhöhte Windgeschwindigkeiten und Erosionen auftreten, die die Gefahr von Lawinenabgängen deutlich erhöhen.
- Umweltverschmutzung:  
Durch die Anreise einer großen Zahl von Besucher und Aktiven per Kraftfahrzeug kommt es zum vermehrten Austritt von Schadstoffen. Neben den Luftschadstoffemissionen sind die Abfallproduktion und der große Energieverbrauch die wichtigsten Verursacher von Umweltverschmutzungen.
- Belastung ökonomischer Lebensgemeinschaften:  
Bei Großveranstaltungen kommt es auch immer wieder zu nicht vorhersehbaren Eingriffen in die Natur, wie auch das folgende Beispiel:

---

<sup>21</sup> Gans, Paul; Horn, Michael; Zeman, Christian: Sportgroßveranstaltungen- ökonomische, ökologische und soziale Wirkungen. Schorndorf: Hoffmann GmbH & Co.KG,2003, S. 95.



Abbildung 8: Bilder Umweltverschmutzung

Dieses Foto sind im Sommer 2007 zum Zeitpunkt des Beachvolleyball- Turniers in Klagenfurt entstanden. Von vielen Fans wurde auf grünen Flächen wild gecamppt, da der Veranstalter zu wenige Campingmöglichkeiten zur Verfügung gestellt hat.

➤ Lärmimmission:

Lärm entsteht in jeder Phase einer Großveranstaltung: während der Prephase durch die Baumaßnahmen, während der Veranstaltung an sich durch die große Besucherzahl und auch bei der An- und Abreise der Besucher mit den Pkws und Bussen

*„Aufgrund des steigenden Umweltbewusstseins der Bevölkerung, des Umweltschutzes als Wettbewerbsfaktor, laufend steigender Abfallmengen, steigender Kosten der Abfallentsorgung, des begrenzten Deponieraums und strengerer Umweltgesetze wird die Entsorgungslogistik immer bedeutender.“<sup>22</sup>*

Im Bezug auf Großveranstaltung hat die Entsorgungslogistik die Aufgabe, Rückstände und Abfälle ordnungsgemäß zu entsorgen.

<sup>22</sup> Ehrmann, Harald: Logistik. Kiehl: Kiehl Verlag, 2003, S. 526.

Es gibt einige Abfallarten, die besonders typisch für Großveranstaltungen sind:

- *„Leere Getränkebehälter (Flaschen, Dosen, Becher)*
- *Einweggeschirr*
- *Kleinverpackungen für Speisen*
- *Essensreste und Küchenabfälle*
- *Papier (Werbebroschüren, Flugblätter, Schriftstücke)*
- *Kartonagen*
- *Folien und andere Verpackungsmaterialien der*
- *Ständebetreiber*
- *Dekorationsmaterial*
- *Textile Abfälle*
- *Zigarettenstummel“*<sup>23</sup>

Abfälle werden vom Veranstalter selbst, den Besuchern, den Ständebetreibern und Zulieferfirmen verursacht. Der Veranstalter kann Abfälle gezielt vermeiden bzw. dazu verpflichten, umweltschonend zu arbeiten. So kann er zum Beispiel die Verwendung von Mehrweggeschirr oder eines Pfandsystems für Becher veranlassen.

---

<sup>23</sup> Heinzel, Reinhard; Zimmermann, Monika: Handbuch umweltschonender Großveranstaltungen -Leitfaden für Planung und Durchführung unterschiedlicher Veranstaltungstypen. Berlin: Erich Schmidt Verlag, 1990, S. 116.

## 2.3 Soziale Auswirkungen

Die Durchführung einer Großveranstaltung kann durch die intensiven Anstrengungen, die in einer relativ kurzen Zeit aufgebracht werden müssen, die ansässige Bevölkerung stärker zusammenwachsen lassen und das soziale Miteinander fördern.

Außerdem kann es durch den Stolz, kurzfristig im Mittelpunkt der Weltöffentlichkeit zu stehen, zur Stärkung kultureller Werte und Traditionen kommen.

Dieser Stabilisierungsversuch der Gesellschaft kann aber auch schnell kippen, wenn zum Beispiel einkommensschwächere Bevölkerungsteile auf Grund der hohen Kartenpreise an einer Großveranstaltung nicht teilnehmen können.

Weiters kann es bei international wichtigen Großveranstaltungen auch zur Friedensicherung durch Gespräche von Politikern kommen. *„Daneben bietet sich für den veranstaltenden Staat die Chance, durch das Mega- Event sein politisches Gewicht in der Weltpolitik zu fördern und das internationale Ansehen des Landes bzw. von Regionen zu steigern.“*<sup>24</sup>

Bei Sportgroßveranstaltungen kann es durch die Nachnutzung neuer Sportanlagen und durch positive Effekte auf das Sportverhalten jedes Einzelnen zur Verbesserung des Gesundheitszustandes der Bevölkerung kommen. *„Im Zuge einer Großveranstaltung werden meist zahlreiche Anlagen und Gebäude errichtet, Verkehrsnetze verbessert und somit umfangreiche Veränderungen in der Infrastruktur vorgenommen.“*<sup>25</sup>

Dadurch kommt es zur Steigerung des allgemeinen Wohlstandes (besonders im Bezug auf den Öffentlichen Verkehr).

Bei jeder Großveranstaltung gibt es auch zahlreiche freiwillige Helfer, die während einer Veranstaltung Fähigkeiten, die sie später auch anders nützen können, erlernen und erweitern.

---

<sup>24</sup> Priester, Andreas: Impulse von Fußballgroßveranstaltungen auf die sozio -ökonomische Entwicklung von Regionen unter besonderer Berücksichtigung der Fußball-Europameisterschaft 2008. Diplomarbeit: Universität Wien, 2003, S. 64.

<sup>25</sup> Maschkan, Hannes: Olympische Spiele und ihre Auswirkungen- Eine Analyse ökonomischer und nicht ökonomischer Faktoren. Diplomarbeit: WU- Wien, 2006, S. 76

Negativ auf das soziale Gefüge kann sich jedoch auswirken, dass Zuschüsse und finanzielle Mittel auf Grund einer Großveranstaltung für Alternativprojekte bzw. Unterstützungen fehlen, wodurch es zu einer Vergrößerung der Kluft zwischen reicheren und ärmeren Regionen kommen kann.

Nachteilig kann sich weiters auswirken, dass es durch den Zeitdruck zu Fehlplanungen oder zum Unterlaufen demokratischer Strukturen kommen kann, wie dies zum Beispiel bei der Beschleunigung von- manchmal sogar illegaler- Genehmigungsverfahren der Fall ist

Unerwähnt darf nicht bleiben, dass es während einer Großveranstaltung zu einem Anstieg der Kriminalitätsrate, des Vandalismus und der Prostitution kommt. *„Soziale Probleme, die durch Großveranstaltungen ausgelöst werden können, zeigen sich in der Anzahl der Verbrechen.“*<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> Mag. Kaspar, Robert: Die Entwicklung von Wintersportgrossveranstaltungen in Zielrichtung Umwelt. Dissertation: WU- Wien,1997,S. 68.

### 3 Ausgewählte Großveranstaltungen in Österreich

In Österreich finden jährlich viele verschiedene Großveranstaltungen statt. Im folgenden Kapitel möchte ich nun auf einige bedeutende Großveranstaltungen eingehen, die, auf Grund ihrer Bekanntheit und ihrer wirtschaftlichen Auswirkungen, besonders wichtig für Österreich sind.

Die häufigsten Großveranstaltungen, die in Österreich durchgeführt werden, sind Sportgroßveranstaltungen, wobei Wintersportgroßveranstaltungen überwiegen.

Deshalb habe ich als Beispiel die Ski- Weltmeisterschaft 2001 in St. Anton gewählt, obwohl diese schon 7 Jahre lang zurück liegt. Hinzukommt, dass der Skisport in Österreich von enormer wirtschaftlicher Bedeutung ist.

Als weiteres Beispiel habe ich das alljährlich stattfindende Donauinselfest in Wien gewählt. Das größte Freiluftkonzert Europas begeistert jährlich bis zu 2.700.000 Menschen und ist somit ein großer Wirtschaftsfaktor Wiens.

Als drittes Beispiel behandelte ich den Kongresstourismus Wiens, weil Wien auch international eine sehr gute Reputation Austragungsort diverser Kongresse und Tagungen genießt.

Im letzten Beispiel gehe ich auf die Fußballeuropameisterschaft 2008 ein, da dies die größte Veranstaltung ist, die Österreich je durchgeführt hat. Zudem wird Österreich in absehbarer Zeit kaum die Möglichkeit bekommen, eine ähnlich große Veranstaltung auszutragen.

Die Fußballeuropameisterschaft ist - nach den Olympischen Spielen und Fußballweltmeisterschaften- die drittgrößte Sportveranstaltung der Welt!

## **3.1 Alpine Skiweltmeisterschaften 2001 in St. Anton am Arlberg**



### **3.1.1 Allgemeine Informationen**

Am 11. Mai 1996 wurde die Alpine Skiweltmeisterschaft 2001 an St. Anton am Arlberg vergeben. Mitbewerber waren St. Moritz und Bormio.

Diese Sportgroßveranstaltung fand vom 21. Jänner bis 10. Februar 2001 in St. Anton am Arlberg statt.

St. Anton am Arlberg liegt im Bundesland Tirol, Bezirk Landeck, und hat eine Größe von 165,81km und eine Einwohnerzahl von 2.848.

Eigentlich wollte sich St. Anton gemeinsam mit der Gemeinde Lech für die Alpine Skiweltmeisterschaft bewerben, doch bei einer Volksabstimmung entschied sich die Bevölkerung Lechs dagegen. Danach hatte St. Anton große Bedenken sich alleine zu bewerben, weil man unter anderem befürchtete, zu wenig „Betten“ zur Verfügung zu haben.

Die Alpinen Skiweltmeisterschaften besuchten 350.000 Menschen. Darunter waren ein Drittel Erstbesucher und 52 % Tagestouristen, was auf die gute Erreichbarkeit St. Antons zurückzuführen ist. Außerdem haben, neben vielen Zusehern auf der ganzen Welt, 4.519.000 Österreicher die Rennen im ORF verfolgt.

Die Skiweltmeisterschaft in St. Anton erzielte keinen Gewinn, weil mit dem durch den Kartenverkauf eingenommenem Geld (4,14 Millionen Euro) der Verlust der Nordischen Skiweltmeisterschaften in der Ramsau 1999 abgedeckt werden musste.

### 3.1.2 Vorbereitungsphase

#### 3.1.2.1 Erwartungen

Da Tirol ein vom Wintertourismus abhängiges Land ist und diese die wichtigste Einnahmequelle für die Region darstellt, waren die Erwartungshaltungen vor der Alpinen Skiweltmeisterschaft 2001 im gesamten Bundesland sehr groß.

Für den Ort St. Anton war diese Großveranstaltung besonders wichtig, da eine dringende Modernisierung der Infrastruktur unumgänglich war. Von den Neuerungen sollten vor allem die Bauindustrie und der Tourismus, der dadurch einen Wettbewerbsvorteil gegenüber anderen Skigebieten bekommen sollte, profitieren. Man hoffte, die Arlberger-Bergbahn AG zur Vorziehung ohnehin geplanter Projekte überreden zu können. Die öffentliche Hand stellte zur Modernisierung finanzielle Mittel in Aussicht.

Gegner der Alpinen Skiweltmeisterschaft wiederum befürchteten einen massiven Bauboom auf Kosten der Umwelt und einen fehlenden Nachhaltigkeitseffekt für den Tourismus bzw. für die gesamte Wirtschaft. „[...] Die Erwartungen der Veranstalter bezüglich des Effekts ausgedehnter Berichterstattungen in den Massenmedien und der damit verbundenen Erhöhung des Bekanntheitsgrades, und in weiterer Folge kurzfristige Steigerung der touristischen Nachfrage in schwach ausgelasteten Saisonabschnitten, sind allerdings oft zu hoch angesetzt. [...]“<sup>27</sup>

Einig war man sich in St. Anton, dass es durch die Austragung der Skiweltmeisterschaft gelingen sollte, den Bekanntheitsgrad Tirols bzw. des Ortes St. Anton am Arlberg im Ausland zu erhöhen, um in weiterer Folge den Tourismus ankurbeln zu können.

Weiters hoffte man das Zusammengehörigkeitsgefühl der Region zu stärken und auch Klein- und Mittelbetriebe zu Erneuerungen zu motivieren.

---

<sup>27</sup> Sabine Jaromi: Diplomarbeit: Alpine Ski-Weltmeisterschaften 2001 in St. Anton am Arlberg- eine nachhaltige Investition? - Seite 44.

### 3.1.2 Ausgangslage im Tourismus

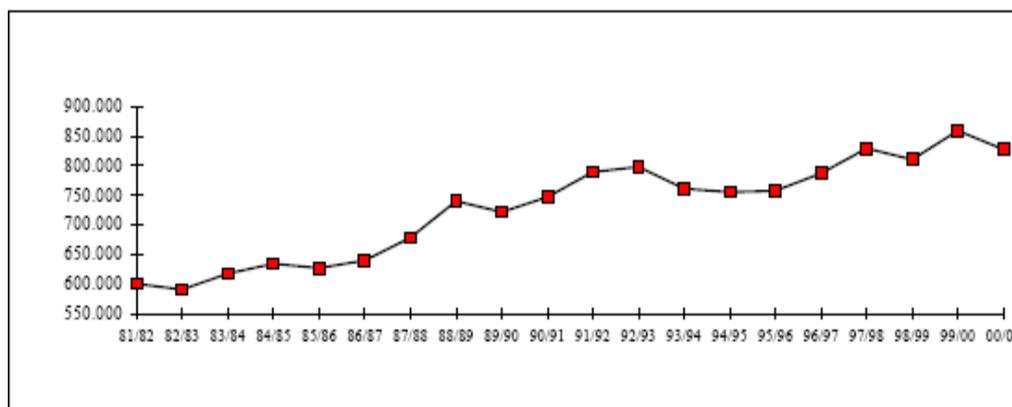


Abbildung 9: Veränderung der Übernachtungen im Winter

In den 10 Jahren vor der alpinen Skiweltmeisterschaft steigerte sich die Zahl der Nächtigungen im Winter um ca. 250.000: in der Saison 1989/90 waren es noch 700.000 Übernachtungen und 1999/00 schon 850.000, was auch der damalige Höchstwert war.

### 3.1.3 WM- bedingte Veränderungen

Der wahrscheinlich wichtigste Aspekt bei der Durchführung einer Sportgroßveranstaltung betrifft die damit verbundenen Investitionen in die Infrastruktur, wodurch eine nachhaltige Verbesserung für den Ort möglich wird.

Auch in St. Anton gab es viele Veränderungen, wie zum Beispiel die Verlegung der Bahn aus der Ortsmitte an den Rand. Es gab zwar schon 1990 Pläne zur Verlegung, doch erst durch die Weltmeisterschaft wurden diese realisiert. Das gesamte Projekt kostete 125,6 Millionen Euro, wobei 45% der Gesamtsumme in die Tiroler Bauwirtschaft floss. 200 bis 300 Arbeiter führten außerdem in einer Zeit von 36 Monaten den gesamten Umbau durch.

Das Gelände des alten Bahnhofs wurde während der Skiweltmeisterschaft verschieden genutzt, wie zum Beispiel als Medienzentrum, Zielstadion und als Österreicherhaus des ORF.

Auch in den Netzausbau wurde viel investiert. 2,18 Millionen Euro waren nötig, um eine unterbrechungsfreie Übertragung der Bewerbe sicherzustellen. Außerdem war der Stromverbrauch sehr hoch: normalerweise benötigen

St. Anton und Umgebung im Jahr ca. 30 Millionen Kilowattstunden. „[...] Für die Zeit während der Veranstaltung stellten die Tiroler Wasserkraftwerke (TIWAG) und das St. Antoner Elektrizitätswerk (EWA) rund drei Millionen Kilowattstunden zur Verfügung. [...]“<sup>28</sup>

Weiters gab es noch Investitionen am Berg, da einige Pistenumbauten aus den verschiedensten Gründen nötig waren. Einerseits wollte man, dass die beiden Abfahrtsstrecken in einem Zielstadion endeten und andererseits sollte der Touristenskilauf während der Weltmeisterschaft ohne Probleme weiter stattfinden können. Daher wurde eine veraltete Bergbahn abgerissen und als Ersatz zwei neue gebaut.

Durch diesen Pistenumbau mussten 4,3 Hektar Rodungen und 10 Hektar Geländeänderungen durchgeführt werden. Außerdem gab es noch eine Erweiterung der Beschneiungsanlagen.

Eines der größten Probleme von Großveranstaltungen ist, dass in kurzer Zeit sehr viele Gäste unterzubringen sind. Spitzenzahlen, die später nie wieder erreicht werden können! In St. Anton mussten jedoch keine neuen Hotels gebaut werden, da ausreichend Übernachtungsmöglichkeiten vorhanden waren. Es musste lediglich in die Gastronomie investiert werden.

### **3.1.4 Finanzierung**

„[...] Für Infrastrukturmaßnahmen und die Durchführung der Veranstaltung selbst waren zum Zeitpunkt 1998 insgesamt 850 Millionen Schilling (61,77 Millionen Euro) vorgesehen. [...]“<sup>29</sup> Aufgeteilt wurde dieser Betrag zwischen den Arlberger Bergbahnen (23,98 Millionen Euro), dem ÖSV (18,89 Millionen Euro) und der Gemeinde St. Anton am Arlberg (18,89 Euro).

---

<sup>28</sup> Sabine Jaromi: Diplomarbeit: Alpine Ski-Weltmeisterschaften 2001 in St. Anton am Arlberg- eine nachhaltige Investition? – Seite 51.

<sup>29</sup>Schlussbericht Alpine Ski-WM St. Anton am Arlberg 2001- Seite 8.

### **3.1.5 Positive Auswirkungen**

Der Skisport ist der beliebteste Nationalsport in Österreich und die Sportler genießen eine gewisse Sonderstellung in unserer Gesellschaft. Sie sind *„[...] Werbeträger der heimischen Wirtschaft, sowohl der Schiproduktionsindustrie als auch der Fremdenverkehrsindustrie [...]“*.<sup>30</sup>

Bei der Skiweltmeisterschaft in St. Anton wurden 7 von 10 Medaillen auf österreichischen Skiern gewonnen, was sich sehr positiv auf die österreichische Wirtschaft ausgewirkt hat, denn *„[...] die Österreichische Skiindustrie exportiert mehr als 85 % ihrer Produkte [...]“*<sup>31</sup> und hat einen Weltmarktanteil von rund 50 %. Weiters verzeichnete die Skiindustrie 2005/06 einen Exportüberschuss von ca. 220 Millionen Euro.

Ein vorrangiges Ziel der Verantwortlichen war es, den Bekanntheitsgrad St. Antons zu erhöhen und den kleinen Ort in der ganzen Welt bekannt zu machen. Im Winter vor der Weltmeisterschaft (1999/00) erreichten die Berichte über St. Anton einen ungefähren Inseratwert von 25,44 Millionen Euro, im Jahr 2001 einen Wert über 72,67 Millionen Euro.

---

<sup>30</sup> Schwab J.: Diplomarbeit: Soziokulturelle und ökonomische Aspekte der Entwicklung des alpinen Skisports in Österreich- Seite 77.

<sup>31</sup> <http://www.holzindustrie.at/PR-2006-mit-Fotos.pdf> , 3.10.07.

Langfristig gesehen erzielte die Tourismuslage eine Verbesserung wie folgt:

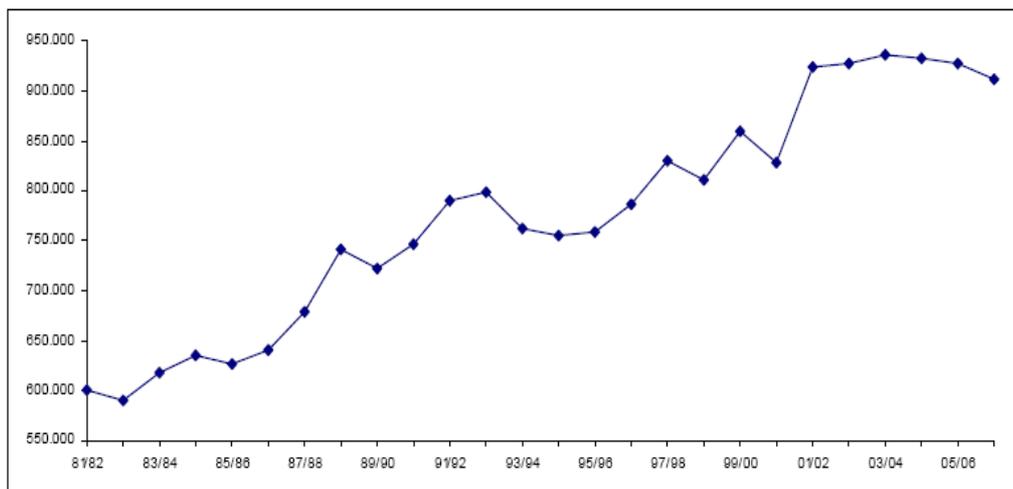


Abbildung 10: Anzahl der Übernachtungen im Winter in St. Anton.

Seit den Skiweltmeisterschaften in der Saison 2000/01 hat sich die Zahl der Übernachtungen von knapp über 800.000 auf über 900.000(2005/06) gesteigert. Vor allem der Sprung vom Winter 2000/01 auf Winter 2001/02 war enorm: eine Erhöhung um rund 125.000 Nächtigungen!

### **3.1.6 Negative Auswirkungen**

Als kurzfristige negative Auswirkung sind die finanziellen Verluste in den Hotels, Gasthöfen, Skischulen und Bergbahnen zu bewerten, die in der Höhe von 5,1 bis 5,8 Millionen Euro lagen. Begründet sind diese Verluste durch den Rückgang des Normalbetriebes wie in Punkt 2.1.1.1 bereits erwähnt wurde.

Auch der Tourismus blieb kurzfristig von Rückgängen nicht verschont:

MONAT	Gäste		Nächtigungen		Zunahme/ Abnahme	in Prozent
	1999/00	2000/01	1999/00	2000/01		
November	881	615	3.412	2.929	-483	-14,16
Dezember	22.876	19.646	109.277	95.437	-13.840	-12,67
Jänner	35.414	27.263	213.134	192.774	-20.360	-9,55
Februar	33.318	31.132	220.196	207.850	-12.346	-5,61
März	33.528	36.784	224.566	230.429	+5.863	+2,61
April	16.502	16.030	88.958	98.199	+9.241	+10,39
<b>SUMME</b>	<b>142.519</b>	<b>131.470</b>	<b>859.543</b>	<b>827.618</b>	<b>-31.925</b>	<b>-3,71</b>

Abbildung 11: Gäste- und Nächtigungszahlen 1999/00 und 2000/01

In der Wintersaison 1990/00 wurden insgesamt 859,543 Nächtigungen verzeichnet. Im Vergleich dazu wurden in der Saison 2000/01 827,618 Nächtigungen erzielt. Das bedeutete einen Rückgang von 31,925 Übernachtungen bzw. 3,71 %. Bei den Gästezahlen gab es einen Rückgang von 7,8%. Jedoch lässt sich dieser Verlust nicht nur auf die Skiweltmeisterschaft zurückführen, da es in fast allen Monaten Abnahmen gab (Ausnahmen: März, April). In den Monaten Jänner und Februar, in denen das Großereignis stattfand, gab es eine Abnahme um 9,55% im Jänner und 5,61% im Februar. Deutlich höher waren die Verluste allerdings im November (-14,16%) und im Dezember (-12,67%). Dies lässt auf einen späten Wintereinbruch schließen, der sich vice versa auf die Gewinne im April (+10,39%) auswirkte. Mit diesen Zahlen kann die These, dass sich Großveranstaltung kurzfristig gesehen negativ auf den Tourismus auswirken, bestätigt werden.

Auch die örtlichen Sportgeschäfte verzeichneten einen Rückgang: obwohl sie in der Zeit der Weltmeisterschaft vermehrt Skizubehör, wie zum Beispiel Mützen oder Handschuhe verkauft wurde, ging die Haupteinnahmequelle, nämlich der Skiverkauf und Verleih, enorm zurück.

### 3.1.7 Imageeffekt der Veranstaltung

Die Fachhochschule für Tourismus- und Freizeitwirtschaft am Management Center Innsbruck führte eine Studie über die Zufriedenheit der Gäste bei den Alpinen Skiweltmeisterschaften in St. Anton am Arlberg (2001), in St. Moritz (2003) und Bormio (2005) durch.

Befragt wurden insgesamt 2400 Gäste vor Ort, d.h. 800 Personen pro Veranstaltung. In St. Anton waren 93 % aller Befragten mit der Veranstaltung „zufrieden“, 45% sogar „sehr zufrieden“. Speziell von der guten Anreisemöglichkeit mit ausgezeichneten Zugverbindungen und dem neu errichteten Bahnhof waren die Gäste begeistert: der Zufriedenheitswert betrug 1,59. „[...] St. Anton wurde von den Besuchern als perfektes Schifest wahrgenommen und speziell im Bezug auf Apres - Ski und Abendprogramm deutlich besser als die nachfolgenden Veranstaltungsorte beurteilt. [...]“<sup>32</sup>

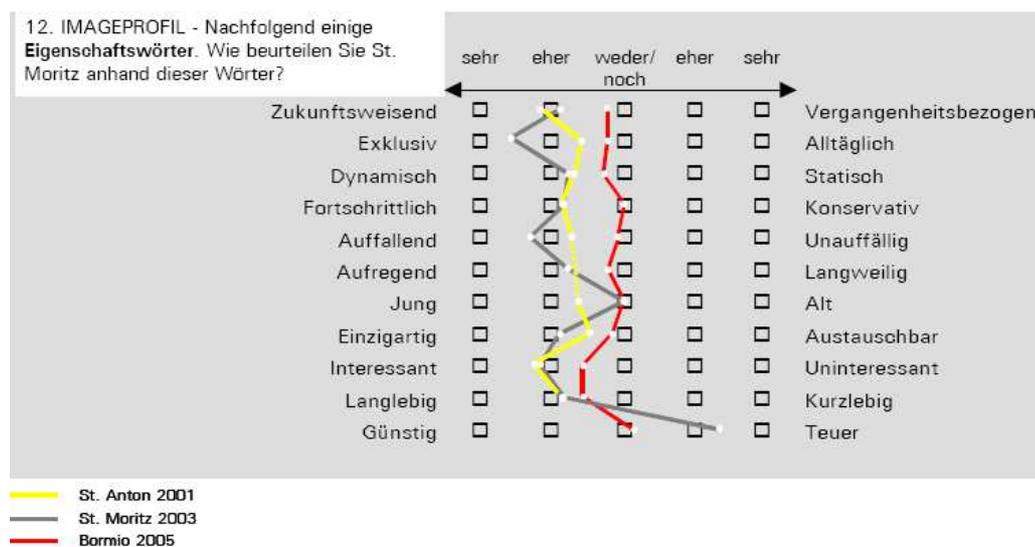


Abbildung 12: WM-Image Profile im Vergleich

St. Anton wurde von den Befragten als „interessanter und zukunftsweisender“ Tourismusort bezeichnet, jedoch urteilten sie bei den Eigenschaftswörtern „exklusiv bis alltäglich“ und „einzigartig bis austauschbar“ nur geringfügig positiv. Anhand dieser Aussagen kann man erkennen, dass St. Anton zwar als ein interessanter, aber sehr wohl austauschbarer Urlaubsort gesehen wird.

<sup>32</sup> Executive Summary zu den WM-Studien St. Anton 2001/ St. Moritz 2003 und Bormio 2005: MCI Tourismus und Freizeitwirtschaft (FH), 2005 –Seite 4.

## 3.2 Das Wiener Donauinselfest

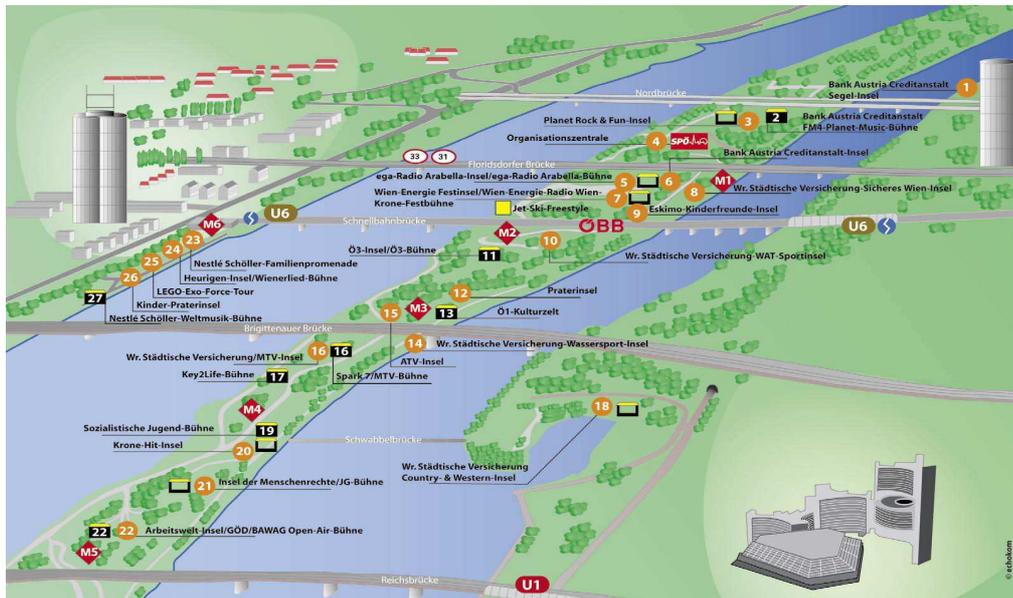


Abbildung 13: Übersichtsplan

### 3.2.1 Allgemeine Information

Das Wiener Donauinselfest findet seit über 20 Jahren im Juni auf der Wiener Donauinsel statt. Mit über 2. 700. 000 Besuchen in 3 Tagen (Stand 2006) ist es das größte Freiluftkonzert Europas und somit auch eines der größten regelmäßig stattfindenden Veranstaltungen Österreichs.

Den Großveranstaltungscharakter des Donauinselfestes untermauern folgende Zahlen aus dem Jahr 2006:

- 742.000 Tagesbesucher
- 6,5 km Festgelände
- über 600 Stunden Programm an 3 Tagen
- 250 Hütten und Verkaufsstände
- 4.521m Absperrungen
- Gesamtwerbewert: 22.815.284
- 414.556.289 Kontaktchancen im Juni durch Medien

### 3.2.2 Besucher

Generell ist es eine sehr schwierige Aufgabe, die genaue Besuchszahl am Wiener Donauinselfest festzustellen, da es freien Eintritt gibt und kein Ticketverkauf stattfindet.

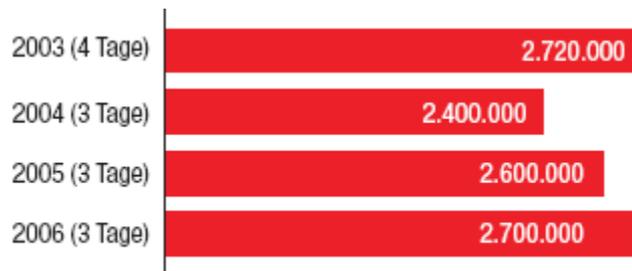


Abbildung 14: Besuchszahlen

Im Jahr 2003 verzeichnete das Donauinselfest eine Rekordbesucherzahl von 2.720.200. Dieses gute Ergebnis wird auf die viertägige Dauer zurückgeführt. 2006 wurden um 20.000 Besuche weniger gezählt. Mit Berücksichtigung der Tagesbesucherzahlen ist auch dieses Ergebnis als sehr gut zu bewerten. 2006 betrug die tägliche Besucherzahl 742.000, was eine Steigerung um 16.000 Besucher zum Jahr 2003 bedeutete.

Insgesamt konnte man 2006 im Vergleich zum Vorjahr ein Plus von 100.000 Besuchen verzeichnen.



Abbildung 15: Tagesbesuche

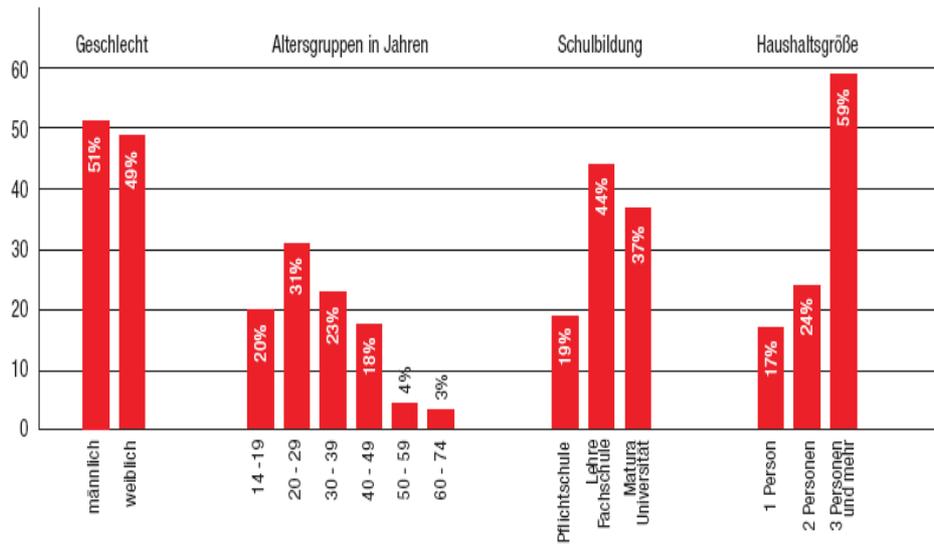


Abbildung 16: Besucherdaten 2006

Die Besucherdatenerhebung von 2006 zeigt, dass fast gleich viele männliche wie weibliche Besucher das Donauinsselfest besuchten. Außerdem kommt die Zielgruppe dieser Veranstaltung zum Vorschein: 31 % aller Besucher waren zwischen 20 und 29 Jahren alt. Besonders groß war auch der Anteil an Besuchern, die eine Lehre machten bzw. schon abgeschlossen hatten oder eine Fachschule ohne Matura besuchten bzw. besucht hatten (44%).

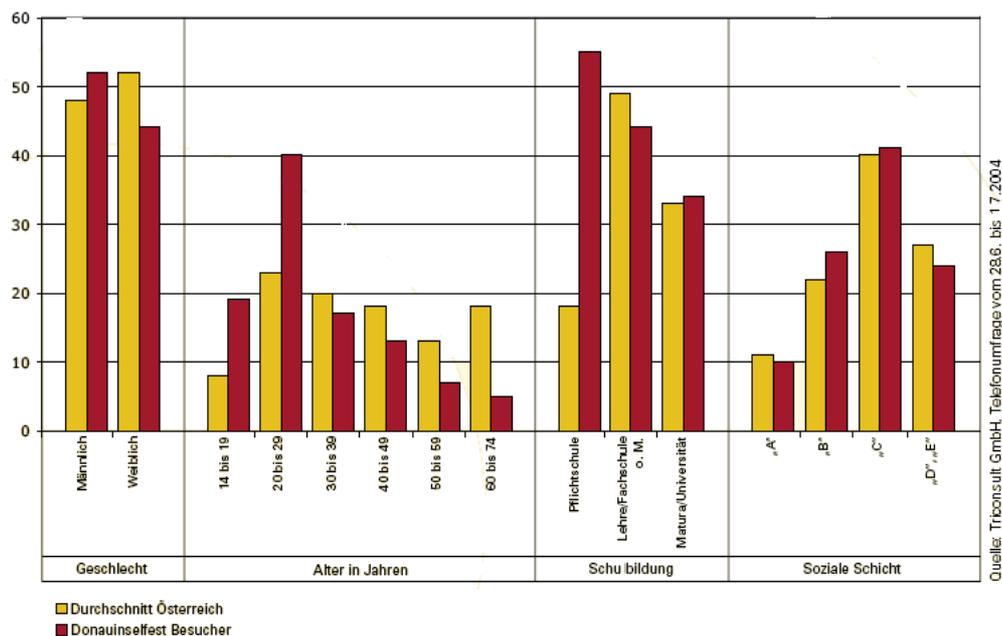


Abbildung 17: Besucherdaten 2004

Im Jahr 2004 waren es noch mehr männliche Besucher (54%) als weibliche (46%). Die Zielgruppe war allerdings 2004 auch schon dieselbe: 40% aller Besucher waren zwischen 20 und 29 Jahren.

Die größte Entwicklung zwischen 2004 und 2006 fand im Bereich der Ausbildung der Besucher statt: 2004 waren noch über 50 % Pflichtschüler oder Pflichtschulabsolventen, 2006 waren dies nur mehr 19%. Dadurch kann man entweder auf eine bessere Schulbildung, auf eine höhere soziale Schicht oder falsche Erhebung dieser Daten schließen. Für letzteres spricht die zu starke Abweichung vom österreichischen Mittelwert.

### 3.2.3 Auswirkungen

Um mich in diesem Kapitel auf konkrete Zahlen beziehen zu können, verwende ich die Ergebnisse einer Besucherbefragung von Dr. Klaus Winkler am Donauinselfest. Im Rahmen seiner Dissertation zum Thema „Regionale Aspekte und Besucherzufriedenheiten von Großveranstaltungen- Fallstudie Wiener Donauinselfest“ wurden von ihm 512 Personen befragt.

### 3.2.3.1 Besucherausgaben

„159 der befragten Personen waren mit ihrer Familie am Donauinsselfest, bei diesen Personen wurden die Ausgaben für die gesamte Familie erhoben“.<sup>33</sup>

Das bedeutet, dass die Erhebung zu den Besucherausgaben auf 752 Personen, und nicht wie bei allen anderen auf 512 Personen, basiert.

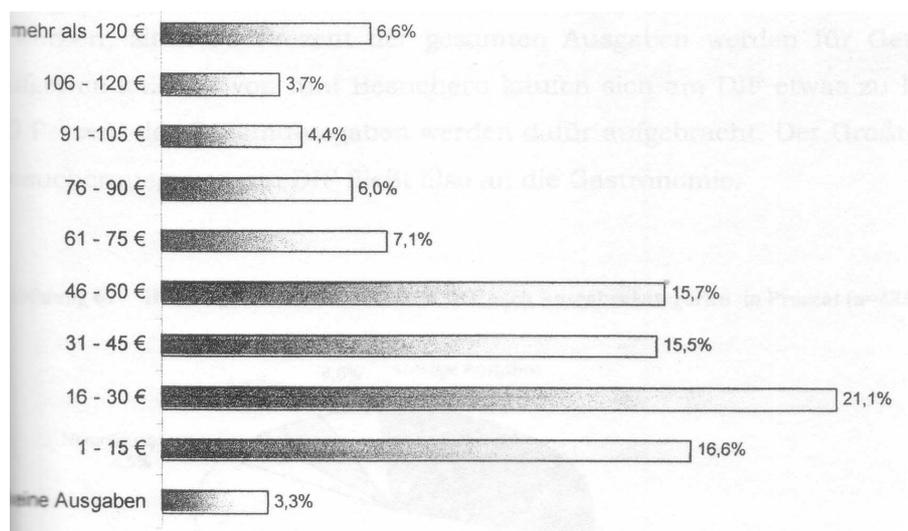


Abbildung 18: Ausgaben am Donauinsselfest pro Besucher in Prozent

Der Großteil der Befragten (ungefähr 70 %) gibt an, 1 bis 60 Euro am Donauinsselfest auszugeben, wobei jeder Fünfte zwischen 15 und 30 Euro ausgibt. 28 % geben mehr als 60 Euro aus und 10 % sogar mehr als hundert Euro. Ungefähr 3 % der Besucher geben an, keine Ausgaben zu tätigen.

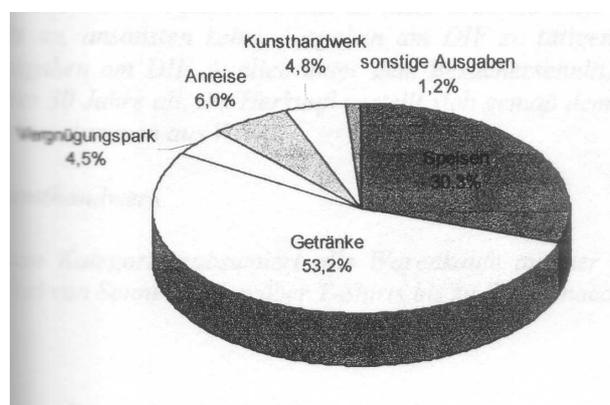


Abbildung 19: Ausgaben nach Kategorien in Prozent

<sup>33</sup> Mag. Klaus Winkler: Dissertation: Regionale Aspekte und Besucherzufriedenheiten von Großveranstaltungen- Fallstudie Wiener Donauinsselfest, Seite 181.

Anhand dieser Graphik kann man deutlich erkennen, dass die Hauptausgaben am Donauinsselfest die Getränke betreffen (53,2 %). Weiters kaufen sich vier von fünf Besuchern etwas zu Essen, wofür 30 % der Gesamtausgaben aufgebracht werden. Insgesamt fließen daher 83,2 % der Gesamtausgaben in den Bereich Gastronomie.

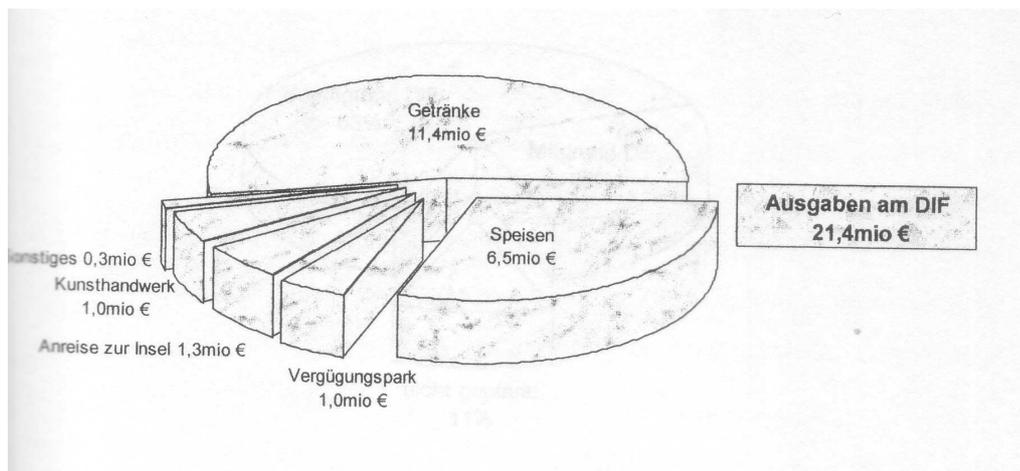


Abbildung 20: Ausgaben der gesamten Tagesbesucher

Insgesamt geben die Gäste daher 21,4 Millionen Euro in direktem Zusammenhang mit ihrem Besuch aus.

### 3.2.3.2 Ausgaben der Veranstalter

Die wesentlichen Kostenpunkte für den Veranstalter sind die Künstlerhonorare, Werbemaßnahmen, Auf- und Abbau der Bühne, Bewilligungen, Stromversorgung und natürlich die Personalkosten.

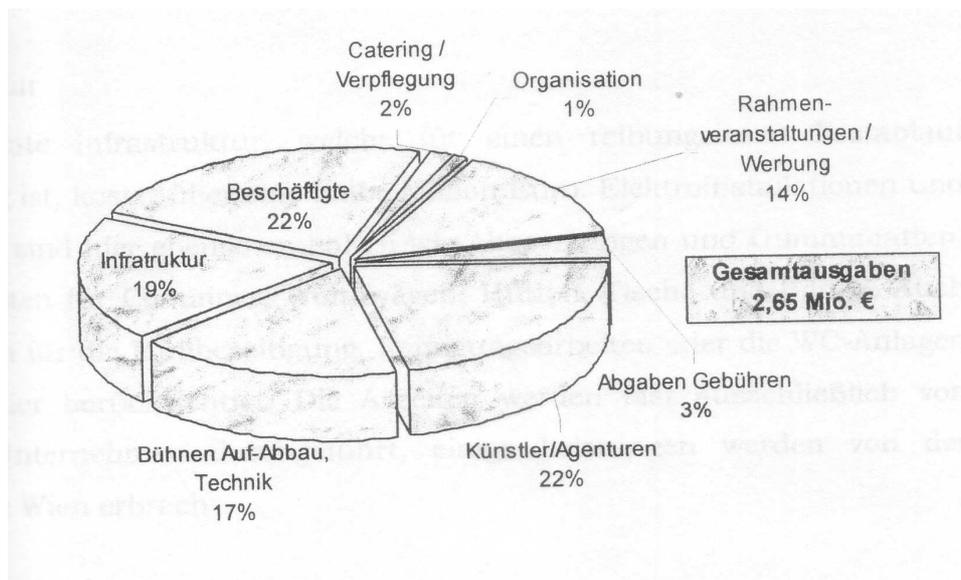


Abbildung 21: Ausgaben der Veranstalter 2002

Die Gesamtausgaben betragen 2002 2,65 Millionen Euro, die sich wie folgt zusammensetzten:

- **Künstler und Agenturen:**  
Mit 22 % der Gesamtausgaben gehen 575.400 Euro an Künstler und Agenturen. Ungefähr ein Drittel der Ausgaben (190.000 Euro) bleiben in Wien, 42 % gehen ins Ausland und der Rest in die übrigen Bundesländer.
- **Beschäftigte:**  
Um das Donauinsselfest für über 2.000.000 Besuche zu organisieren, bedarf es vieler Mitarbeiter, die sich das ganze Jahr mit der Organisation beschäftigen. 37 % der ausbezahlten Gehälter gehen an Wiener, die Hälfte an die übrigen Bundesländer (davon mehr als die Hälfte an Niederösterreich) und der Rest ins Ausland.
- **Infrastruktur:**  
In den Bereich Infrastruktur fallen beim Wiener Donauinsselfest alljährlich unter anderem die Kosten für die Elektroinstallationen, Container, Müllbeseitigung (Ansammlung von 1300 Kubikmeter Müll beim Donauinsselfest

2006!), Tische, Reinigungsarbeiten und WC- Anlagen. Die gesamte Infrastruktur kostet über eine halbe Million Euro und fast alle Arbeiten werden von Wiener Unternehmen durchgeführt.

➤ **Bühnenauf- und -abbau, Tontechnik:**

Alle diesbezüglichen Leistungen, werden generell von österreichischen Unternehmen durchgeführt, wobei knapp 27% der Wiener Wirtschaft zugute kommen, das entspricht etwa 120.000 Euro.

### **3.2.3.3 Ausgaben der Gastronomiebetriebe**

Um während des Donauinselfestes einen Standplatz zu erhalten, müssen Gastronomiebetriebe eine Gebühr bezahlen, für die sie aber auch die nötige Infrastruktur erhalten.

Im Jahr 2002 gab es 226 Gastronomiestände, davon wurden 152 Stände von Wiener Gastronomen betrieben. Im Jahr 2006 gab es vergleichsweise schon über 300 Gastronomiestände.

### **3.2.3.4 Beschäftigungseffekte**

Durch das Donauinselfest entstehen neue Arbeitsplätze. Der Veranstalter braucht beispielsweise Arbeitnehmer, die einen reibungslosen Ablauf der Veranstaltung organisieren. Gastronomiebetriebe brauchen kurzfristig zusätzliche Verkäufer für ihre Stände. Bühnenarbeiter und Sicherheitskräfte werden ebenso eingestellt.

### **3.2.3.5 Tourismus**

2006 konnte die Wiener Hotellerie 32.000 zusätzliche Übernachtungen von Personen aufweisen, die als den Hauptgrund ihres Wienbesuches das Donauinselfest angaben.

Insgesamt lag das Nächtigungsaufkommen aber bei über 250.000 Nächtigungen (davon 68.000 in Gewerbebetrieben, der Rest bei Verwandten oder Freunden).

Weiters lag die durchschnittliche Nächtigungsdauer bei 3,1 Übernachtungen.

### 3.2.3.6 Werbeplattformen

Das Donauinselfest bietet knapp 1.500 m<sup>2</sup> Werbefläche.

Allein im Juni 2006 wurden über die zahlreichen Medienpartner (zum Beispiel: ORF, KURIER) 72.447.802 Kontakte hergestellt, was einem Medienwert in der Höhe von 8 Millionen Euro entspricht.

2004 wurden außerdem 1.000 Berichte in den Medien veröffentlicht, die wie folgt verteilt waren:

- 200 (!) im TV
- ca. 150 im Hörfunk
- über 300 in Tageszeitungen
- 200 in Onlinemedien – die restlichen Clippings in Magazinen und Wochenzeitungen.

Abbildung 22: Medienverteilung 2004

### 3.2.3.7 Wiener Wirtschaft

Veranstaltungen	Sehr großer wirtschaftlicher Nutzen	Großer wirtschaftlicher Nutzen
<b>Donauinselfest</b>	<b>42 %</b>	<b>39 %</b>
Wiener Festwochen	38 %	51 %
Oper	32 %	45 %
Musical	32 %	47 %
Operette	28 %	44 %

Abbildung 23: Wiener Meinungsumfrage 2004

Anhand dieser Studie kann man erkennen, dass die Wiener Bürger das Donauinselfest als wirtschaftlich nützlich erkennen. Insgesamt sehen 81 % der Befragten mindestens einen „Großen wirtschaftlichen Nutzen“ – 42 % sogar einen „sehr großen wirtschaftlichen Nutzen“ hinter dem Donauinselfest. Immerhin wird das nur 3-tägige Donauinselfest wichtiger als die mehrwöchigen Wiener Festwochen bewertet.

Weiters profitiert der Wiener Einzelhandel vom Besucheraufkommen mit rund einer Million zusätzlichem Umsatz, das Wiener Transportgewerbe setzt 1,5 Millionen Euro um.

Durch das Wiener Donauinselfest erhält die Wiener Wirtschaft einen Impuls von ca. 40 Millionen Euro, der sich aus verschiedensten Bereichen zusammensetzt:

- Nachfrage nach Leistungen bzw. Produkten Wiener Unternehmen, die dadurch eine Umsatzsteigerung erreichen
- Erhöhtes Steueraufkommen dieser Unternehmen
- Erhöhte Arbeitskräftenachfrage dieser Unternehmen
- Ausgaben aller Künstler, die wegen des Donauinselfestes nach Wien kommen
- Zusätzliche Kaufkraft durch Wiener Beschäftigte
- Nachfrage nach Leistungen der Gemeinde Wien
- Arbeitsplätze, die durch die Organisation des Donauinselfestes entstehen

## 3.3 Kongressstadt Wien

### 3.3.1 Definitionen

Im Bereich Kongress- und Tagungswirtschaft unterteilt man die Veranstaltungen folgendermaßen:

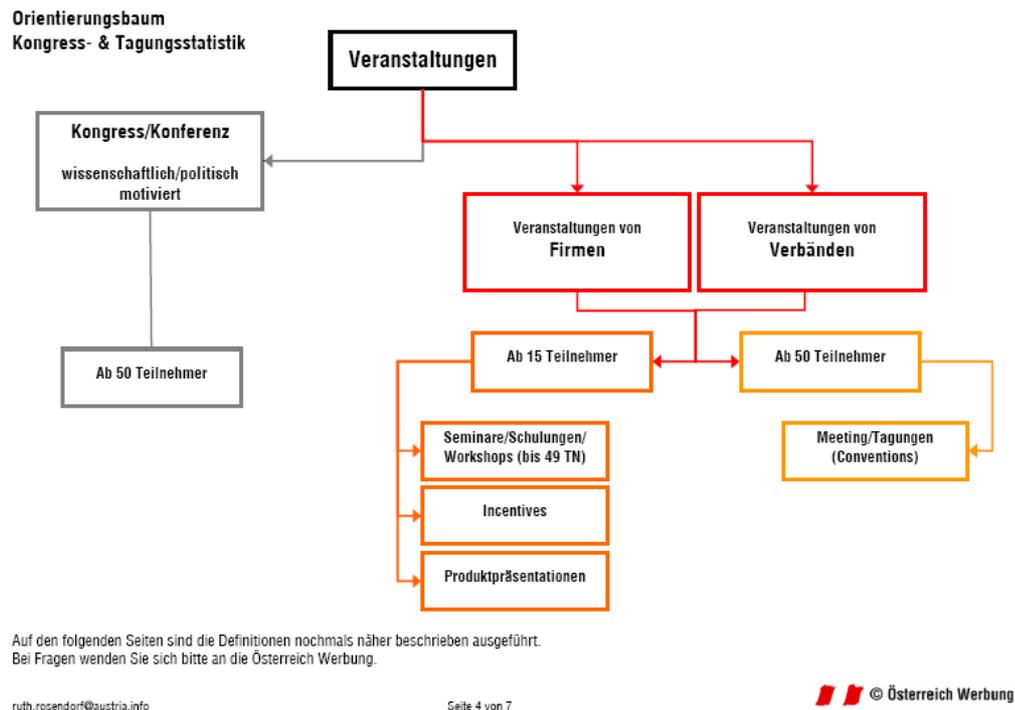


Abbildung 24: Orientierungsbaum Kongress- und Tagungsstatistik

- Kongress/ Konferenz
- Veranstaltungen von Firmen
- Veranstaltungen von Verbänden

In meiner Arbeit konzentriere ich mich aber hauptsächlich auf Kongresse bzw. Konferenzen, weil diese wichtige Faktoren der Wiener bzw. der Österreichischen Wirtschaft sind.

### 3.3.2 Entwicklung in Wien

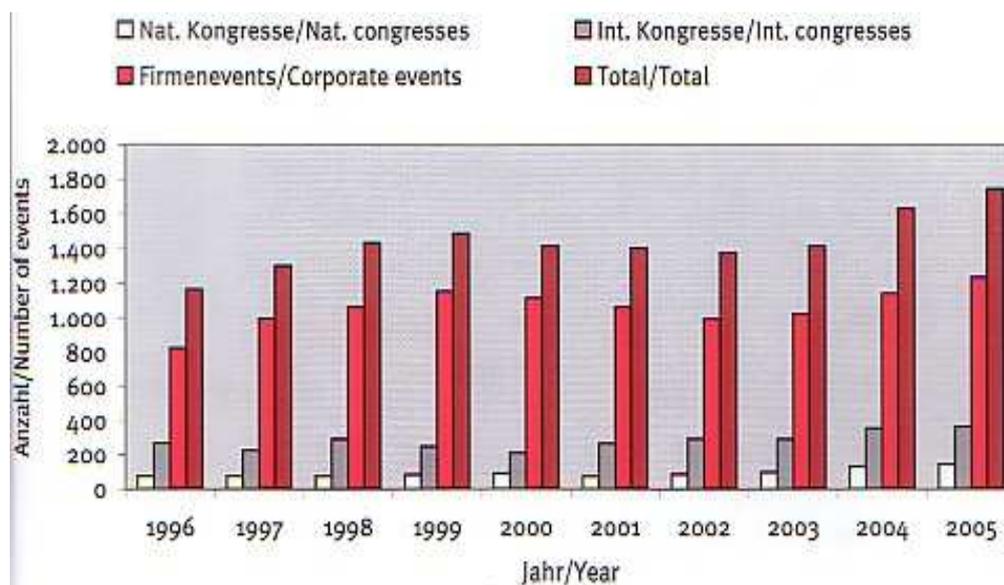


Abbildung 25: Veranstaltungsanzahl 1996-2005

Diese Statistik zeigt, dass sich die Anzahl von Nationalen Kongressen, Internationalen Kongressen und Firmenevents in den letzten Jahren gesteigert hat. Von 2004 auf 2005 konnte Wien einen Aufschwung von 7,04 %, nämlich 1.748 Veranstaltungen, verzeichnen.

Den größten Gewinn gab es dabei im Bereich Nationale Kongresse, wo es ein Plus von 9,77 % gab. Man muss jedoch in Betracht ziehen, dass bereits 2004 ein „Rekordjahr“ war und dass es von 2003 auf 2004 einen enormen Zuwachs an Veranstaltungen gab.

Ein insgesamt Plus von 15,32 % im Vergleich zu 2003 war vor allem auf Grund des guten Ergebnisses im Bereich Nationale Kongresse (+35,71%) möglich. Diese überdurchschnittlich guten Zahlen sind vor allem auf das neue Messezentrum, das Anfang 2004 eröffnet wurde, zurückzuführen.



Abbildung 26: Messezentrum Wien

Das Wiener Messezentrum wurde gebaut, um dem Wiener Kongress- und Messtourismus einen wichtigen Impuls zu geben, was seit der Eröffnung 2004 auch nachweislich gelungen ist. Das Messezentrum umfasst 55.000 m<sup>2</sup> Hallenfläche und 7.000m<sup>2</sup> Kongresszentrum und bietet insgesamt 3.800 Personen Platz. Die Gesamtinvestition betrug 192 Millionen Euro.

Generell versucht sich das Messezentrum, das von „Reed Exhibitions“ betrieben wird, auf Fachmessen zu konzentrieren und den besonders guten Standort Wiens – insbesondere zu Osteuropa- optimal auszunützen.

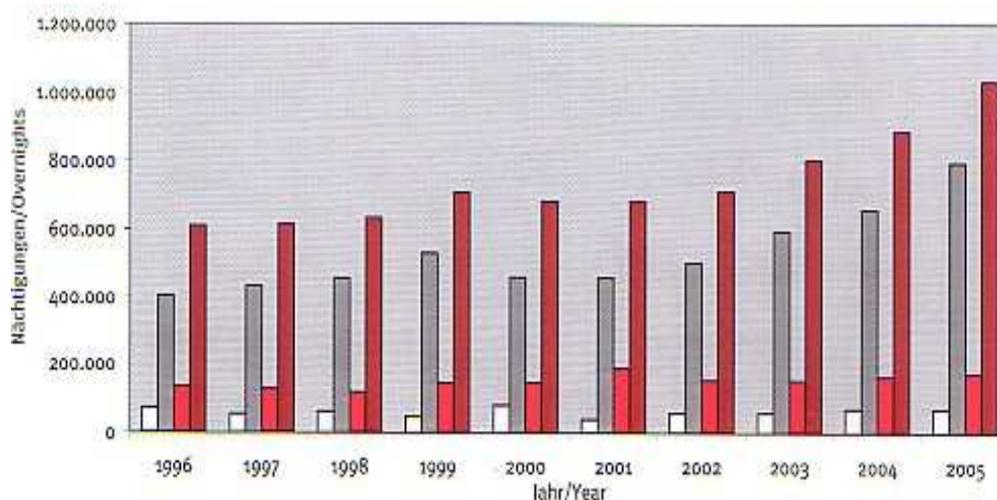


Abbildung 27: Nächtigungsanzahl

Die Anzahl der Nchtigungen auf Grund einer kongressähnlichen Veranstaltung war noch die so hoch wie 2005. Mit 1.033.966 Übernachtungen wurde das Jahr 2004 mit 881.666 Nchtigungen weit übertroffen (+16,48%). Dies war vor allem auf die Internationalen Kongresse, die um 20,85 % mehr Nchtigungen als im Vorjahr verzeichneten, zurückzuführen. Denn obwohl die Anzahl der Internationalen Kongresse nicht wesentlich gestiegen war (+2,80%), stieg die Anzahl der Teilnehmer auf 163.086, was wiederum ein Plus von 21,27 % bedeutete.

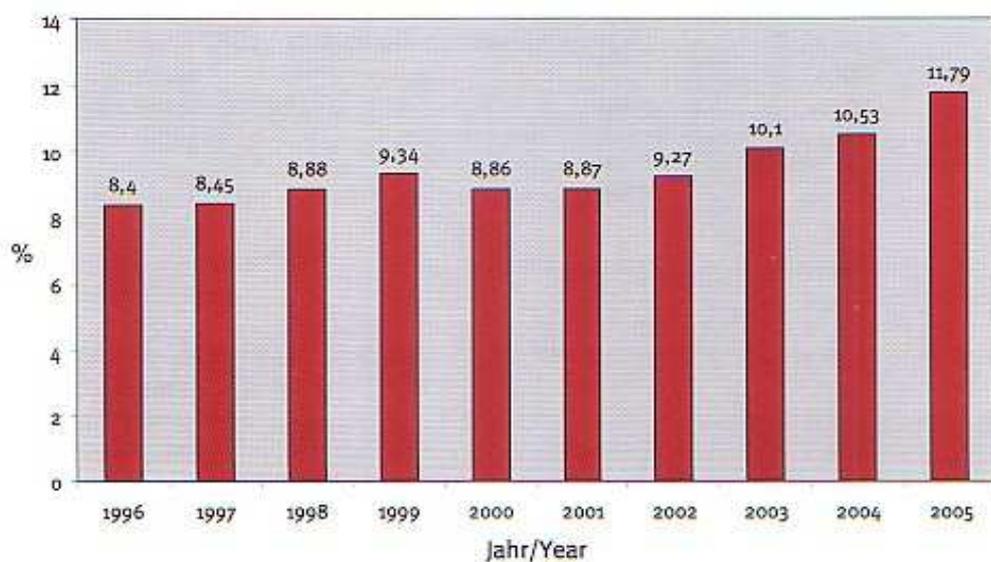


Abbildung 28: Anteil am Gesamtnächtigungsergebnis Wien

Die durch einen Kongress oder eine Tagung initiierten Nchtigungen machten 11,79 % des Gesamtnchtigungsergebnisses in Wien aus. Aus insgesamt 1.748 Tagungen wurden 1.033.996 Übernachtungen verzeichnet. Für das Jahr 2010 ist ein Anteil von 15 % geplant.

### 3.3.3 Wirtschaftliche Bedeutung des Kongresstourismus

2005	2004		Trend 2004/05
512	489	Anzahl der Kongresse	+ 5%
199.878	172.054	Teilnehmer	+ 16%
1.642	1.539	Kongresstage	+ 7%
674.644	596.597	Teilnehmertage	+ 13%
863.180	726.212	Teilnehmernchtigungen	+ 19%

Abbildung 29: Wiener Kongresstourismus

Im Jahr 2005 ist die Anzahl der Kongresse im Vergleich zum Vorjahr um 5 % auf 512 Kongresse gestiegen. Auch die Zahlen der Teilnehmer (199.878) und der Übernachtungen (863.180) sind gestiegen. Besonders wichtig ist hierbei, dass der Anstieg der Teilnehmer bei internationalen Kongressen (163.086) 21 % betrug. Denn diese, meist ausländischen, Teilnehmer beeinflussen das Nchtigungsaufkommen enorm und tragen generell am meisten zu einem wirtschaftlichen Aufschwung bei.

	<b>2005</b>
<b>BEITRAG ZUM BIP (in € Mio)</b>	<b>415,30</b>
National	25,97
International	389,33
<b>STEUEREINNAHMEN TOTAL ( in € Mio )</b>	<b>114,24</b>
<b>JAHRESARBEITSPLÄTZE</b>	<b>8,734</b>

Abbildung 30: Wertschöpfungskette

Die durch den Wiener Kongresstourismus initiierte Wertschöpfungskette beträgt insgesamt 415,30 Millionen Euro, wovon 25,97 Millionen Euro auf nationale und 389,33 Millionen Euro auf internationale Kongresse entfallen. Insgesamt gehen außerdem 114,24 Millionen Euro als Steuereinnahmen an den Bund, die Länder und die Gemeinden. Wobei alleine der Stadt Wien (als Land und Gemeinde) Abgabeeinnahmen in der Höhe von 13,83 Millionen zufließen. Der Wiener Kongresstourismus 2005 induzierte außerdem 8.734 Gesamtarbeitsplätze.

*„Setzt sich der Trend der letzten Jahre fort und entwickelt sich der Wiener Kongresstourismus weiterhin mit zweistelligen Zuwachsraten, so wird die Stadt Wien auch in den kommenden Jahren stark von diesem durch höchste Wertschöpfung geprägten Tourismussektor profitieren.“<sup>34</sup>*

<sup>34</sup> Wiener Kongressstatistik 2005, Vienna Convention bureau, Seite 36.

### 3.3.4 Internationaler Vergleich

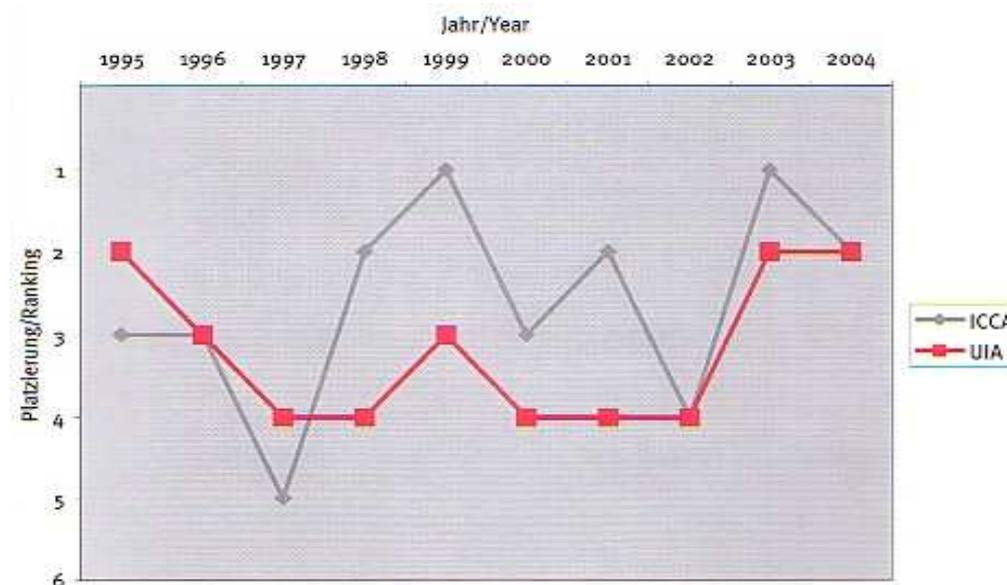


Abbildung 31: Platzierung Wiens

UIA= Union of International Associations:

Kongress mit mindestens 300 Teilnehmern, 40 % der Teilnehmer aus 5 verschiedenen Ländern, Minstdauer 3 Tage

ICCA= International Congress and Convention Association

regelmäßig stattfindende internationale Konferenzen mit mindestens 50 Teilnehmern, die in mindestens 3 verschiedenen Ländern abwechselnd organisiert werden

Im ICCA- Vergleich 2004 liegt Wien mit 101 internationalen Konferenzen auf Platz 2 hinter Barcelona mit 105 internationalen Konferenzen. Gleich hinter Wien liegen Singapur, Berlin und Hongkong.

Im UIA- Vergleich 2004 liegt Paris mit 221 internationalen Konferenzen am ersten Platz. Wien liegt mit 219 internationalen Konferenzen an 2. Stelle, gefolgt von Brüssel, Genf und Singapur.

Im September 2007 fand der Europäische Kardiologenkongress (ESC Congress 2007 – European Society of Cardiology) in Wien statt. Dieser ist mit 25.000 Besuchern der größte Kongress Europas und wird jedes Jahr in einer anderen europäischen Metropole abgehalten. Nach 1998 und 2003 fand er nun bereits das 3. Mal in Wien statt. Die Verantwortlichen begründeten ihre

Entscheidung auf Grund des modernen Messezentrums, der guten Infrastruktur und der Innenstadtnähe.

Bereits der Kardiologenkongress 2003 hatte positive Auswirkungen auf die österreichische Wirtschaft:

- inlandswirksame Ausgaben in der Höhe von 70 Millionen Euro
- Beitrag zum BIP von 80,6 Millionen Euro
- 143 Ganzjahresarbeitsplätzen

Die inlandswirksamen Ausgaben von 70 Millionen Euro setzen sich wie folgt zusammen:

- 69 % (€ 48,6 Millionen) waren persönliche Ausgaben der Teilnehmer, Begleitpersonen, Journalisten und Aussteller. Das Geld wurde für die An- und Abreise, den innerstädtischen Verkehr, die Nächtigung, zur Telekommunikation, zum Shopping und für Freizeit und Kultur ausgegeben.
- 31 % (€ 21,4 Millionen) entstanden durch Ausgaben der Aussteller und des Veranstalters.

Die Tagesausgaben pro Teilnehmer betragen durchschnittlich € 386,-. Dieser Wert ist deutlich höher als der eines normalen Städtetouristen, der circa € 170,- beträgt.

Die Steuereffekte beliefen sich insgesamt auf 21,8 Millionen Euro, die sich auf den Bund (13,5 Millionen Euro), auf die Länder (4,5 Millionen Euro) und auf die Gemeinden (3,8 Millionen Euro) aufteilten. Die Stadt Wien- als Gemeinde und Land- bekam 4,1 Millionen Euro.

In der Hotellerie kam es zu 140.820 zusätzlichen Nächtigungen, wobei davon 120.365 Übernachtungen auf Wien entfielen und 20.455 Nächtigungen auf die angrenzenden Bundesländer.

## **3.4 Fußballeuropameisterschaft 2008**

### **3.4.1 Einleitung**

Im Juni 2008 wird Österreich gemeinsam mit der Schweiz die Fußballeuropameisterschaft austragen. Die Fußballeuropameisterschaft ist nach den olympischen Sommerspielen und den Fußballweltmeisterschaften die drittgrößte Sportveranstaltung der Welt. „*Nach der Eishockey-Weltmeisterschaft 2005 in Wien und Innsbruck und der Rad-Weltmeisterschaft im Jahr 2006 steht mit der (gemeinsam mit der Schweiz ausgetragenen) UEFA Fußballeuropameisterschaft 2008 der vorläufige Höhepunkt einer Reihe von Sportgroßveranstaltungen in Österreich an.*“<sup>35</sup> Diese Veranstaltung ist außerdem die größte Veranstaltung, die jemals in Österreich stattgefunden hat und fällt in den Bereich der „Mega- Events“

Die EM ist ein alle vier Jahre wiederkehrendes Ereignis, jedoch aus nationaler Sicht muss sie auf jeden Falls als singuläre Veranstaltung bezeichnet werden.

Von den 31 Spielen, die im Rahmen der EM ausgetragen werden, finden 16 in Österreich statt, wobei auch das Finale am 29. Juni 2008 in Wien ausgetragen wird.. Die Spielorte sind Wien (7 Spiele), Innsbruck (3 Spiele), Salzburg (3 Spiele) und Klagenfurt (3 Spiele).

Insgesamt werden bis zu 2.000.000 zusätzliche Besucher in Österreich erwartet, die genauen Besucherströme kann man aber erst nach der Gruppenauslosung abschätzen.

---

<sup>35</sup> Helmenstein, Christian; Kleissner, Anna; Moser, Bernhard : Makroökonomische und sektorale Effekte der UEFA EURO 2008 in Österreich. Wien: Institut für Sportökonomie,2007, S. 14 .

### **3.4.2 Wirtschaftliche Auswirkungen**

Fußballeuropameisterschaften führen immer zu vielfältigen ökonomischen Effekten. Diese Impulse können mit Zeitverzögerung national und international auftreten. Im Vergleich zu anderen Großveranstaltungen sind Europameisterschaften von größerer nationaler Bedeutung, da es verschiedene Austragungsorte im ganzen Land gibt. Ökonomische Folgen werden durch Infrastrukturinvestitionen, durch die Touristenströme und *„[...] durch die Tatsache, dass Fußballgroßveranstaltungen eine riesige globale Werbepattform darstellen, [...]“*<sup>36</sup> erzielt.

Strukturelle Verschiebungs- und Verteilungsproblemen sind oft mit Sportgroßveranstaltungen verbunden, da es zu Preissteigerungen und Veränderungen der Preisverhältnisse kommen kann. *„Die Erfahrungen aus früheren derartigen Veranstaltungen haben gezeigt, dass Grundstücksspekulationen und überteuerte Angebote oft die öffentlichen Mittel für Alternativprojekte verringerten und zu Inflationstendenzen, vor allem im Immobilien- und Mietbereich, führten.“*<sup>37</sup>

#### **3.4.2.1 Tourismus**

Die Tourismuswirtschaft zählt in Österreich zu den bedeutendsten und wachstumsstärksten Sektoren der Volkswirtschaft. Damit ist sie sowohl ein Wachstums- als auch ein Jobmotor.

---

<sup>36</sup> Priester, Andreas: Impulse von Fußballgroßveranstaltungen auf die sozio-ökonomische Entwicklung von Regionen unter besonderer Berücksichtigung der Fußball-Europameisterschaft 2008. Diplomarbeit: Universität Wien, 2003, S. 61.

<sup>37</sup> Priester, Andreas: Impulse von Fußballgroßveranstaltungen auf die sozio-ökonomische Entwicklung von Regionen unter besonderer Berücksichtigung der Fußball-Europameisterschaft 2008. Diplomarbeit: Universität Wien, 2003, S. 61.

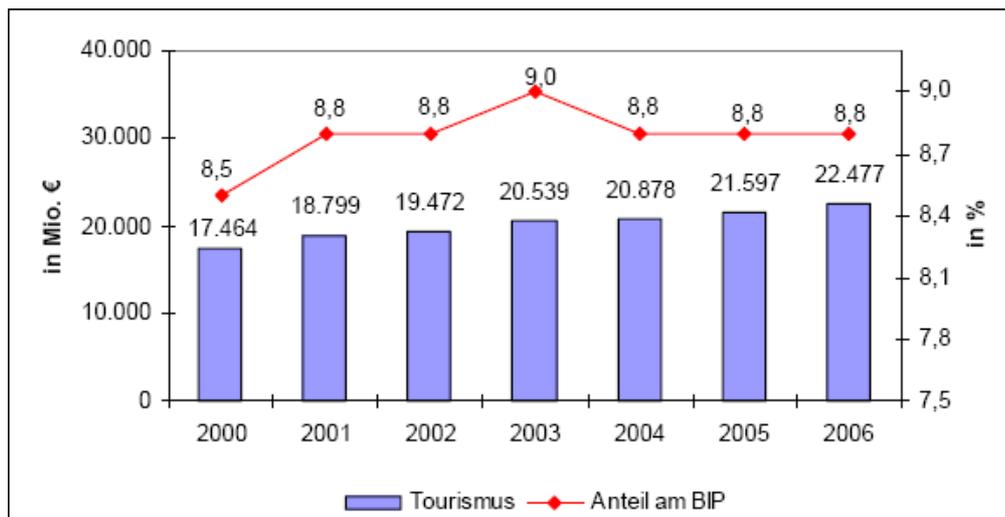


Abbildung 32: Direkte und indirekte ökonomische Effekte des Tourismus in Österreich, 2000-2006 (in Mio. € und % des BIP)

Um die vollständige Bedeutung der Tourismuswirtschaft zu erkennen, muss man die direkten, die indirekten und die multiplikativen Effekte berücksichtigen. Der totale Wertschöpfungseffekt der Tourismuswirtschaft belief sich 2004 auf 20.88 Mrd €. Die Werte für 2005 und 2006 sind nur Erwartungswerte, jedoch sind sich die Statistiker einig, dass Wertschöpfungseffekte in einer ähnlichen Größenordnung zu erwarten sind.

Durch die Fußball Europameisterschaft bekommt Österreich als Austragungsland die Chance sich international neu zu positionieren und das bereits bestehende touristische Nachfragepotential langfristig auszubauen.

Um die Zahl der durch die Europameisterschaft induzierten Übernachtungen abschätzen zu können, muss man zunächst von einer Nettokapazität von 615.894 verfügbaren Stadionsitzen in Österreich ausgehen.

Zu den Übernachtungen der offiziellen Teilnehmer (Teams, Assistenten,...) muss auch die Anzahl der zusätzlichen Übernachtungen durch Zuschauer dazugezählt werden. *„Dabei muss berücksichtigt werden, dass der sportliche Verlauf der Fußball Europameisterschaft die Struktur, die Anzahl und die Herkunft der Besucher in Österreich stark beeinflussen wird.“*<sup>38</sup>

<sup>38</sup> Helmenstein, Christian; Kleissner, Anna; Moser, Bernhard: Makroökonomische und sektorale Effekte der UEFA EURO 2008 in Österreich. Wien: Institut für Sportökonomie, 2007, S. 50.

Im Rahmen meiner FBA möchte ich somit auf 2 verschiedene Szenarien eingehen: zum einen auf die Maximal- und zum anderen auf die Minimalvariante.

#### 3.4.2.1.1 Szenario 1: Maximalvariante

Diese Variante beruht auf den Erfahrungen der vergangenen Europameisterschaften, wonach durchschnittlich 96 % aller Tickets verkauft wurden. Das würde für Österreich bedeuten, dass 177.380 Zuschauer bei der Europameisterschaft aus Österreich und 413.900 aus anderen Ländern kommen. Um die durch die Europameisterschaft induzierten Übernachtungen berechnen zu können, nimmt man die Zahlen der letzten Europameisterschaften zur Hilfe, wonach die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der ausländischen Gäste zwei Nächte betrug. Demnach würde es österreichweit zu 827.762 zusätzlichen Übernachtungen kommen.

#### 3.4.2.1.2 Szenario 2: Minimumvariante

Diese Variante geht davon aus, dass nur 70 % der Tickets gekauft werden. *„Der Anteil der ausländischen Gäste wird hier mit dem Minimumwert von 60% angenommen, was wiederum bedeutet, dass 172.450 Zuschauer aus Österreich und nur 258.680 Zuschauer aus anderen Ländern stammen werden.“*<sup>39</sup>

Für eine realistische Abschätzung der touristischen Nachfrage während der Europameisterschaft, müssen außerdem folgende Faktoren berücksichtigt werden:

➤ Pro- Kopf- Ausgaben:

Ein durchschnittlicher Sommertourist hat in Österreich Ausgaben in der Höhe von 87,90 € für Unterkunft, Verpflegung, Transport und sonstige Ausgaben. Ein

---

<sup>39</sup> Helmenstein, Christian; Kleissner, Anna; Moser, Bernhard: Makroökonomische und sektorale Effekte der UEFA EURO 2008 in Österreich. Wien: Institut für Sportökonomie, 2007, S. 51.

österreichischer Tourist hat normalerweise Ausgaben von 47,50 € (ohne Unterkunft!). Im Falle einer Europameisterschaft kommen zu den „normalen“ Ausgaben noch „fußball- und sportspezifische“ Ausgaben, zum Beispiel Fanartikel dazu. Damit kommt es im Rahmen eines Kurzaufenthaltes von zwei Tagen zu überdurchschnittlich hohen Tagesausgaben. Demnach hat ein inländischer Tagestourist während der Europameisterschaft Tagesausgaben von 65,70 €, ein ausländischer Tourist von 128,40 €.

➤ Durchschnittliche Aufenthaltsdauer offizieller Gäste:

Die Aufenthaltsdauer offizieller Gäste, wie zum Beispiel der Teams, Assistenten und Schiedsrichtern, beträgt 29 Tage. Die Tagesausgaben für Unterkunft, Verpflegung und sonstige Kosten werden für 363,40 € pro Person geschätzt.

➤ Medienvertreter:

Da das Medieninteresse an der Europameisterschaft sehr hoch sein wird, müssen die Verantwortlichen auch mit zahlreichen internationalen Medienvertretern (ca. 6 000) rechnen. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer wird zwar geringer als die der offiziellen Gäste geschätzt, jedoch werden die Tagesausgaben vermutlich deutlich höher sein.

	Übernachtungen	Tage	Tägliche Ausgaben (in €)	Total Ausgaben
Offizielle Gäste	4.350	4.350	363,4	1.580.790
8 Teams und Assistenten	7.200	7.200	290,7	2.093.040
Medienvertreter	90.000	90.000	363,4	32.706.000
Ausländische Besucher	827.660	1.241.490	128,4	159.407.316
Inländische Besucher		177.377	65,7	11.653.669
<b>Total</b>	<b>929.210</b>			<b>207.440.815</b>

Abbildung 33: Übernachtungen und Ausgaben im Rahmen der Europameisterschaft in Österreich (Maximalvariante)

Bei der maximalen Variante kann Österreich mit 929.210 zusätzlichen Übernachtungen rechnen. Die totalen Ausgaben und somit auch der totale Wertschöpfungseffekt werden sich auf rund 207 Mio. € belaufen.

Im Vergleich dazu hat es im Juni 2007 in Österreich 8.824.342 Übernachtungen gegeben.

	Übernachtungen	Tage	Tägliche Ausgaben(in €)	Total Ausgaben
Offizielle Gäste	4.350	4.350	363,4	1.580.790
8 Teams und Assistenten	7.200	7.200	290,7	2.093.040
Medienvertreter	90.000	90.000	363,4	32.706.000
Ausländische Besucher	517.350	776.025	128,4	99.641.610
Inländische Besucher		172.450	65,7	11.329.965
<b>Total</b>	<b>618.900</b>			<b>147.351.405</b>

Abbildung 34: Übernachtungen und Ausgaben im Rahmen der Europameisterschaft in Österreich (Minimalvariante)

Bei der minimalen Variante kommt es zwar zu einem enormen Besucherrückgang, jedoch bleibt die Anzahl der offiziellen Gäste, der Medienvertreter und der Teams gleich.

Insgesamt kommt es bei diesem Szenario zu 618.900 zusätzlichen Übernachtungen und totalen Ausgaben in der Höhe von rund 147 Mio. €.

Verglichen mit der Maximalvariante würde dieses Szenario um 60 Mio. € weniger an Einnahmen für die österreichische Wirtschaft bringen.

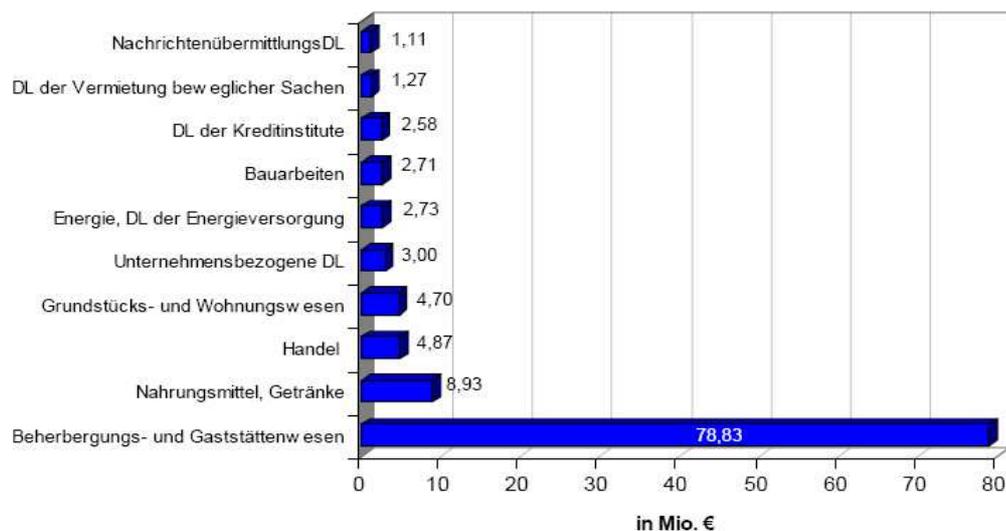


Abbildung 35: Tourismusinduzierter, totaler Wertschöpfungseffekt in Österreich, nach Wirtschaftskategorien (in Mio. €)

Die Wirtschaftskategorie „Beherbergungs- und Gaststättenwesen“ profitieren prognostisch mit 78 Mio. € am meisten. Dadurch sind sowohl Hotels, als auch die Gastronomie betroffen. Danach folgt die Branche „Nahrungsmittel, Getränke“ gefolgt von der Kategorie „Handel“.

Neben den kurzfristigen Folgen sind aber noch die meist wichtigeren langfristigen Folgen für Österreichs Tourismus wie folgt zu betrachten:

#### 3.4.2.1.3. Ausbau der Infrastruktur

In der Vorbereitungsphase einer Europameisterschaft kommt es zu zahlreichen Investitionen in die Infrastruktur, die auch den Tourismus langfristig positiv beeinflussen.

Als zwei nachhaltig wirkende infrastrukturelle Maßnahmen sind die Bahnstationsrenovierungen und die Verlängerung der U2- Line in Wien zusehen:

##### ➤ Bahnstationsrenovierungen:

Der Verkehrsknoten Praterstern soll während der Europameisterschaft für die Fußballfans eine Art Hauptbahnhof werden. Die Kosten der Ausbauarbeiten werden 91 Mio. € betragen, wobei auch andere Bahnhöfe, wie zum Beispiel Heiligenstadt, um 9 Mio. € renoviert werden sollen.

Auch am Salzburger Bahnhofsvorplatz soll mit 100 Mio. € neu gestaltet werden.

➤ Verlängerung der U- Bahnlinie U2:

Ab 10. Mai 2008 soll die U2 vom Schottenring über Tabor und Praterstern zum Ernst- Happel- Stadion geführt werden. Der Ausbau kostet 700 Mio. €.

Neben der U-Bahnstation des Ernst- Happel- Stadions ist außerdem ein von privaten Investoren errichtetes Einkaufscenter entstanden. Der Bau des Stadion Centers kostete 80 Mio. €.

#### 3.4.2.1.4 Imageeffekte

Durch die gesteigerte internationale Präsenz wird Österreich für ein Monat im Mittelpunkt der Weltöffentlichkeit stehen und hat die Möglichkeit, sich international als Sommertourismusland zu präsentieren. „ *Umso wichtiger ist daher, dass die Qualität der touristischen Dienstleistungen und das Preis-Leistungsverhältnis stimmen, die Besucher der Fußball-EM 2008 zufrieden sind und mit entsprechend gezielt konzipierten Angeboten zu einem weiteren Besuch nach der Fußball- EM 2008 animiert werden.*“<sup>40</sup>

#### 3.4.2.2 Bauwirtschaft

Zur Austragung der Europameisterschaft in Österreich ist ein Neu- und Ausbau der Stadien unumgänglich. Durch den Anstieg der Bautätigkeiten kommt es zu mehr Beschäftigung im Hochbau, die zur zusätzlichen Wertschöpfung beitragen wird. „*Einerseits bewirkt die zusätzliche Wertschöpfung eine Erhöhung des Steueraufkommens und des Sozialversicherungsaufkommens, und andererseits führt die erhöhte*

---

<sup>40</sup> Scharmitzer, Anton: Kosten-Nutzen- Analyse der Fußball-EM 2008 in Österreich. Diplomarbeit: Wu-Wien, 2007, S. 55.

*Arbeitskräftenachfrage zu einer Verminderung der Arbeitslosigkeit und damit zu einer Verminderung der staatlichen Aufwendung.*“<sup>41</sup>

<b>Stadion</b>	<b>Ort</b>	<b>Kapazität</b>	<b>Kosten (in Mio. €)</b>
Ernst Happel Stadion	Wien	50.008	<b>17,96</b>
Waidmannsdorf Stadion	Klagenfurt	30.757	<b>59,35</b>
Tivoli Stadion	Innsbruck	39.263	<b>30,82</b>
Salzburg Stadium	Salzburg	30.020	<b>27,70</b>
<b>Total</b>		<b>150.048</b>	<b>135,84</b>

Abbildung 36: Stadienkosten

Die Investitionskosten für den Stadienbau bzw. Stadienumbau werden 135 Mio. € betragen. Darin sind alle Kosten sowie auch die Ausgaben für die geplanten Rückbauarbeiten in einigen Stadien enthalten (Tivoli Stadion, Salzburger Stadion). Wenn die Unternehmen, die Zulieferer und die Arbeiter aus der Region sind und das zusätzliche Einkommen in der Region ausgegeben wird, kommt es zu großen regionalen Effekten.

Für alle Stadionarbeiten wurde die Baufirma Porr verpflichtet. Aus diesem Grund interviewte ich den Generaldirektor der Porr Herrn Ing. Hesoun, der ausführte, dass der Auftrag nicht nur im operativen Bereich bestand, sondern er sah „[...] die Planung, die Architektur, die Bauausführung und auch die Betriebskostenbetrachtung [...]“<sup>42</sup> als ein Paket. Im Bereich der Vorarbeiten der Firma waren laut Ing. Hesoun circa 40 Personen beschäftigt, in der Bauausführung mehrere hundert. Zusätzliche Arbeitskräfte wurden von der Porr nicht angestellt, da die Porr im Falle der Nichtbeauftragung Alternativprojekte durchgeführt hätte. „[...] Aber es war sicher für die Regionen, vor allem für Kärnten und Innsbruck, eine gewisse Belebung in der Zeit.“<sup>43</sup> In weiterer Folge erhofft sich die Porr Folgeaufträge bei der nächsten Fußball-Europameisterschaft, die in Polen und Ukraine stattfinden wird.

<sup>41</sup> Priester, Andreas: Impulse von Fußballgroßveranstaltungen auf die sozio-ökonomische Entwicklung von Regionen unter besonderer Berücksichtigung der Fußball-Europameisterschaft 2008. Diplomarbeit: Universität Wien, 2003, S. 88.

<sup>42</sup> Persönliches Interview mit Ing. Hesoun.

<sup>43</sup> Persönliches Interview mit Ing. Hesoun.

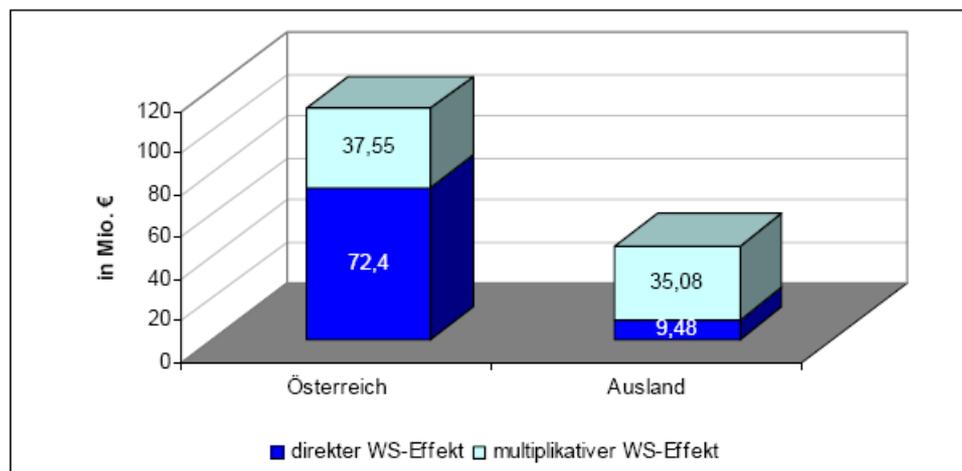


Abbildung 37: Direkte und multiplikativer Wertschöpfungseffekt aus Infrastrukturinvestitionen in Österreich und im Ausland (in Mio. €)

Die Infrastrukturinvestitionen in der Höhe von 135.84 Mio. € führen zu direkten Wertschöpfungseffekte von 72.4 Mio. € in Österreich. Vorleistungen werden sowohl aus Österreich (im Wert von 45.64 Mio. €) als auch aus dem Ausland (im Wert von 17.79 Mio. €) bezogen.

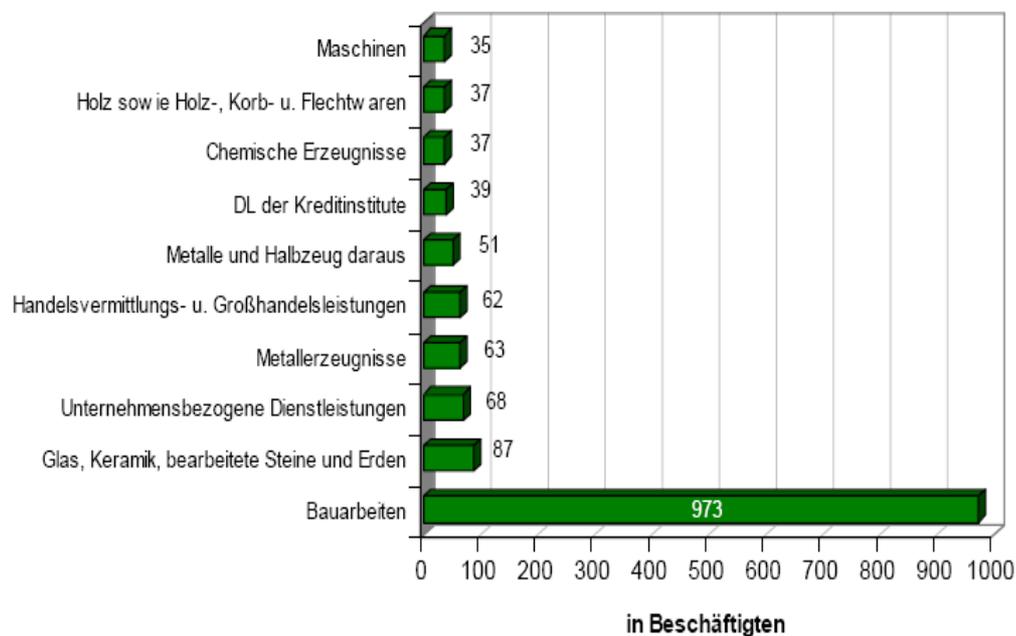


Abbildung 38: Totaler Beschäftigungseffekt der Infrastrukturinvestitionen nach Wirtschaftskategorien (Jahresbeschäftigungsplätze)

Durch die Infrastrukturinvestitionen kommt es insgesamt zu 1452 neuen Jahresbeschäftigungsplätzen. Die stärksten Arbeitsmarkteffekte gibt es im Bereich Bauarbeiten, dort wird es zu zusätzlichen 973 Jahresbeschäftigungsplätzen kommen.

Neben dem ökonomischen Nutzen dieser Investitionen kann es aber auch zu einer intensiven Nachnutzung neuer Anlagen kommen. Das neu erbaute Stadion in Salzburg wird zum Beispiel Möglichkeit zur Abhaltung von kulturellen Veranstaltungen oder Konzerten bieten.

### 3.4.2.3 Medien- und Werbemarkt

Die Vermarktung der Europameisterschaft wird sowohl über die klassische Werbung in elektronischen und gedruckten Medien, als auch über Außenwerbung sowie Werbung in den Stadien geschehen.

Der ORF hat die Übertragungsrechte für alle 31 Spiele um rund 10 Mio. € gekauft. „Die Übertragung der Fußball- EM 2008 wird zu einem beträchtlichen Anstieg der Fernsehberichterstattung führen.“<sup>44</sup> Dadurch wird es aber auch wesentlich stärkere Verbindung zwischen Zuschauern, Werbekunden und dem ORF geben. Die direkt und indirekt ausgelösten Umsätze durch Medien und Werbung sind zwischen 117 und 127.5 Mio. € hoch. Die Wertschöpfung beläuft sich auf 72.9 Mio. € und der Beschäftigungseffekt auf 396 neue Arbeitsplätze.

### 3.4.2.4 Sponsoring

Das Sponsorsystem der Europameisterschaft ist in 3 Teile gegliedert:

<b>Internationale Sponsoren</b>	<b>Europaweite Sponsoren</b>	<b>Österreichische Sponsoren</b>
Coca Cola	Continental	Post AG
McDonalds	BenQ	Telekom Austria
Carlsberg	Castrol	
JVC	Adidas	
Master Card		
Hyundai		

Abbildung 39: Offizielle Sponsoren der Europameisterschaft 2006

<sup>44</sup> Scharmitzer, Anton: Kosten-Nutzen- Analyse der Fußball-EM 2008 in Österreich. Diplomarbeit: Wu-Wien, 2007, S. 40.

### 3.4.2.5 Sicherheit

Die Gewährleistung der Sicherheit- und hier insbesondere der Stadionsicherheit - bei der Europameisterschaft 2008 ist ein zentrales Anliegen der Veranstalter.

Die Stadionsicherheit gliedert sich in:

- **Sektorentrennung:**  
Um die Vermischung der Zuschauer zu vermeiden müssen Sektoren mit Pufferzonen eingerichtet werden.
- **Schutz des Spielfeldes:**  
Es muss entweder ein Graben oder ein ausreichend hoher 1. Rang zwischen Zuschauern und Spielern sein, um die Sicherheit der Teams und des Schiedsrichter zu gewährleisten.
- **Einlasskontrolle und Vorsperren**
- **Stadionkontrollraum**
- **Einsatzzentrale**
- **Notausgänge**
- **Zusätzliche Anti- Terror Einheiten**
- **Der Sicherheitsring**  
Um jedes Stadion in Österreich wird ein Sicherheitsring gelegt und „[...] nur Personen mit gültigen Matchtickets oder entsprechenden Akkreditierungen dürfen diesen Ring passieren. [...]“<sup>45</sup> Weiters werden alle eintretenden Personen schon hier genau auf Sprengstoff und Waffen untersucht.
- **Personalisierte Tickets:**  
Alle Tickets sind namentlich auf eine Person ausgestellt, die bei Missbrauch zur Haftung herangezogen werden kann.

---

<sup>45</sup> Fünf Unternehmen sorgen für Sicherheit in Österreichs EURO- Stadien. In <http://de.uefa.com/competitions/euro/organisation/kind=131072/newsid=599930.html> Zugriff am 12.12.2007.

Fünf österreichische Sicherheitsunternehmen schlossen sich zur Durchführung von Sicherheitsmaßnahmen zu einer Sicherheits- AG zusammen: G4S Security Service AG (G4S), Österreichischer Wachdienst GmbH & Co KG (ÖWD), Securitas Sicherheitsdienstleistungs GmbH (Securitas), Siwacht Bewachungsdienst GmbH (Siwacht) und die Vienna International Airport Security Service GmbH (VIAS). Im Zuge meiner Fachbereichsarbeit interviewte ich Mag. Martin Wiesinger, der Geschäftsführer dieser Sicherheits- AG und der Firma Securitas ist. Diese Sicherheits- AG stellt während der Europameisterschaft 2008 3. 800 Personen und es werden 1.600 neue Arbeitsplätze geschaffen. Diese 3. 800 Arbeiter werden speziell für die Europameisterschaft in 25 Manngruppen ausgebildet. Die Sicherheits- AG erwartet laut Mag. Wiesinger einen Umsatz von 7 Millionen Euro. Außerdem werden nachhaltige Effekte erwartet, da es nach der Europameisterschaft mehr ausgebildetes Sicherheitspersonal für weitere Sportveranstaltungen geben wird.

Die Krisenherde werden während der Europameisterschaft in den Städten und hierbei besonders in den Public- Viewing- Bereichen prognostiziert. Wobei es nur darauf ankommt „[...] *wo sich gerade Menschen zusammenrotten, die zu viel getrunken haben oder irgendwelche Grenzen überschreiten* [...]“<sup>46</sup>.

Bei Gefahr im Verzug wird sofort die Exekutive eingeschaltet, die während der Europameisterschaft 2008 von zahlreichen ausländischen Polizisten unterstützt wird.

#### **3.4.2.6 Verkehr**

Besonders an den Spieltagen wird es zu einem regen Verkehrsaufkommen in Österreich kommen. Deshalb schiebt die ÖBB zusätzlich 1.500 Züge ein. Außerdem wird es Kombi- Tickets geben, mit denen Ticketinhaber am Spieltag die Bahn kostenlos benützen dürfen.

Der Erfolg der Europameisterschaft wird auch von einer guten Verkehrsplanung abhängen. Alle Transportmöglichkeiten (Straßen-, Schienen-, Luft- und Schiffverkehr) müssen gut miteinander koordiniert

---

<sup>46</sup> Persönliches Interview mit Mag. Wiesinger

werden. *„Das Verkehrsmanagement muss auch mit den Nachbarstaaten und den Teilnehmerstaaten der EURO 2008 abgestimmt werden.“*<sup>47</sup>

Im Zuge meiner Fachbereichsarbeit interviewte ich den Vorstandsvorsitzenden des Wiener Flughafens Herrn Mag. Kaufmann. Dieser führte aus, dass der Flughafen Wien im Juni 2008 um 10 % mehr Gäste erwartet als im Juni 2007. Eine Umsatzsteigerung auf Grund der Europameisterschaft wird nicht prognostiziert, da Veranstaltungen wie die Europameisterschaft für den Flughafen mit Zusatzkosten- zum Beispiel im Bereich der Sicherheit und für zusätzliches Personal- verbunden sind.

Auf die Frage, warum der neue Terminal (Skylink) nicht vor der Europameisterschaft fertig gestellt wird, antwortete Mag. Kaufmann, dass *„[...] es gar nicht notwendig ist, in dieser Zeit ein neues Terminal zu haben, weil wir normalerweise einen Fanstrom im alten Terminal abwickeln und eine zweite- die aggressivere- Fangruppe wird überhaupt in einer eigenen Halle abgewickelt, die speziell dafür freigemacht wird. Der normale Terminal ist von den Fans überhaupt nicht betroffen.“*<sup>48</sup>

Zu Problemen kann es laut Mag. Kaufmann dann kommen, wenn das Verkehrsgeschehen zu dicht und der Luftraum überlastet ist. *„[...] Und weiteres kann es zu Komplikationen mit Fangruppen kommen, die irgendwie aggressiv agieren- aber das ist dann eher ein Problem der Exekutive.“*<sup>49</sup>

### **3.4.2.7 Fanmeilen**

Durch geringe Stadionkapazitäten und immer mehr fußballbegeisterte Menschen, wird das so genannte Public Viewing bei Fußballeuropameisterschaften immer interessanter. In allen Landeshauptstädten wird es Fanzonen geben, wobei die Wiener Fanmeile wahrscheinlich besonders frequentiert sein wird. Der *„[...] Pfad für Fussballanhänger, der auf der Ringstrasse zwischen Heldenplatz und*

---

<sup>47</sup> Rauscher, Stefan: Logistik der Fußballeuropameisterschaft 2008. Diplomarbeit: WU- Wien, 2006, S.27.

<sup>48</sup> persönliches Interview mit Mag. Kaufmann.

<sup>49</sup> Persönliches Interview mit Mag. Kaufmann.

*Rathausplatz verlaufen wird[...]*<sup>50</sup> wird von bis zu 100.000 Fans belagert werden. Doch die 1,2 km lange Strecke sorgt nicht bei allen Österreichern für gute Stimmung. Viele Wiener haben Angst um die historischen Gebäude in der Inneren Stadt und auch das Kulturprogramm wird wahrscheinlich darunter leiden. So müssen beispielsweise das Wiener Burgtheater und das Parlament notgedrungen pausieren.



Abbildung 40: Fanmeile in Wien

<sup>50</sup> Die Fanmeile- ein Fall für Wettbewerbschüter. In <http://www.wirtschaftsblatt.at/archiv/270107/index.do> . Zugriff am 8.12. 2007.

### 3.4.2.8 Zusammenfassung ökonomische Effekte

#### 3.4.2.8.1 Gesamte Wertschöpfungseffekte

<b>Infrastrukturinvestitionen</b>	
Direkte Wertschöpfung	72,4
Multiplikative Wertschöpfung	37,5
<b>Wertschöpfung total</b>	<b>110,0</b>
<b>Tourismuseffekte</b>	
Direkte Wertschöpfung	105,9
Multiplikative Wertschöpfung	62,0
<b>Wertschöpfung total</b>	<b>167,9</b>
<b>Veranstaltungsbudget</b>	
Direkte Wertschöpfung	29,0
Multiplikative Wertschöpfung	14,1
<b>Wertschöpfung total</b>	<b>43,2</b>
<b>Totaler Wertschöpfungseffekt</b>	
Direkte Wertschöpfung	207,3
Multiplikative Wertschöpfung	113,7
<b>Wertschöpfung total</b>	<b>321,0</b>

Abbildung 41: Gesamte Wertschöpfungseffekte

Um gesamtökonomischen Effekte zu erkennen, muss man die Effekte der Infrastrukturinvestitionen, die tourismusinduzierten Effekte und die Effekte des Veranstaltungsbudgets zusammenzählen. Für die Europameisterschaft 2008 bedeutet dies eine totale Wertschöpfung von 321 Mio. €.

## 3.4.2.8.2 Gesamte Beschäftigungseffekte

<b>Infrastrukturinvestitionen</b>	
Direkte Beschäftigung	1.286,0
Indirekte Beschäftigung	459,0
Induzierte Beschäftigung	50,0
<b>Beschäftigung total</b>	<b>1.795,0</b>
<b>Tourismuseffekte</b>	
Direkte Beschäftigung	2.617,5
Indirekte Beschäftigung	717,5
Induzierte Beschäftigung	132,5
<b>Beschäftigung total</b>	<b>3.467,5</b>
<b>Veranstaltungsbudget</b>	
Direkte Beschäftigung	451,0
Indirekte Beschäftigung	217,0
Induzierte Beschäftigung	33,0
<b>Beschäftigung total</b>	<b>701,0</b>
<b>Totaler Beschäftigungseffekt (Jahresbeschäftigungsverhältnisse)</b>	
Direkte Beschäftigung	4.354,5
Indirekte Beschäftigung	1.393,5
Induzierte Beschäftigung	215,5
<b>Beschäftigung total</b>	<b>5.963,5</b>

Abbildung 42: Gesamte Beschäftigungseffekte (in Jahresbeschäftigungsplätzen)

Auch in diesem Fall werden die Beschäftigungseffekte der 3 Teilbereiche zusammengezählt: der Infrastrukturinvestitionen, des Tourismus und des Veranstaltungsbudgets. Dadurch kommt es zu einer totalen Beschäftigung von ungefähr 6 000 Personen.

### 3.4.3 Meinungsumfrage

Für die Erstellung meiner Meinungsumfrage mit dem Thema „Europameisterschaft 2008“ überlegte ich mir zu Beginn 17 Fragen.

Der Fragebogen setzt sich zusammen aus allgemeinen Fragen zur Person und europameisterschaftsspezifische Fragen.

Im zweiten Schritt befragte ich 60 Personen an den verschiedensten Orten (zum Beispiel auf der Kennedybrücke, im Tennisclub Blau-Weiß, in der U-Bahn, Schnellbahn und im 156b). Anfangs suchte ich die Personen nach dem Zufallsprinzip aus. In weiterer Folge achtete ich auf ein ausgewogenes Verhältnis im Bezug auf Männer und Frauen und im Bezug auf Alterskategorien

Der Schwerpunkt meiner Meinungsumfrage lag in der der Aufstellung des Fragebogens, der Durchführung und der anschließenden Interpretation.

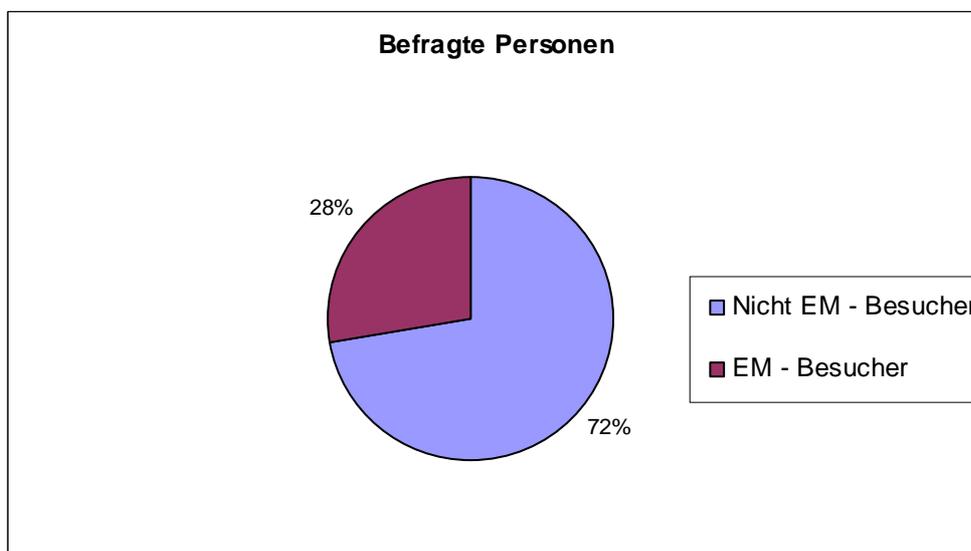


Abbildung 43: Anzahl der befragten Personen

Von den 60 von mir befragten Personen gaben 23 Personen (das sind 28 %) an, dass sie ein Spiel der Europameisterschaft live in einem Stadion verfolgen werden.

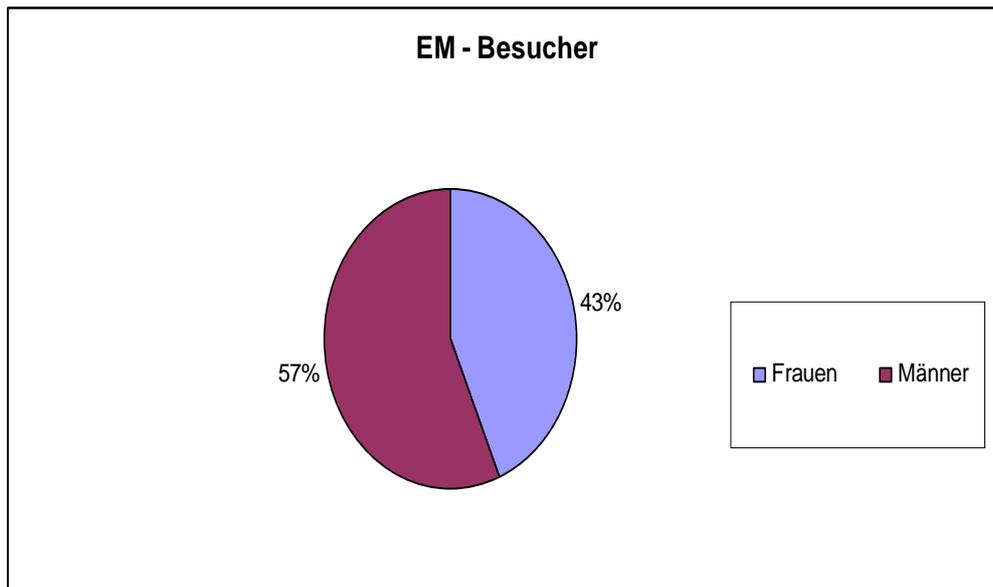


Abbildung 44: Geschlechterverteilung bei EM- Besuchern

Von den 23 Personen, die ein Europameisterschaftsspiel besuchen werden, sind 10 weiblich und 13 männlich.

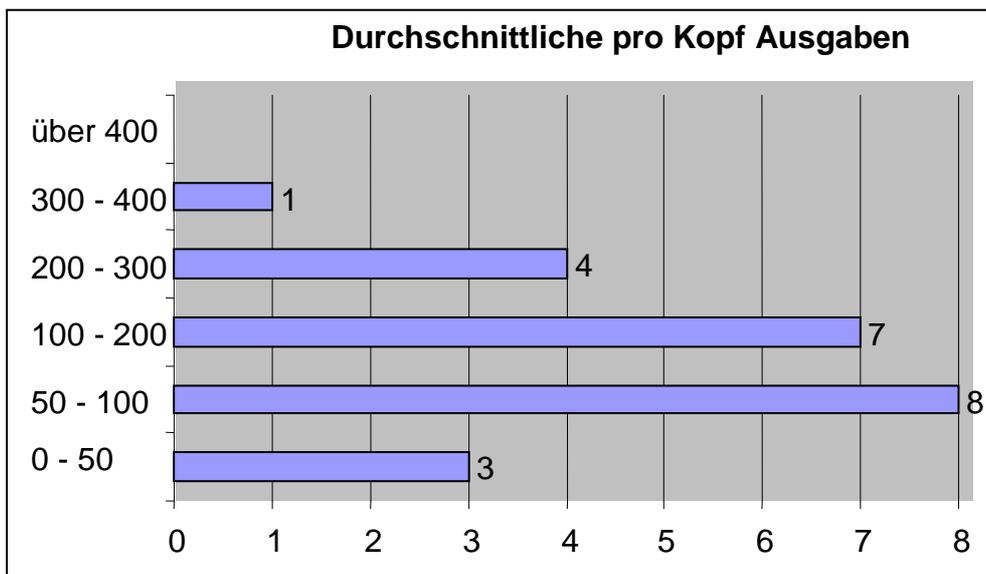


Abbildung 45: Durchschnittliche pro Kopf EM- Ausgaben

Die durchschnittliche pro Kopf Ausgabe wird zwischen 50 und 200 Euro liegen.

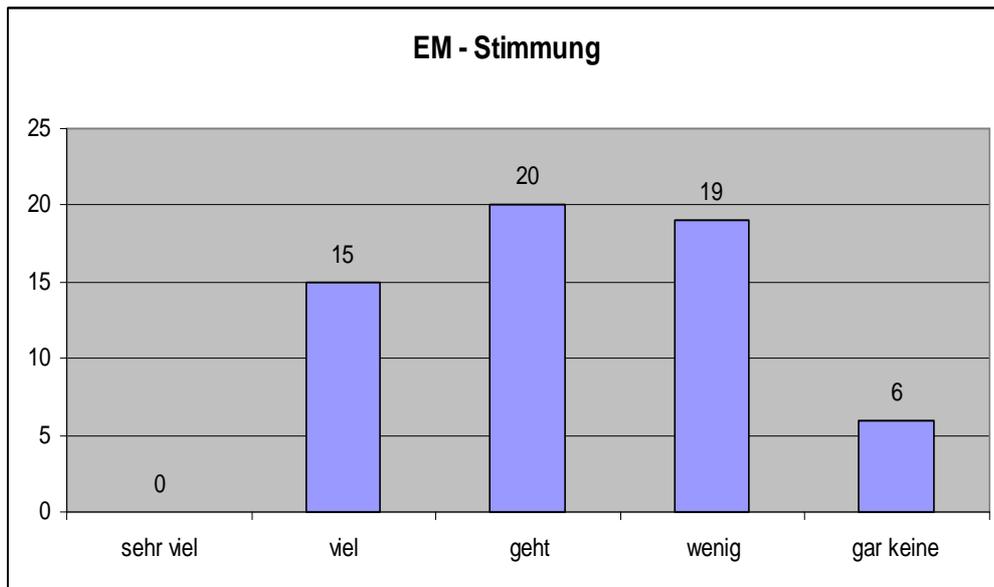


Abbildung 46: EM- Stimmung in Österreich

Auf die Frage, wie viel Europameisterschaftsstimmung jetzt schon in Österreich spürbar ist, gab es höchst unterschiedliche Antworten, wobei man einen eindeutigen Trend zu „es geht“ erkennen kann.

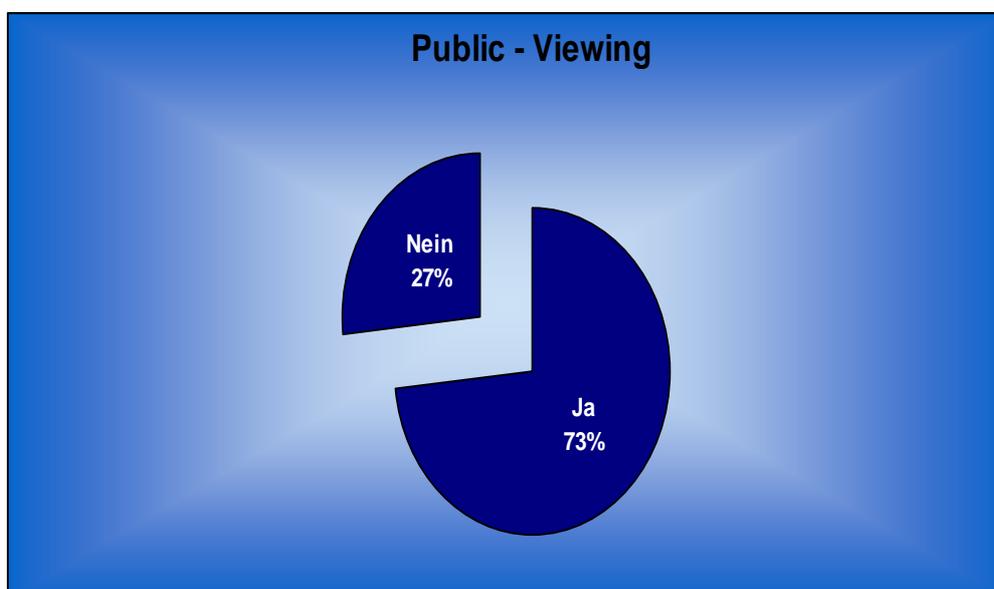


Abbildung 47: Public- Viewing

73 % der Befragten können sich vorstellen, auf Großbildleinwänden die Europameisterschaftsspiele mitzuverfolgen.

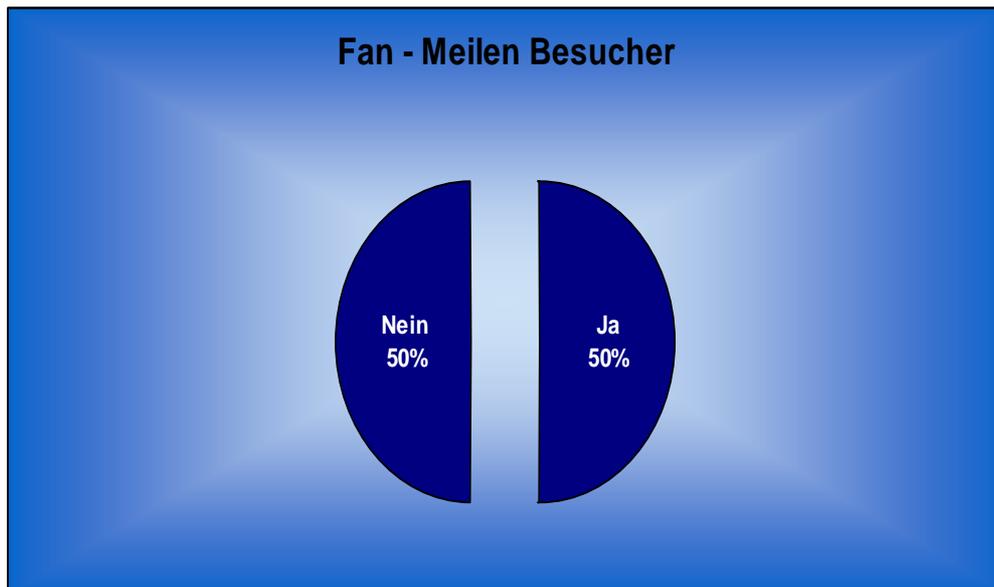


Abbildung 48: potentielle Fan- Meilen Besucher

50 % der Befragten können sich vorstellen eine Fanmeile zu besuchen, 50 % nicht.

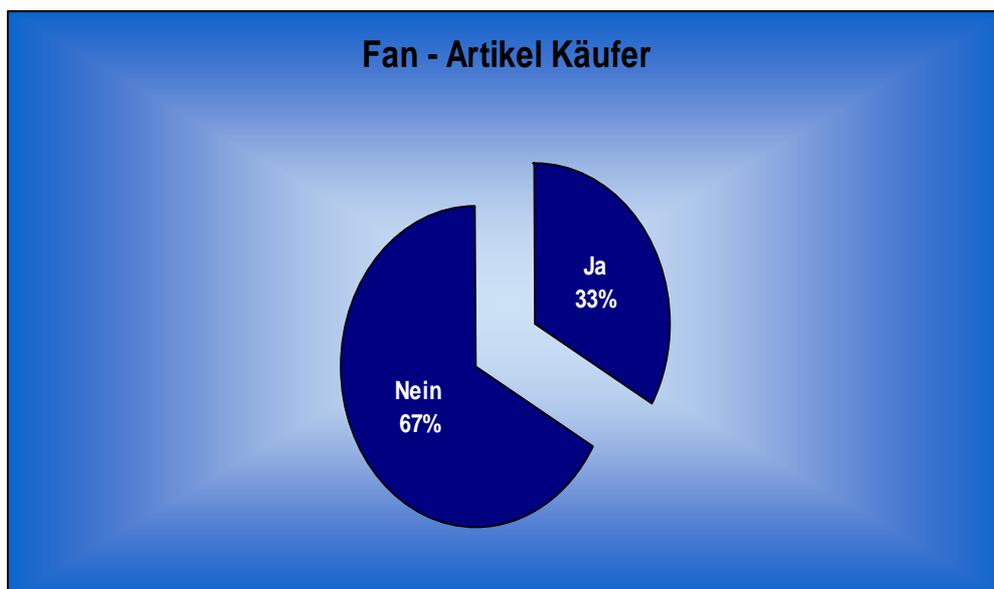


Abbildung 49: Fan- Artikel Käufer

33 % der Befragten werden im Rahmen der Europameisterschaft Fan- Artikel kaufen.

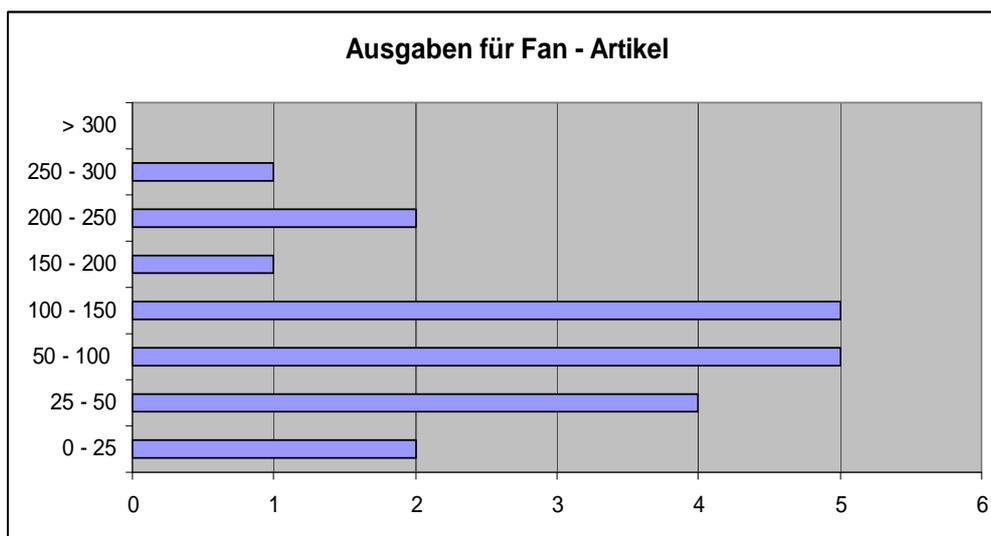


Abbildung 50: voraussichtliche Ausgaben für Fan- Artikel

Die Ausgaben für die Fan- Artikel werden sehr unterschiedlich ausfallen, wobei 20 % der Personen vorhaben, zwischen 50 und 150 Euro dafür auszugeben.

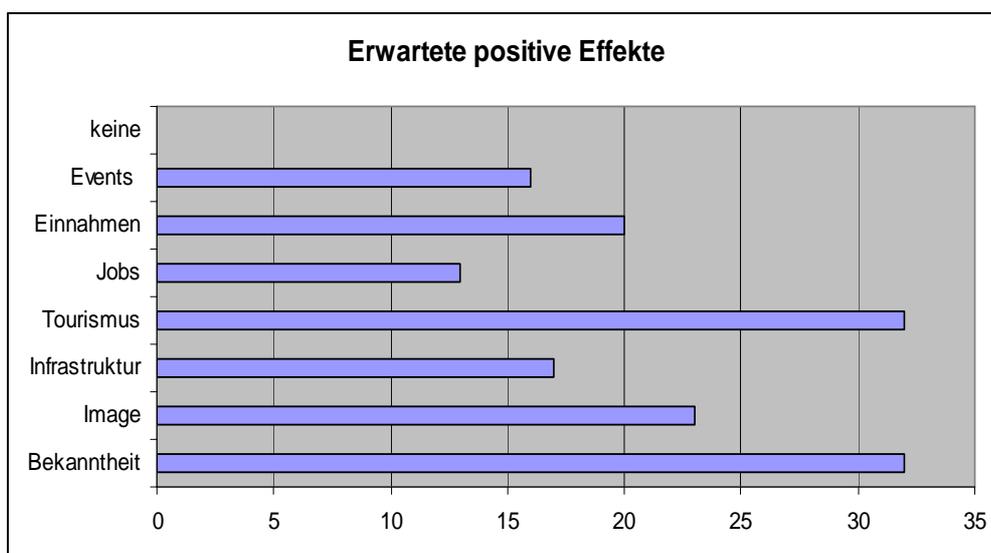


Abbildung 51: erwartete positive Effekte

Die erwarteten positiven Effekte der Europameisterschaft unter den Befragten sind hoch. Die meisten Zuwächse erwarten sich die Befragten in den Bereichen „Tourismus“ und „Bekanntheit“ (bei dieser Frage war Mehrfachnennung möglich).

Die Frage nach den Sponsoren der Europameisterschaft war für 48 Personen nicht zu beantworten, was auf eine schlechte Marketingstrategie im Vorfeld schließen lässt.



Abbildung 52: voraussichtliche Belästigung

23 % der Befragten fühlen sich durch die Europameisterschaft belästigt, wobei man davon ausgehen kann, dass dieses Phänomen mit der Wohnsituation und -lage zu tun hat.

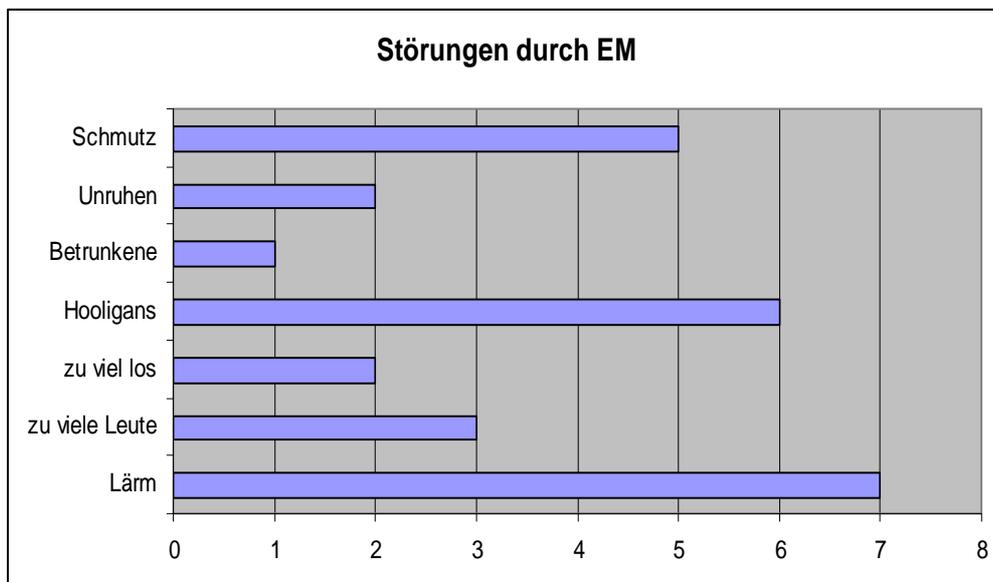


Abbildung 53: Störungen durch die EM

Als Gründe für zu erwartende Störungen werden verschiedene angegeben. „Lärm“, „Schmutz“ und „Hooligans“ wurden am öftesten genannt (bei dieser Frage war Mehrfachnennung möglich).

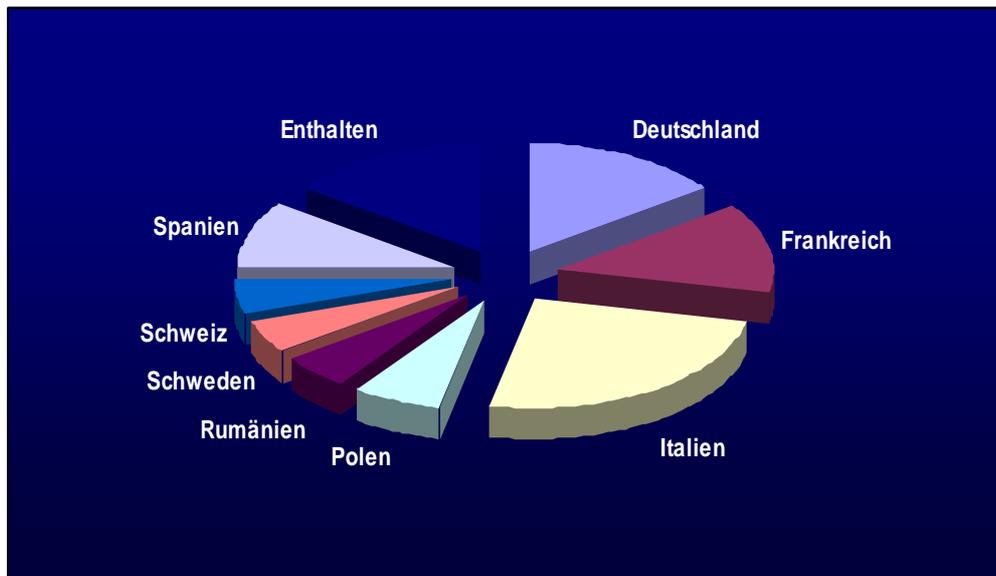


Abbildung 54: Europameister 2008

#### Wer wird der Europameister 2008?

Wenn es nach den Befragten geht, wird es eine Entscheidung zwischen Deutschland, Italien und Frankreich. Das Nationalteam Österreichs wird hierbei keine Rolle spielen, da alle befragten glauben, dass Österreich bereits nach der Gruppenphase das Turnier verlassen muss.

### 3.5 Daten & Fakten

	<b>Ski- WM St. Anton 2001</b>
<b>Besucher</b>	350. 000
<b>Dauer</b>	21 Tage
<b>Tourismusumsatz</b>	Minus 5.5 Millionen €
<b>Budget</b>	61,77 Millionen €
<b>Fernsehzuschauer</b>	4.519.000

	<b>Wiener Donauinselfest</b>
<b>Besucher</b>	2.700.000
<b>Dauer</b>	3 Tage
<b>Zusätzliche Übernachtungen</b>	32.000
<b>Wirtschaftlicher Impuls</b>	40 Millionen €

	<b>ESC- Kongress 2007</b>
<b>Besucher</b>	25.000
<b>Dauer</b>	6 Tage
<b>Inlandswirksame Ausgaben</b>	70 Millionen €
<b>Zusätzliche Übernachtungen</b>	140.820

	<b>Eishockey- Weltmeisterschaft 2005</b>
<b>Besucher</b>	250.000 – 300. 000
<b>Journalisten</b>	1.500
<b>Dauer</b>	17 Tage

	<b>Olympische Sommerspiele 2004 in Athen</b>
<b>Besucher</b>	Ca 6 Millionen
<b>Dauer</b>	17 Tage
<b>Teilnehmer</b>	Ca 12. 000 Athleten

	<b>Olympische Winterspiele 1998 in Nagano*</b>
<b>Besucher</b>	1.270.000
<b>Dauer</b>	15 Tage
<b>Teilnehmer</b>	2.176 Teilnehmer

\* von späteren Olympischen Winterspielen keine genauen Zuschauerwerte

	<b>Fußballweltmeisterschaften 2006</b>
Besucher	3.359.439 (Ø: 52.491 pro Spiel)
Dauer	1 Monat
Umsatz	430 Millionen €

Abbildung 43: Daten und Fakten

## Resümee

In meiner Fachbereichsarbeit beschäftigte ich mich unter anderem eingehend mit der Abklärung der Frage nach der wirtschaftlichen Rentabilität von Großveranstaltungen.

Nach den umfangreichen Recherchen für meine Arbeit kann ich diese Frage mit „Ja“ beantworten. In Österreich entsprechen die für Großveranstaltungen unverzichtbare Infrastruktur und das zur Durchführung nötige „Know how“ in vielen Bereichen internationalen Standards. Dies gilt sowohl für den Transport, die Gastronomie, die Hotellerie und die Unterhaltung als auch für andere wichtige Sparten der österreichischen Volkswirtschaft. Die zentrale Lage in Europa ist ebenfalls ein wichtiger Indikator für zukünftige Großveranstaltungen.

Es bleibt zu hoffen, dass man auch in Zukunft von Seiten Österreichs den Mut haben wird, große Projekte und Veranstaltungen durchzuführen, da-belegt durch meine Fachbereichsarbeit- die ökonomischen Vorteile für Österreich überwiegen.

Persönlich bin ich der Meinung, dass die diesjährige Heimeuropameisterschaft unserem Land viele ökonomische Vorteile bringen wird und dass die Austragung der Europameisterschaft Perspektiven für die Durchführung weiterer Großveranstaltungen aufzeigen wird.

Zu hoffen ist aber auch, dass Veranstalter die ökologischen Auswirkungen mit Weitsicht in die Planung miteinbeziehen und dass Umweltschutzmaßnahmen, auch wenn sie mit Kosten verbunden sind, bei Großveranstaltungen mehr Berücksichtigung finden als bisher.

**Anhang**

---

## Interview mit Ing. Wolfgang Hesoun

(Generaldirektor Porr AG)

Interview durchgeführt am 14. Dezember 2007.

Judith Draskovits... JD

Ing. Hesoun... Ing. H.

*JD: Guten Tag! Vielen Dank, dass Sie sich Zeit nehmen und mir einige Fragen zum Thema „Europameisterschaft 2008“ zu beantworten.*

Ing. H.: Kein Problem.

*JD: Welche Projekte hat die Firma Porr im Rahmen der EM 2008 betreut?*

Ing. H.: Wir haben eigentlich alle Stadionprojekte miterrichtet und eben damit auch betreut. Also das Klagenfurter Stadion, beim Salzburger Stadion den Ausbau, auch den Ausbau des Innsbrucker Stadions und beim Wiener Stadion die Adaptierungsarbeiten.

*JD: Und damit sind Sie auch für die Rückbauarbeiten verantwortlich?*

Ing. H.: Ja, wobei wir eher davon ausgehen, dass die Rückbauarbeiten zumindest nicht überall stattfinden werden- was an sich ja sinnvoll ist.

*JD: Wie haben Sie sich für diese Projekte beworben?*

Ing. H.: Das waren ganz normale Ausschreibungen.

*JD: Und warum hat die Porr alle Ausschreibungen gewonnen?*

Ing. H.: Weil wir das beste Konzept hatten. Es waren nicht nur Bauaufträge- es war die Planung, die Architektur, die Bauausführung und auch die

Betriebskostenbetrachtung ein Paket. Und das war eben, so glaube ich, das beste.

*JD: Wie viele Personen waren da insgesamt involviert?*

Ing. H.: Naja, eine ganze Menge, weil eben durch die Planungsleistungen auch Stabsabteilungen involviert waren. Da waren also sicher, ohne die Arbeiter, 30-40 Leute an der technischen Konzeption tätig. Und dann in der Umsetzung... ich kann es nicht sagen, aber sicher einige hundert Leute daran beteiligt.

*JD: Und wie viele zusätzliche Arbeitsplätze wurden damit geschaffen?*

Ing. H.: Zusätzliche in dem Sinn nicht, da wir ansonsten andere Projekte in der Zeit gemacht hätten. Aber es war sicher für die Regionen, vor allem für Kärnten und Innsbruck, eine gewisse Belebung in der Zeit.

*JD: Welche Auswirkungen erwarten Sie sich?*

Ing. H.: Wir werden hoffentlich ein ganz gutes Ergebnis bei den Aufträgen erwirtschaften. Und wir haben durch die Projekte in Österreich die Chance bei der nächsten EM, die in Polen und der Ukraine stattfinden wird, diese Referenz zu verwenden und rechnen uns damit auch Chancen aus, dort zum Zug zu kommen.

*JD: Das heißt für Folgeaufträge ist es sehr werbewirksam?*

Ing. H.: Ja.

*JD: Das war es eigentlich schon. Vielen Dank noch einmal.*

---

## Interview mit Mag. Herbert Kaufmann

(Vorstandsdirekter Flughafen Wien AG)

Interview durchgeführt am 14. Dezember 2007.

Judith Draskovits... JD

Mag. Herbert Kaufmann... Mag. K.

*JD: Mit welchem Wachstum rechnen Sie im Juni 2008 im Vergleich zum Juni 2007?*

Mag. K. : Das hängt erst einmal ganz davon ab, wie sich die Spiele entwickeln. Welche Mannschaften in die Finalspiele usw. kommen. Es wird für dieses eine Monat vielleicht 10 % mehr geben.

*JD: Das heißt Umsatz?*

Mag. K. : Nein, an Passagieren. Und über das ganze Jahr gesehen vielleicht 1.5%. Umsatzmäßig weniger und gewinn mäßig quasi null, weil diese Veranstaltungen wirklich hohe Zusatzkosten haben.

*JD: Im Bereich der Sicherheit...*

Mag. K. : Ja, im Bereich der Sicherheit. Wir müssen ein eigenes Terminal zur Verfügung stellen. Wir müssen Hallen frei machen, etc. Außerdem haben wir einen ziemlichen Aufwand im Fluggeschehen. Also gehe ich nicht davon aus, dass wir gewinn mäßig, also ertragsmäßig, ein signifikantes Plus erhalten werden. Also wir werden ein signifikantes Plus haben, aber nicht auf Grund der EM.

*JD: Ok. Wird es im Juni 2008 eine Steigerung der Frequenzen geben?*

Mag. K.: Nein, es geht primär um Charterflüge, die dazukommen und wahrscheinlich sehr viele General Nations Flieger- das sind diese kleinen.

---

*JD: Werden in diesem Zeitraum auch neue Airlines in Wien landen?*

Mag. K.: Nicht neue Linien - Airlines, sondern neue Charter - Airlines.

*JD: Wird es personelle Änderungen auf Grund der EM 2008 geben?*

Mag. K.: Es wird befristet einen Zuwachs im Personalstab geben, wir werden aber sowieso wachsen. Wir werden sicher über 5- 6 % wachsen und der Personalstab wächst ungefähr mit 70- 80 %.

*JD: Es wird ja dieser neue Terminal, der Skylink, Ende 2008 fertig gestellt.*

Mag. K. : Nein, Mitte 2009.

*JD: Und warum hat man das nicht so gemacht, dass er vor der EM fertig gestellt wurde?*

Mag. K.: Weil es gar nicht notwendig ist, in dieser Zeit ein neues Terminal zu haben, weil wir normalerweise einen Fanstrom im alten Terminal abwickeln und eine zweite – aggressivere-- Fangruppe wird überhaupt in einer eigenen Halle abgewickelt, die speziell dafür freigemacht wird. Der normale Terminal ist von den Fans überhaupt nicht betroffen.

*JD: Gibt es extra Vorkehrungen für den Spielerservice- also für die Teams, die fliegen müssen.*

Mag. K.: Ja, also das normale VIP- Service, das bei uns sowieso etabliert ist und gut klappt.

*JD: Aber einen wirklichen Pendlerverkehr wird es für die Spieler nicht geben?*

Mag. K.: Nein, sicher nicht.

*JD: Und zu was für Komplikationen kann es kommen?*

Mag. K.: Naja, im wesentlichen Komplikationen, wenn das Verkehrsgeschehen zu dicht ist. Dann wird es zu Verspätungen und längeren Wartezeiten kommen- wir werden das aber versuchen möglichst zu vermeiden- aber es kann schon sein, weil wahrscheinlich auch der Luftraum überlastet sein wird etc. an den Spieltagen. Und die Nachtflugregelung, die wir haben, wir sozusagen in dieser Zeit aufgehoben und gilt zu diesem Zeitpunkt nicht. Das schafft wieder Kapazität. Und weiteres kann es zu Komplikationen mit Fangruppen kommen, die irgendwie aggressiv agieren- aber das ist dann eher ein Problem der Exekutive.

*JD: Vielen Dank für das Gespräch.*

---

## Interview mit Mag. Martin Wiesinger

(Geschäftsführer der Securitas Sicherheitsdienstleistungen GmbH)

Interview durchgeführt am 9. Dezember 2007

Judith Draskovits ... JD

Mag. Martin Wiesinger ... Mag. W.

*JD: Grüß Gott! Vielen Dank, dass Sie sich für mich Zeit nehmen, um mir ein paar Fragen für meine Fachbereichsarbeit zu beantworten!*

Mag. W.: Bitte gerne, kein Problem.

*JD: Was ist Ihre genaue Position im Rahmen der Europameisterschaft?*

Mag. W.: Ich bin Geschäftsführer einer Arbeitsgemeinschaft, die für die komplette Sicherheit in den Stadien, in den Spielerhotels, auf den Trainingsstätten etc. verantwortlich ist.

*JD: Auch für die Sicherheit der Gäste?*

Mag. W.: Nein, für die Gäste nicht. Getrennt ist alles was sich in der Stadt abspielt: also auch kein Public Viewing. Fanmeilen gehören prinzipiell nicht dazu, wobei wir wahrscheinlich einen Teil der Fanzonen zusätzlich machen werden.

*JD: Wie viele Personen sind insgesamt involviert?*

Mag. W.: Die Arbeitsgemeinschaft selbst hat ungefähr 3800 Mitarbeiter.

*JD: Wie viele neue Arbeitsplätze werden durch die EM geschaffen?*

Mag. W.: Ungefähr 1600 neue Arbeitsplätze.

*JD: Die werden wie ausgebildet?*

Mag. W.: Es gibt eine vom Österreichischen Fußballverband gestaltete Ausbildung und jeder von uns eingesetzte Mitarbeiter wird speziell für die EM ausgebildet. In Kleinstgruppen bedeutet, dass wir 3800 Mitarbeiter in 25 Manngruppen ausbilden. Das heißt wiederum, dass wir 160 Schulungstermine haben.

*JD: Wie viel zusätzliche Kosten erhält Ihr Unternehmen dadurch?*

Mag. W.: Circa eine dreiviertel Million Euro.

*JD: Wie viel Umsatz erwartet Sie sich?*

Mag. W.: Die gesamte AG ungefähr 7 Millionen Euro.

*JD: Erwarten Sie nachhaltige Effekte?*

Mag. W.: Ja, eigentlich schon, weil der gesamte Bereich der Sicherheit bei Sportveranstaltungen jetzt eine große Menge an ausgebildeten Personal hat, die es bis jetzt nicht gab. Bei Sportveranstaltungen ist es normalerweise üblich, dass die Mitarbeiter keine besondere Ausbildung haben. Jetzt haben aber diese 5 AG Firmen sehr viele ausgebildete Kräfte. Da durch gibt es die Chance, dass in Zukunft Fußball- oder Handballvereine eigene ausgebildete Ordner haben.

*JD: Was passiert mit den Leuten die extra für die EM ausgebildet worden sind?*

Mag. W.: Zum Teil werden sie „weiterverwendet“. Ein Teil wurde aber nur spezifisch für die EM aufgenommen. Die bekommen aber auch nur einen befristeten Vertrag. Zum Beispiel machen diese Jobs viele Studenten und Pensionisten- eigentlich jeder der sich dafür interessiert.

*JD: Wissen Sie jetzt, nach der Auslosung, schon wo Sie mit Krisenherden zu rechnen haben?*

Mag. W.: Grundsätzlich erwarten wir die Krisenherde nicht in den Stadien, weil da über Hooligandatenbanken, Ticketing, Sektorentrennung, äußerer Sicherheitsring, etc. nicht viel an Gefahr zu erwarten ist. Eher erwarten wir in Städten, in Public Viewing- Areas Probleme.

*JD: Hierbei besonders in Wien?*

Mag. W.: Nein, würde ich gar nicht sagen. Das kann überall anders auch sein. Das kommt immer darauf an, wo sich gerade Menschen zusammenrotten, die zu viel getrunken haben oder irgendwelche Grenzen überschreiten.

*JD: Vielen Dank für das Interview.*

---

## Meinungsumfrage zur Europameisterschaft 2008

### 1.) Geschlecht:

- Männlich
- Weiblich

### 2.) Alter:

- Unter 20
- 20-30
- 30-40
- 40-50
- 50-60
- über 60

### 3.) Höchste abgeschlossene Ausbildung?

- Mittelschule
- Lehre
- Matura
- Akademiker

### 4.) Was ist Ihre Berufsgruppe?

- |                                             |                                                                 |
|---------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| <input type="radio"/> Landwirtschaftssektor | <input type="radio"/> Selbstständiger (.....)                   |
| <input type="radio"/> Industriegesektor     | <input type="radio"/> Student                                   |
| <input type="radio"/> Dienstleistungssektor | <input type="radio"/> Auszubildender                            |
| <input type="radio"/> Arbeitnehmer          | <input type="radio"/> Arbeitsloser / Umschüler                  |
| <input type="radio"/> mittleres Management  | <input type="radio"/> Hausfrau                                  |
| <input type="radio"/> hohes Management      | <input type="radio"/> Pensionist                                |
|                                             | <input type="radio"/> Geschäftsführer einer Kapitalgesellschaft |

### 5.) Wie hoch ist Ihr Einkommen (Netto) pro Monat?

- |                                   |                                    |
|-----------------------------------|------------------------------------|
| <input type="radio"/> 0 – 1000    | <input type="radio"/> 2500 – 3000  |
| <input type="radio"/> 1000 – 1500 | <input type="radio"/> 3000 – 3500  |
| <input type="radio"/> 1500 – 2000 | <input type="radio"/> über 3500    |
| <input type="radio"/> 2000 – 2500 | <input type="radio"/> keine Angabe |

**6.) Wie oft üben Sie AKTIV pro Woche Sport aus?**

- Kein mal
- 1-2 mal
- 3-4 mal
- über 4 mal

**7.) Wie viel EM- Stimmung spüren Sie in Österreich schon jetzt?**

- Sehr viel
- Viel
- Geht
- Wenig
- Gar keine

**8.) Haben Sie vor ein Spiel der EM zu besuchen?**

- Ja
- Nein

**8.a) Wenn nicht: Haben Sie versucht Karten zu kaufen?**

- Ja
- Nein

**8.b) Wenn ja: Wie viel Geld werden Sie (ungefähr) bei Ihrem Besuch/Ihren Besuchen ausgeben? (ohne Ticketpreis!)**

- |                                    |                                     |
|------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="radio"/> 0- 50 Euro   | <input type="radio"/> 200-300 Euro  |
| <input type="radio"/> 50-100 Euro  | <input type="radio"/> 300-400 Euro  |
| <input type="radio"/> 100-200 Euro | <input type="radio"/> über 400 Euro |

**9.) Könnten Sie sich vorstellen, EM Spiele auf Großbild- Leinwänden zu verfolgen („Public-Viewing“)?**

- Vorstellbar
- Nicht vorstellbar

**10.) Können Sie sich vorstellen, die Fanmeile am Wiener Ring zu besuchen?**

- Vorstellbar
- Nicht vorstellbar

**11.) Werden Sie im Rahmen der EM Fan – Artikel kaufen?**

- Ja
- Nein

**12.a) Wenn ja: Wie viel Geld haben Sie vor dafür auszugeben?**

- 0-25 Euro
- 25-50 Euro
- 50-100 Euro
- 100-150 Euro
- 200-250 Euro
- 250-300 Euro
- über 300 Euro

**13.) Welche positiven Effekte erwarten Sie sich im Zusammenhang mit der EM in Österreich. ( Mehrfachnennung möglich!)?****Erhöhung der/des**

- Bekanntheit
- Image
- Infrastruktur
- Tourismus
- Jobs
- Einnahmen
- Events
- Keine

**14.) Fühlen Sie sich durch die EM gestört?**

- Ja
- Nein

**14.a) Wenn ja: Wodurch fühlen Sie sich gestört?****15.) Können Sie die offiziellen Sponsoren der EM 2008 aufzählen?****16.) Wer glauben Sie wird Europameister 2008?****17.) Wie weit glauben Sie wird unser Nationalteam bei der EM kommen?**

## Protokoll

Juni 2007: 1. Gespräch mit Prof. Becker

Aufgaben über Ferien:

- I. Literatur besorgen
- II. Ins Thema „einlesen“
- III. Grobgliederung überlegen

Juni 2007: Gang zur Hauptbücherei zwecks Literatursuche: sehr schwierig- nur 3 Bücher gefunden

Juli & August 2007: Internetrecherche, E-mail- Kontakt mit Wirtschaftskammern

10. September 2007: konkrete Besprechung mit Prof. Becker

- I. Grobgliederung besprochen
- II. Material gezeigt
- III. Anregung von Prof. Becker zur „eigenen Forschung“ -Ideen sammeln!

17. September 2007: Gespräch mit Prof. Becker

- I. Idee zur Meinungsumfrage fixiert
- II. Genaue Titelformulierung
- III. Disposition besprochen

21. September 2007: Abgabe der Anmeldung und Disposition

22. und 23. September: Beginn 1. Kapitel

1. und 2. Oktober: Kapitel „Ski - WM St. Anton“

6. und 7. Oktober: Kapitel „Donauinselfest“

10.-20. Oktober: Kapitel „Kongresstadt Wien“

23. Oktober: Gespräch mit Prof. Becker

- I. Bei Büchern Datum der Veröffentlichung angeben
- II. 1,5 Zeilenabstand überall einhalten
- III. Bei Kapitel „Donauinselfest“ Zahlen überprüfen

26. Oktober- 4. November: Kapitel „Theoretische Auswirkungen von Großveranstaltungen“

5. November: Gespräch mit Prof. Becker

- I. Mind Map händisch zeichnen
- II. Grafiken mit Text bündig abschließen
- III. Bei allen Quellen Seitenangabe nicht vergessen
- IV. Verwendung von Daten von der WM aus Deutschland im Kapitel „Handel“
- V. Großveranstaltungen im internationalen Vergleich im dritten Kapitel angeben

9. November: Überarbeitungen der ersten Kapitel

20.- 25. November: Beginn letztes Kapitel „Fußball -Europameisterschaft 2008“

30. November: formale Überarbeitung

1. – 5. Dezember: Fertigstellung des letzten Kapitel „Fußball - Europameisterschaft 2008“

9. Dezember: Interview mit Mag. Wiesinger

12. Dezember: Einbau des Interviews in Gesamttext

13. Dezember: Gespräch mit Prof. Becker

- I. Meinungsumfrage per e-mail an abecker@gmx.at schicken
- II. Eishockey WM als ein Beispiel hinzufügen
- III. Vergleichszahlen Wien Tourismus einfügen
- IV. Bild von der Fanmeile einfügen
- V. Zahl: durchschnittliche Ausgaben eines österreichischen Sommertouristen überprüfen

14. Dezember: Interview mit Mag. Kaufmann

Interview mit Ing. Hesoun

15. und 16. Dezember: Einbau der Interviews in Gesamttext

Formale Überarbeitung

19. Dezember: Kapitel „Eishockey Weltmeisterschaft 2005“

7. Jänner: kurzes Gespräch mit Prof. Becker

- I. Erklärung nicht vergessen zu schreiben!
- II. Literaturverzeichnis fehlt
- III. Kein Nachwort- dafür Zusammenfassung
- IV. Am Ende außerdem eine kurze Übersicht über  
die wichtigsten (internationalen)  
Großveranstaltungen

---

## Lebenslauf Judith Draskovits

---

### Persönliche Daten:

Judith DRASKOVITS  
Felixgasse 107, 1130 Wien  
geboren am 11.04.1990 in Wien  
Österreichische Staatsbürgerin



### Ausbildung:

1996-2000 Volksschule St. Ursula  
seit 2000 Gymnasium St. Ursula  
Mathematischer Zweig

#### Sprachen:

Englisch (sehr gut)  
Französisch (gut)  
Spanisch (Grundkenntnisse)

### Auslandsaufenthalte:

Sommer 2002: 4 Wochen, Sprach-Camp (CISV) in Tampere, Finnland  
Sommer 2003: 2 Wochen, Gymnastrada (internationales  
Gymnastiktreffen) in Lisabon, Portugal  
Sommer 2004: 4 Wochen, Sprach-Camp(CISV) in Beirut, Libanon  
Sommer 2005: 6 Wochen, Sport-Camp in Connecticut, USA  
September 2005: 2 Wochen, Sprachaufenthalt in Dublin, Irland  
April 2007: 2 Wochen, Sprachaufenthalt in Malaga, Spanien

**Praktika:**

- Sommer 2006: 5 Wochen, Praktikum bei „Austrian Airlines“ und Sprachkurs „France Langue“ in Paris, Frankreich
- Jänner 2007: 2-wöchiges Sozialprojekt im AKH Wien-Universitätsklinik
- Sommer 2007: 4 Wochen Au-pair-Mädchen in Frankreich
- Herbst 2007: 3-tägiges Berufspraktikum Anwaltskanzlei „KÖHLER DRASKOVITS STROLZ“

**Zusätzliche Qualifikationen:**

Führerschein (B-Klasse)

2 Jahre Schülervertretung Gymnasium St. Ursula

8 Jahre Klassensprecher

Sprachen:

Englisch:

Cambridge Zertifikat B2

Französisch:

Delf- Zertifikat A1

Diverse Präsentations- und Rhetorikkurse

Teilnahme am „Wiener Jugendredewettbewerb 2006 & 2008“

Einführung in „wissenschaftliches Arbeiten“

**Hobbys:**

Tennis wettkampfmäßig (WTV Meisterschaften)

Tanzen (seit 2004 Leiterin einer Showtanzgruppe)

Computer und Internet

Skifahren und Snowboarden

Lesen und Freunde treffen.

---

## Literaturverzeichnis

Burgstaller, Heinz: Erbenismarketing: Die Vermarktung von Sportveranstaltungen. Diplomarbeit: WU- Wien, 1994

Brönnimann, Max: Die touristische Bedeutung von Wintersport-Großveranstaltungen: Grundlagenstudie über die Auswirkungen von alpinen Weltcuprennen, Skiweltmeisterschaften und Olympischen Winterspielen auf das touristische Angebot und die touristische Nachfrage des Veranstaltungsortes. Bern: Eigenverlag, 1982

Bruhn, Manfred: Kommunikationspolitik 2. Auflage. München: Franz Vahlen Verlag, 2003

Der Neue Brockhaus. Zweiter Band, 1974

Doblhammer, Martin: Die wirtschaftlichen und gesellschaftliche Bedeutung des Fußballsports in Österreich im Zusammenhang mit der Bewerbung von Österreich- Ungarn zur Austragung der Fußball- Europameisterschaft 2004. Diplomarbeit: WU- Wien, 1999

Dreyer, A.; Krüger, A.: Sporttourismus. Management- und Marketing-Handbuch. München/Wien: Oldenbourg Verlag: 1995

Ehrmann, Harald: Logistik. Kiehl: Kiehl Verlag, 2003

Gans, P.; Horn, M.; Zeman, C.: Sportgroßveranstaltungen- ökonomische, ökologische und soziale Wirkungen. Schorndorf: Hoffmann GmbH & Co.KG, 2003

Handlinger, Thomas: Ökonomische Implikationen der Fußball-Europameisterschaft 2008 für die österreichische Volkswirtschaft. Diplomarbeit: WU- Wien, 2006

---

Haunschmidt, Franz: Sport und Recht in Österreich. Für Sportler, Vereine, Verbände und Sponsoren. LexisNexis Verlag: Wien

Heinemann, K.; Schubert, M.: Sport und Gesellschaften. Schorndorf: Verlag Hofmann Schorndorf, 2001

Heinzel, R.; Zimmermann, M.: Handbuch umweltschonender Großveranstaltungen -Leitfaden für Planung und Durchführung unterschiedlicher Veranstaltungstypen. Berlin: Erich Schmidt Verlag, 1990

Helmenstein, C.; Kleissner, A.; Moser, B.: Makroökonomische und sektorale Effekte der UEFA EURO 2008 in Österreich. Wien: Institut für Sportökonomie, 2007

Holzbauer, U.; Jettinger, E.; Knauss, B.; Moser, R.; Zeller, M.: Eventmanagement. Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen. Berlin: Springer, 2002

Jaromi, Sabine: Alpine Ski- Weltmeisterschaften 2004 in St. Anton am Arlberg- eine nachhaltige Investition? Diplomarbeit: WU- Wien, 2002

Karner, Doris A.: Die Bedeutung österreichischer Festspiele für die Region, die Wirtschaft und den Fremdenverkehr anhand von Bregenz, Linz und Salzburg. Diplomarbeit: WU- Wien, 1990

Kaspar, Robert: Die Entwicklung von Wintersportgrossveranstaltungen in Zielrichtung Umwelt. Dissertation: WU- Wien, 1997

Klapeer, Georg: Sicherheitsaspekte bei Großveranstaltungen. Diplomarbeit: WU- Wien, 2001

Königswieser, R.; Keil, M.: Das Feuer großer Gruppen. Konzepte, Designs, Praxisbeispiele für Großveranstaltungen. Klett- Cotta: Stuttgart, 2000

---

Maschkan, Hannes: Olympische Spiele und ihre Auswirkungen- Eine Analyse ökonomischer und nicht ökonomischer Faktoren. Diplomarbeit: WU- Wien, 2006

Priester, Andreas: Impulse von Fußballgroßveranstaltungen auf die sozio - ökonomische Entwicklung von Regionen unter besonderer Berücksichtigung der Fußball- Europameisterschaft 2008. Diplomarbeit: Universität Wien, 2003

Rauscher, Stefan: Logistik der Fußballeuropameisterschaft 2008. Diplomarbeit: WU- Wien, 2006

Ruckser, Norbert: Risk Management bei Sportveranstaltungen. Diplomarbeit: WU- Wien, 2000

Rütter, H., Stettler, J., Amstutz, M., deBary, A., Grozea-Helmenstein, D. : Economic Impact of UEFA EURO 2008 for Switzerland, 2004

Scharmitzer, Anton: Kosten-Nutzen- Analyse der Fußball-EM 2008 in Österreich. Diplomarbeit: Wu-Wien, 2007

Trosien, G.; Dinkel, M.: Sport- Tourismus als Wirtschaftsfaktor. Produkte-Branchen- Vernetzungen. Nürnberg: Afra Verlag, 2001

Vincena, Florian: Regionalwirtschaftliche Bedeutung eines Sportgroßereignisses in der Region Wien- demonstriert anhand der Fußball Europameisterschaft 2008 in Österreich und der Schweiz. Diplomarbeit: WU- Wien, 2005

Winkler, Klaus: Regionalwirtschaftliche Aspekte und Besucherzufriedenheit von Großveranstaltungen. Fallstudie Wiener Donauinsselfest. Dissertation: WU- Wien, 2004

---

Witschek, Georg: Die Bedeutung von Qualitätsmerkmalen bei der Durchführung und Planung eines großen Sportereignisses am Beispiel von Fußballeuropameisterschaften. Diplomarbeit: WU- Wien, 2004

Verzeichnis der sonstigen Quellen:

Das war der Life- Ball 2007. In [http://www.lifeball.org/lifeball/show\\_content2.php?s2id=6](http://www.lifeball.org/lifeball/show_content2.php?s2id=6). Zugriff am 29.9 2007.

Der Trend zum Event. Erlebnisgesellschaft und Sport : Großveranstaltungen im Sport. In <http://www.dosb.de/fileadmin/fmdsb/arbeitsfelder/umweltsportstaetten/Veroeffentlichungen/Grossveranstalt.pdf> . Zugriff am 29.11.2007.

Die Fanmeile- ein Fall für Wettbewerbshüter. In <http://www.wirtschaftsblatt.at/archiv/270107/index.do> . Zugriff am 8.12. 2007.

Fünf Unternehmen sorgen für Sicherheit in Österreichs EURO- Stadien. In <http://de.uefa.com/competitions/euro/organisation/kind=131072/newsid=599930.html> Zugriff am 12.12.2007.

Großveranstaltungen- Rolle und Bedeutung auf den Tourismus. In [http://www1.messeberlin.de/vip8\\_1/website/MesseBerlin/htdocs/www.fair.itb-berlin.de/de/Messeinfos/MarketTrends/freyer.pdf](http://www1.messeberlin.de/vip8_1/website/MesseBerlin/htdocs/www.fair.itb-berlin.de/de/Messeinfos/MarketTrends/freyer.pdf) . Zugriff am 29.11.2007.

Hohe Auszeichnung für Veranstaltungsdestination Salzburg. In <http://www.pressefach.info/salzburgcb/200702-conga-award.htm> . Zugriff am 29. 9. 2007.

Kein Massenandrang rund um Papst Besuch. In <http://wien.orf.at/stories/220371/>.Zugriff am 29.9. 2007.

Verzeichnis der Expertengespräche:

Interview mit Ing. Wolfgang Hesoun. Durchgeführt am 14. Dezember 2007.

Interview mit Mag. Martin Wiesinger. Durchgeführt am 9. Dezember 2007.

Interview mit Mag. Herbert Kaufmann. Durchgeführt am 14. Dezember 2007.

## Abbildungsverzeichnis

	<b>Bezeichnung</b>	<b>Quellen</b>
1.	Gesamtmodel Sport-Großveranstaltung	<a href="http://www.sporteentscorecard.ch/pdf/fallstudie_schwingfest.pdf">http://www.sporteentscorecard.ch/pdf/fallstudie_schwingfest.pdf</a> ( Zugriff am 08.12.2007) .
2.	Einstellung gegenüber Großveranstaltungen	<a href="http://www.stadt-zuerich.ch/internet/stez/stez/publikationen/PublikationenNachThema/bevbefragung.ParagraphContainerList.ParagraphContainer1.ParagraphList.0055.File.pdf/Grossveranstaltungen_Oktober04_2.pdf">http://www.stadt-zuerich.ch/internet/stez/stez/publikationen/PublikationenNachThema/bevbefragung.ParagraphContainerList.ParagraphContainer1.ParagraphList.0055.File.pdf/Grossveranstaltungen_Oktober04_2.pdf</a> ( Zugriff am 08.12.2007) .
3.	Theoretische Auswirkungen von Großveranstaltungen	Judith Draskovits
4.	Ökonomische Auswirkungen	Judith Draskovits
5.	Standortattraktivität	Trosien, G./Dinkel M.: Sport- Tourismus als Wirtschaftsfaktor. Produkte- Branchen Vernetzung;2001,Seite23 .
6.	Beschäftigungseffekt	Judith Draskovits
7.	Konsumverhalten während der WM in Deutschland	<a href="http://www.deutschlandtourismus.at/pdf/DZT_WM_Bilanz.pdf">http://www.deutschlandtourismus.at/pdf/DZT_WM_Bilanz.pdf</a> S. 5 (Zugriff am 24.Oktober 2007) .
8.	Bilder Umweltverschmutzung	Judith Draskovits
9.	Veränderung der Übernachtungen im Winter	Statistiken Winter 00-01 Tourismusverband St. Anton am Arlberg- S. 1 .
10.	Veränderungen der Übernachtungen im Winter	Statistiken Winter 06-07 Tourismusverband St. Anton am Arlberg- S.1 .
11.	Gäste- und Nächtigunzshalen 1999/00 und 2000/01	Statistiken Winter 00-01 Tourismusverband St. Anton am Arlberg-S. 1 .
12.	WM-Image Profile im	Executive Summary zu den WM-Studien St.

	Vergleich	Anton 2001/ St. Moritz 2003 und Bormio 2005: MCI Tourismus und Freizeitwirtschaft (FH), 2005 –S. 5.
13.	Übersichtsplan	A. Aschauer: Eventdaten zum Donauinsselfest 2004, S. 8 .
14.	Besuchszahlen	S. Kostelecky: Zahlen, Daten, Fakten Donauinsselfest- Update 2006, S.2 .
15.	Tagesbesuche	S. Kostelecky: Zahlen, Daten, Fakten Donauinsselfest- Update 2006, S.2 .
16.	Besucherdaten 2006	S. Kostelecky: Zahlen, Daten, Fakten Donauinsselfest- Update 2006, S. 3 .
17.	Besucherdaten 2004	A. Aschauer: Studie: Eventdaten zum Donauinsselfest 2004, S. 4.
18.	Ausgaben am Donauinsselfest pro Besucher in Prozent	Winkler, Klaus: Regionalwirtschaftliche Aspekte und Besucherzufriedenheit von Großveranstaltungen. Fallstudie Wiener Donauinsselfest. Dissertation: WU- Wien,2004, S. 228.
19.	Ausgaben nach Kategorien in Prozent	Winkler, Klaus: Regionalwirtschaftliche Aspekte und Besucherzufriedenheit von Großveranstaltungen. Fallstudie Wiener Donauinsselfest. Dissertation: WU- Wien,2004, S. 229.
20.	Ausgaben der gesamten Tagesbesucher	Winkler, Klaus: Regionalwirtschaftliche Aspekte und Besucherzufriedenheit von Großveranstaltungen. Fallstudie Wiener Donauinsselfest. Dissertation: WU- Wien,2004, S. 240.
21.	Ausgaben der Veranstalter 2002	Winkler, Klaus: Regionalwirtschaftliche Aspekte und Besucherzufriedenheit von Großveranstaltungen. Fallstudie Wiener Donauinsselfest. Dissertation: WU- Wien,2004, S. 250.
22.	Medienverteilung 2004	Studie von der Sozialwissenschaftlichen

		Studiengesellschaft (SWS) 2004.
23.	Wiener Meinungsumfrage 2004	Aschauer: Eventdaten zum Donauinselfest 2004, S. 6.
24.	Orientierungsbaum Kongress- und Tagungsstatistik	Kongress- und Tagungsstatistiken, Österreichwerbung abcn, R& D.
25.	Veranstaltungsanzahl 1996-2005	Wiener Kongressstatistik 2005, Vienna Convention bureau, S. 17.
26.	Messezentrum Wien	<a href="http://www.messecongress.at/">http://www.messecongress.at/</a> (Zugriff am 20.10.2007).
27.	Nächtigungsanzahl	Wiener Kongressstatistik 2005, Vienna Convention bureau, S. 19.
28.	Anteil am Gesamtnächtigungsergebni s Wien	Wiener Kongressstatistik 2005, Vienna Convention bureau, S. 7.
29.	Wiener Kongresstourismus	Wiener Kongressstatistik 2005, Vienna Convention bureau, S. 29.
30.	Wertschöpfungskette	Judith Draskovits
31.	Platzierung Wiens	Wiener Kongressstatistik 2005, Vienna Convention bureau, S. 13.
32.	Direkte und indirekte ökonomische Effekte des Tourismus in Österreich, 2000- 2006 (in Mio. € und % des BIP)	Helmenstein, Christian; Kleissner, Anna; Moser, Bernhard: Makroökonomische und sektorale Effekte der UEFA EURO 2008 in Österreich.Wien: Institut für Sportökonomie, 2007, S. 44.
33.	Übernachtungen und Ausgaben im Rahmen der Europameisterschaft in Österreich (Maximalvariante)	Helmenstein, Christian; Kleissner, Anna; Moser, Bernhard: Makroökonomische und sektorale Effekte der UEFA EURO 2008 in Österreich.Wien: Institut für Sportökonomie, 2007, S. 53.
34.	Übernachtungen und Ausgaben im Rahmen der Europameisterschaft in Österreich	Helmenstein, Christian; Kleissner, Anna; Moser, Bernhard: Makroökonomische und sektorale Effekte der UEFA EURO 2008 in Österreich.Wien: Institut für Sportökonomie,

	(Minimalvariante)	2007, S. 53.
35.	Tourismusinduzierter, totaler Wertschöpfungseffekt in Österreich, nach Wirtschaftskategorien (in Mio. €)	Helmenstein, Christian; Kleissner, Anna; Moser, Bernhard: Makroökonomische und sektorale Effekte der UEFA EURO 2008 in Österreich. Wien: Institut für Sportökonomie, 2007, S. 56.
36.	Stadienkosten	Judith Draskovits
37.	Direkte und multiplikativer Wertschöpfungseffekt aus Infrastrukturinvestitionen in Österreich und im Ausland	Helmenstein, Christian; Kleissner, Anna; Moser, Bernhard: Makroökonomische und sektorale Effekte der UEFA EURO 2008 in Österreich. Wien: Institut für Sportökonomie, 2007, S. 29.
38.	Totaler Beschäftigungseffekt der Infrastrukturinvestitionen nach Wirtschaftskategorien (Jahresbeschäftigungsplätze)	Helmenstein, Christian; Kleissner, Anna; Moser, Bernhard: Makroökonomische und sektorale Effekte der UEFA EURO 2008 in Österreich. Wien: Institut für Sportökonomie, 2007, S. 37.
39.	Offizielle Sponsoren der Europameisterschaft 2006	Judith Draskovits
40.	Fanmeile in Wien	<a href="http://www.fynf.at/?d=f&amp;i=1057&amp;m=v">http://www.fynf.at/?d=f&amp;i=1057&amp;m=v</a> (Zugriff am 19.12.2007).
41.	Gesamte Wertschöpfungseffekte	Helmenstein, Christian; Kleissner, Anna; Moser, Bernhard: Makroökonomische und sektorale Effekte der UEFA EURO 2008 in Österreich. Wien: Institut für Sportökonomie, 2007, S. 81.
42.	Gesamte Beschäftigungseffekte (in Jahresbeschäftigungsplätzen)	Helmenstein, Christian; Kleissner, Anna; Moser, Bernhard: Makroökonomische und sektorale Effekte der UEFA EURO 2008 in

		Österreich.Wien: Institut für Sportökonomie, 2007, S. 82.
43.	Daten & Fakten	Judith Draskovits
44.	Anzahl der befragten Personen	Judith Draskovits
45.	Geschlechterverteilung bei EM- Besuchern	Judith Draskovits
46.	EM- Stimmung in Österreich	Judith Draskovits
47.	Public- Viewing	Judith Draskovits
48.	potentielle Fan- Meilen Besucher	Judith Draskovits
49.	Fan- Artikel Käufer	Judith Draskovits
50.	voraussichtliche Ausgaben für Fan- Artikel	Judith Draskovits
51.	erwartete positive Effekte	Judith Draskovits
52.	voraussichtliche Belästigung	Judith Draskovits
53.	Störungen durch die EM	Judith Draskovits
54.	Europameister 2008	Judith Draskovits