

WIEVIEL IST DEN DEUTSCHEN DIE AUSRICHTUNG DER FIFA- WM 2006 WERT UND WARUM?

Eine repräsentative Studie auf Grundlage der Contingent-Valuation-Methode¹

Malte HEYNE, *Universität Bremen*²

Bernd SÜSSMUTH, *Technische Universität München*

August 2006

¹ Für Anregungen und Kommentare danken wir den Teilnehmern der Jahrestagung der *International Association of Sports Economists* (IASE) und des Arbeitskreises Sportökonomie (AK) 2006 an der Ruhr-Universität Bochum, insbesondere Dr. Martin-Peter Büch, Direktor des Bundesinstituts für Sportwissenschaft (BISp) a.D., ferner zwei unbekanntenen Gutachtern.

² Kontakt: Malte Heyne, Fehrfeld 58, 28203 Bremen, Tel.: 01797406287, eMail: malteheyne@yahoo.de

1. Einführung

*Fußball ist, wenn 22 Mann dem Ball hinterherlaufen, und am Ende gewinnen immer die Deutschen.*³

Gary Lineker

Die Anhänger der deutschen Nationalmannschaft glauben, dass sich diese viel zitierte Aussage der englischen Stürmerlegende Gary Lineker auch bei der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 bewahrheiten wird. Als Gastgeber macht sich Deutschland jedoch Hoffnungen, nicht nur in sportlicher Hinsicht zu gewinnen.

Die Organisatoren und die deutsche Regierung propagieren, dass Deutschland als Staat und Gesellschaft unabhängig vom sportlichen Erfolg ebenfalls zu den Gewinnern der Fußball-Weltmeisterschaft zählen wird, weil die Ausrichtung der WM Deutschland wirtschaftliche Vorteile verschafft. Mit der Aussicht auf solche Gewinne wird die öffentliche Subventionierung der Weltmeisterschaft gerechtfertigt. Erfahrungswerte von früheren Sportgroßveranstaltungen deuten aber darauf hin, dass die öffentliche Subventionierung solcher Events nicht in allen Fällen gerechtfertigt war. Einige Ausrichterländer von Sportgroßveranstaltungen wurden sogar mit negativen Nettoergebnissen konfrontiert. Eine Reihe von Ökonomen gelangt daher zu der Auffassung, dass die breite Unterstützung in der Bevölkerung für öffentliches Engagement finanzieller Art bei Sport-Events auf die hohe Bedeutung intangibler Faktoren zurückzuführen ist (Késenne, 1999; Szymanski, 2002; Rahmann *et al.*, 1998). Hierunter sind Kosten und Nutzen zu verstehen, für die keine Marktpreise existieren, weswegen keine oder nur eine unzureichende Monetarisierung möglich ist.

Damit aber nicht negative Nettoergebnisse ökonomischer Impactstudien über Sportgroßveranstaltungen per se mit der Bereitstellung von solchen öffentlichen Gütern gerechtfertigt werden, ergibt sich ein massiver Bedarf nach geeigneten Konzepten zur Bewertung intangibler Effekte. In benachbarten Disziplinen, wie der Umwelt- und Kulturökonomik, finden sich solche Ansätze. Anwendungen in der Sportökonomie sind aber noch relativ selten.

Gegenstand dieses Beitrags ist die Bewertung und Monetarisierung der intangiblen Wirkungen der WM 2006. Es geht also um die Beantwortung der Frage, ob die Deutschen trotz eines unklaren ökonomischen Nettoergebnisses und des sportlichen Abschneidens der Nationalmannschaft durch ihre Gastgeberrolle am Ende gewinnen. Das Spektrum der möglichen intangiblen Wirkungen ist vielfältig. Der ausrichtenden Bevölkerung können einerseits Erlebnis- und Freizeitnutzen entstehen, andererseits kann die Ausrichtung das gesellschaftliche Zusammengehörigkeitsgefühl und „*Civic Pride*“ fördern. In der englischsprachigen Literatur werden diese intangiblen, nutzenstiftenden Größen des Außen- und Innenimage als *Feelgood-Factor* bezeichnet. Der *Feelgood-Factor* umfasst Aspekte, wie gesellschaftlichen Zusammenhalt, *Civic Pride*, Ansehen im Ausland und ähnliche gesamtwirtschaftliche Wohlfahrtskomponenten. Tabelle 1 gibt einen Überblick über die Bestandteile

³ Gary Lineker nach der Niederlage gegen Deutschland im Halbfinale bei der Fußball-Europameisterschaft 1996.

potentiellen intangiblen Nutzens einer WM-Ausrichtung.

Darüber hinaus ist allerdings zu beachten, dass eine WM-Ausrichtung auch negative externe Effekte auslösen kann. Beispiele für solche Kosten sind überfüllte Innenstädte während des Turniers, Beeinträchtigungen durch bauliche Maßnahmen oder durch Ausschreitungen während der Spiele, Transportverzögerungen, individuelle Belästigung durch eine übermäßige mediale Berichterstattung sowie ökologische Beeinträchtigungen, etwa durch erhöhtes Müllaufkommen oder auch Opportunitätskosten einer alternativen Steuermittelverwendung.

Kategorie	Art des Nutzens	Beispiele
<i>Use-Value</i>	Direkter Konsum	Erlebnis- und Freizeitnutzen durch Stadionbesuch; Event-Erlebnis in den WM-Spielorten; Nachnutzung der Event-Infrastruktur
	Indirekter Konsum	Konsum dieses Erlebnis- und Freizeitnutzens über die Medien (nicht der Konsum der Fußballspiele über die Medien)
<i>Nonuse-Value</i>	Existenzwert	Präferenz für die Lokalisierung der Nutzenstifter im eigenen Land
	Optionswert	Möglichkeit Erlebnis- und Freizeitnutzen zu konsumieren
	Vermächtniswert	Motivation von Kindern; Vermittlung sportlicher Werte; Sozialisations- und Integrationsgewinne; Förderung sportlicher Betätigung; Vererbung des WM-Ausrichter-Status
	<i>Feelgood-Factor</i>	Positives Gefühl WM-Gastgeber zu sein; psychologische und ökonomische Impulswirkung; politische und persönliche Sendungsgewinne; Freude in einem weltweit bedeutenden Land zu leben; Förderung gesellschaftlichen Zusammenhalts und <i>Civic Pride</i> ; Stärkung regionaler/nationaler Identität; Imagewerbung

Tabelle 1: Nutzenkategorien einer Fußball-WM-Ausrichtung.

Eine Möglichkeit die öffentlichen Nutzen und Kosten der WM-Ausrichtung zu bewerten, bietet die *Contingent Valuation Method* (CVM).

2. Methodik

Unter CVM werden in der angelsächsischen Fachliteratur Verfahren zusammengefasst, die unmittelbar darauf abzielen, die Zahlungsbereitschaften oder Kompensationsforderungen von Wirtschaftssubjekten für die Bereitstellung oder den Entzug öffentlicher Güter zu ermitteln. Durch Befragungen wird versucht die Präferenzen von Konsumenten für öffentliche Güter in monetären Werten zu erfassen. Die Werte werden innerhalb eines konstruierten Szenarios erhoben, in dem öffentliche Güter direkt handelbar sind. Hiermit werden hypothetische Konsumentenrenten bestimmt.

Die traditionellen Anwendungsgebiete der CVM liegen im Bereich der Umwelt- und Naturschutzökonomie. Die Analyse wurde aber auch auf kulturelle Güter und die Erfassung von

Freizeitnutzen ausgeweitet. Johnson und Whitehead (2000) haben den CVM-Ansatz erstmals im Rahmen einer sportökonomischen Studie genutzt und die Verwendungsfähigkeit der Methode für sportökonomische Fragestellungen aufgezeigt. Die Untersuchung versucht mit Hilfe dieser Methodik den Wert der öffentlichen Güter zu bestimmen, den Sportmannschaften erzeugen. Dies dient der Feststellung, ob öffentliche Subventionen für Stadien durch die Bereitstellung solcher öffentlichen Güter gerechtfertigt sind. Johnson und Whitehead (2000) führen postalische Befragungen in Fayette County, Kentucky, zu zwei Aspekten durch. Zum einen wird die Zahlungsbereitschaft für die Errichtung einer neuen Basketballarena abgefragt. Durch die Maßnahme sollen die sportlichen Erfolgsaussichten der *University of Kentucky Wildcats* gesteigert werden. Zum anderen wird nach der Zahlungsbereitschaft für den Bau eines kleinen Basellballstadions gefragt. Mit diesem Stadion soll eine *Minor-League*-Baseballmannschaft in die Region geholt werden. Die Ergebnisse zeigen, dass der Wert der Summe der zusätzlich entstehenden öffentlichen Nutzenbestandteile deutlich unter den Investitionskosten liegt. Johnson und Whitehead (2000) gelangen daher zu der Erkenntnis, dass Unterstützungen der öffentlichen Hand in der geforderten Höhe nicht rechtfertigt sind.

Aufbauend auf dieser Studie führen Johnson, Groothuis und Whitehead (2001) eine CVM-Studie über die von einer *Major-League*-Mannschaft erzeugten Externalitäten durch. Am Beispiel der *National Hockey League* (NHL-) Mannschaft *Pittsburgh Penguins* fragen sie postalisch die Bewohner der Region nach ihrer Zahlungsbereitschaft dafür, dass die Stadt Pittsburgh das Team aufkauft und somit dauerhaft keine Gefahr eines Wegzugs besteht. Die Ergebnisse bestätigen die ursprüngliche Studie. Allerdings kommt der Sportart Eishockey in den USA im Vergleich zu American Football, Basketball und Baseball eine untergeordnete Bedeutung zu. Daher erscheinen die Ergebnisse nicht auf die anderen *Major*-Sportarten übertragbar.

Rappaport und Wilkerson (2001) beurteilen den CVM-Ansatz zur Bewertung der Vorteile, die die Beheimatung eines *Major-League*-Teams mit sich bringt, grundsätzlich positiv. Zur Studie von Johnson, Groothuis und Whitehead (2001) zu den *Pittsburgh Penguins* merken sie jedoch kritisch an, dass die Werte deshalb so niedrig liegen könnten, weil Pittsburgh neben den *Penguins* noch zwei weitere *Major-League*-Teams beheimatet. Auch wenn die *Penguins* die Stadt verlassen würden, würden die beiden anderen Mannschaften Pittsburgh immer noch den Status einer *Major-League*-Stadt verleihen. Siegfried und Zimbalist (2000) identifizieren diesen Status als Triebkraft für öffentliche Subventionen in Trainingsstätten und Stadien. Rappaport und Wilkerson (2001) sprechen daher von einem abnehmenden Grenznutzen zusätzlicher *Major-League*-Teams für eine Stadt oder Region.

Johnson, Mondelo und Whitehead (2005) führen ebenso eine CVM-Studie über die Wertschätzung von Effekten mit Öffentlichem-Gut-Charakter, die durch ein *National Football League* (NFL-) Team erzeugt werden, am Beispiel der *Jacksonville Jaguars* durch. Jacksonville erlangte erst durch die Ansiedlung der *Jaguars* den Status einer *Major-League*-

Stadt, wodurch die Frage überprüft werden konnte, ob die Ergebnisse der Pittsburgh-Studie allein wegen der Anwesenheit von zwei weiteren *Major-League*-Teams und der relativ unpopulären Sportart Eishockey so niedrig ausfielen. Aber auch die Ergebnisse dieser Studie sprechen gegen eine öffentliche Subventionierung von Stadionbauten zur Erzeugung positiver Externalitäten.

Der CVM-Ansatz wurde jüngst auch auf Sportgroßveranstaltungen angewendet. Im Auftrag der britischen Regierung, der *London Development Agency* und Interessenvertretern der Londoner Olympiabewerbung hat die Wirtschaftsberatung *eftec* eine Studie über die Bedeutung der Ausrichtung Olympischer Spiele für einen lokalen, regionalen und nationalen *Feelgood-Factor* (siehe Tabelle 1) erstellt. Die Studie ergab, dass Olympische Spiele sicherlich intangible Wirkungen außerhalb von London hervorrufen und dass die Vertrautheit der Befragten mit den öffentlichen Gütern, die Olympische Spiele erzeugen, die Höhe ihrer Zahlungsbereitschaft stark positiv beeinflusst. Insgesamt wird geschätzt, dass die Bevölkerung des Vereinigten Königreiches bereit ist, ungefähr 4,6 Milliarden Euro für die Ausrichtung Olympischer Spiele in London zu zahlen (*eftec*, 2005).

3. Untersuchungsdesign

Unser Vorgehen orientiert sich an den Empfehlungen des *National Oceanic & Atmospheric Administration* (NOAA-) Panels zur Durchführung von CVM-Studien (*Arrow et al.*, 1993). Eine wesentliche Abweichung von den Richtlinien wurde vorgenommen, um den spezifischen Anforderungen dieser Studie gerecht zu werden. Statt persönlicher Interviews wird eine Online-Befragung durchgeführt, weil diese Befragungsform die Vorteile einer schriftlichen Befragung mit denen eines Computer-gestützten Interviews kombiniert. Darüber hinaus hat dies weitere praktische Vorteile. Es ist möglich innerhalb kurzer Zeit eine hohe Anzahl von Personen zu befragen und auch überregionale Befragungen können ohne Einschränkungen durch räumliche Unterschiede schnell durchgeführt werden (*Lütters*, 2004).

Die Konstruktion des endgültigen Fragebogens beruht auf den Erkenntnissen aus vorhergehend durchgeführten Tests. Der Fragebogen wurde zunächst in zwei Fokus-Gruppen diskutiert, anschließend in Kognitiv-Interviews getestet und in einem zweistufigen *Pre-Test* erprobt. Er ist in die drei Bereiche Einleitung, Szenario und Personenstatistik eingeteilt.

Die Einleitung beginnt mit allgemeinen Informationen für den Probanden. Er wird darauf hingewiesen, dass die Teilnahme freiwillig ist, die Ergebnisse vertraulich und nur zu wissenschaftlichen Zwecken erhoben werden, um das Auftreten strategischen Verhaltens zu minimieren. Vorab wird auch erwähnt, dass es weder richtige noch falsche Antworten gibt, um sozial erwünschtes Verhalten des Probanden vollständig auszuschließen.

Nach der Einwilligung der Testperson in die Befragung, wird er gebeten, sich eine kurze Einführung mit Informationen zum Bewertungsobjekt durchzulesen. Das Auftreten von in der Literatur so genannten *Embedding*-Effekten ist im Rahmen dieser Befragung sehr un-

wahrscheinlich: Die Ausrichtung einer Fußball-Weltmeisterschaft stellt für ein bestehendes, demokratisches Land in Friedenszeiten ein höchst seltenes, in der Regel einmaliges, Ereignis dar, weswegen lediglich die Wertsteigerung von bereits existierenden, intangiblen öffentlichen Gütern wie dem gesellschaftlichen Zusammengehörigkeitsgefühl erfasst wird. Es ist daher nicht zu befürchten, dass die Probanden eine Zahlungsbereitschaft etwa für den prinzipiellen gesellschaftlichen Zusammenhalt angeben.

Im Anschluss an die Einführung werden den Testpersonen Fragen gestellt, die darauf abzielen, ihre Einstellung zur Fußball-Weltmeisterschaft herauszufiltern. Der zweite Abschnitt umfasst das folgende kontrafaktische Szenario und die eigentliche Bewertungsfrage:

Kurz vor Beginn der WM 2006 wurden erhebliche Sicherheitsmängel in den Stadien aufgedeckt. Es besteht akute Gefahr von Terroranschlägen, vergleichbar mit den Attentaten während der Olympischen Spiele 1972 in München. Die FIFA hat daher die Verlegung des WM-Turniers in die Schweiz angeordnet, wo wegen der Vorbereitungen zur Fußball-Europameisterschaft 2008 bereits sämtliche Voraussetzungen vollständig gegeben sind. Dort wären weder Spieltermine und Ablauf noch die Fernsehübertragung beeinträchtigt. Die WM könnte nur in Deutschland stattfinden, wenn die Sicherheit während des Turniers vollständig garantiert werden kann. Das Budget des Organisationskomitees (OK) ist allerdings erschöpft. Die Kosten entsprechender Maßnahmen, wie z.B. die bauliche Anpassung der Stadien nach Sicherheitsaspekten und die Einstellung zusätzlicher Sicherheitskräfte, könnten daher nur durch freiwillige Zuzahlungen aus der Bevölkerung getragen werden.

Dieses hypothetische Szenario ermöglicht es den Probanden ihre subjektive Zahlungsbereitschaft für den Saldo der öffentlichen Nutzen und Kosten anzugeben, welche für sie durch die WM-Ausrichtung entstehen. Die WM fällt nicht aus. Daher kann die deutsche Bevölkerung immer noch Nutzen aus eventuellem sportlichen Erfolg der Nationalmannschaft und dem Verfolgen der andernorts ausgetragenen Spiele am Fernseher ziehen. Somit quantifiziert die Angabe einer Zahlungsbereitschaft der Befragten ausschließlich den Wunsch, dass die WM in Deutschland (lokalisiert) stattfindet.

Nach einer Verständnisprüfung schließt sich die eigentliche Bewertungsfrage an. Bei Angabe einer Zahlungsbereitschaft von Null oder keiner Angabe wird nach einer früheren Zahlungsbereitschaft zum Bewerbungszeitpunkt gefragt. Der Bewertungsfrage folgen Fragen nach den Gründen für die gegebene Antwort. Zum Ende des zweiten Abschnittes wird den Probanden noch die Möglichkeit zur Korrektur ihrer zunächst angegebenen Zahlungsbereitschaft gegeben.

Der dritte Abschnitt erfasst den persönlichen Hintergrund der befragten Personen.

4. Ergebnisse

Der zu evaluierende Personenkreis umfasst die gesamte Bevölkerung der Bundesrepublik Deutschland. Hierbei ist zu beachten, dass Personen unter 14 Jahren aus rechtlichen Gründen nicht in die Stichprobe aufgenommen werden und Personen über 70 Jahren aus Verständnis- und Akzeptanzgründen eher selten befragt werden.

Die Daten wurden Anfang März 2006 erhoben. Insgesamt wurden 1.027 Personen des on- und offline rekrutierten Panels der Comcult Research GmbH angeschrieben. Als die aus Gründen der Repräsentativität erforderliche Anzahl von 500 ordentlichen Befragungen erreicht war, wurde die Umfrage geschlossen. Faktisch ergibt sich daher eine Antwortquote von ca. 50%. Insgesamt wurden 509 Umfrageteilnehmer registriert. Drei Personen brachen die Befragung nach der Einführung ab, vier weitere im Verlauf der Umfrage. Zwei Personen wurden als so genannte „Durchklicker“ identifiziert. Somit ergibt sich eine höchst niedrige Abbruchquote von 1,76%. Dies zeigt, dass die Texte und Fragen gut verständlich und kurzweilig formuliert wurden. Nach der Erläuterung des Szenarios wurde keine Befragung mehr abgebrochen, was darauf hin deutet, dass die Probanden die hypothetische Situation nachvollziehen konnten und als realistisch eingestuft haben.

Die Struktur der befragten Personen stimmt fast vollständig mit den Quotierungen der ursprünglich gezogenen Stichprobe überein. Die Personen des Panels, die an der Umfrage teilnahmen, mussten sich über eine zugewiesene Identität auf der entsprechenden Internetseite anmelden. Über diese Identität konnte die Stratifikation der Stichprobe fein gesteuert werden; Probanden, deren demographischer Hintergrund in der Befragung nicht weiter benötigt wurde, konnten nicht mehr an der Befragung teilnehmen. Lediglich drei Personen brachen die Umfrage ab, als sie in der Einleitung über das Bewertungsobjekt Ausrichtung der Fußball-WM informiert wurden. Eine erste Gefahr der Selbstselektion wurde somit erfolgreich vermieden. Die Stichprobe gibt das Meinungsbild der deutschen Bevölkerung zwischen 14 und 70 Jahren repräsentativ wieder. Der Fragebogen wurde so programmiert, dass Antwortverweigerungen und fehlerhafte Antworten nicht möglich waren. Somit können 500 ausgefüllte Fragebögen in die Analyse eingehen. Lediglich bei der Frage nach dem monatlichen Haushaltseinkommen machten 99 Probanden keine Angabe. Im Rahmen der Regressionsanalyse wird für diese Personen der Mittelwert der ermittelten Einkommenskategorien angesetzt.

Die Studie lieferte folgende Ergebnisse. Fast 85% der deutschen Bevölkerung denken, dass die WM-Ausrichtung für Deutschland insgesamt einen Gewinn darstellt.

Trotz der jüngsten Diskussion um Stadiensicherheit und Terrorgefahr während des Turniers, stellen die Deutschen dem OK der WM 2006 ein gutes Zeugnis aus: Mehr als 80% der Deutschen beurteilen die Organisation der WM 2006 eher positiv.

Die Verteilung der Variable Gesprächsthema Fußball gibt Aufschluss über den Grad des Interesses der befragten Personen am Fußball und somit indirekt auch am Mega-Event WM

2006. Lediglich 6,8 % der befragten Personen gaben an, nie mit Bekannten über das Thema Fußball zu sprechen. Dies erlaubt im Umkehrschluss die Aussage, dass gut 93 % unterschiedlich starkes Interesse am Thema Fußball haben.

In der Studie wurden die Probanden gebeten, ihren Grad der Zustimmung beziehungsweise Ablehnung zu WM-bezogenen Aussagen anzugeben. Mit diesen Aussagen wurden mögliche positive und negative WM-Effekte formuliert. Aus diesen Aussagen wird die Variable WMEFFEKTE gebildet. Hieraus geht hervor, dass die befragten Personen der WM-Ausrichtung positiv gegenüberstehen und überwiegend der Meinung sind, dass die Vorteile der Ausrichtung die Nachteile überwiegen.⁴ Die ermittelten Antworten geben zudem Auskunft darüber, welche Effekte der deutschen Bevölkerung am wichtigsten sind. Bei den positiven Effekten überwiegt die Vorfreude auf das internationale Event, eng verbunden mit der erhofften psychologischen Impulswirkung für die Bevölkerung durch die WM-Ausrichtung. Diese Ergebnisse belegen, dass die WM 2006 in der Bevölkerung durchaus einen nicht unerheblichen *Feelgood-Factor* auszulösen vermag. Hingegen wird der WM das Potential zur Motivation der Bevölkerung zu mehr sportlicher Betätigung weitgehend abgesprochen. Bei den potentiellen negativen Effekten wird vor allem die Gefahr von Gewaltausschreitungen und Terroranschlägen als hoch eingeschätzt. Die Mehrheit der befragten Personen fühlt sich aber nicht durch überfüllte Innenstädte und Transportmittel oder exzessive Medienberichterstattung belästigt. Zur Aussage, ob Steuergelder nicht für die WM sondern alternativ verwendet werden sollen, ist lediglich eine leichte Ablehnung zu erkennen. Dies belegt, dass eine öffentliche Subventionierung der WM nicht gesellschaftsübergreifend akzeptiert wird.

Tabelle 2 zeigt die Häufigkeitsverteilung der angegebenen Zahlungsbereitschaften. Diese Verteilung berücksichtigt auch die angesprochenen Korrekturen der Testpersonen im Laufe der Befragung.

Genau 407 Probanden besitzen keine Zahlungsbereitschaft für den Verbleib der Weltmeisterschaft in Deutschland. Dies entspricht 81,4 % der Befragten. Hieraus ergeben sich Mittelwert, Median und Standardabweichung wie in Tabelle 3 dargestellt. Die in dieser Tabelle ausgewiesenen Werte beziehen sich dabei auf die kodierte Skala. In Euro lässt sich ein Mittelwert von 3,15 Euro, ein Median von 0,00 Euro und eine Standardabweichung von 7,60 Euro ermitteln. Bei einer Hochrechnung des Mittelwertes auf die Gesamtbevölkerung (ca. 82 Millionen) ergibt sich, dass die deutsche Bevölkerung insgesamt bereit ist, 260 Millionen Euro für die Ausrichtung der WM 2006 in Deutschland zu zahlen.

⁴ Bei vollständiger Zustimmung zu einem positiven Effekte erhält der Proband einen Wert von 4 zugeordnet, bei tendenzieller Zustimmung einen Wert von 3, bei tendenzieller Ablehnung einen Wert von 2 und bei völliger Ablehnung einen Wert von 1. Bei negativen Effekten wird eine vollständige Zustimmung mit 1, tendenzielle Zustimmung mit 2, tendenzielle Ablehnung mit 3 und völlige Ablehnung mit 4 bewertet. Keine Angaben gehen mit einem Wert von null in die Analyse ein. Diese zugeordneten Werten werden addiert. Somit ergibt sich eine Skala von 0 – 52 Punkten. Der aggregierte Mittelwert für die gesamte Stichprobe liegt bei 34,7 und damit eindeutig im positiven Bereich am unteren Rand des oberen Drittels der Skala.

	Kodierung ⁵	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente
kein Betrag	0	407	81,4	81,4
0 - 5 Euro	1	12	2,4	2,4
5 - 10 Euro	2	24	4,8	4,8
10 - 20 Euro	3	22	4,4	4,4
20 - 30 Euro	4	9	1,8	1,8
30 - 50 Euro	5	14	2,8	2,8
50 - 70 Euro	6	3	0,6	0,6
> 70 Euro	7	9	1,8	1,8
Gesamt		500	100,0	100,0

Tabelle 2: Häufigkeitsverteilung der Zahlungsbereitschaften.

N	Gültig	500
	Fehlend	0
Mittelwert		0,63
Median		0
Standardabweichung		1,520

Tabelle 3: Mittelwert, Median und Standardabweichung der Zahlungsbereitschaft.

Zur Einordnung der angegebenen Zahlungsbereitschaften wurden die Personen nach den Gründen für die Angabe beziehungsweise Nicht-Angabe einer Zahlungsbereitschaft gefragt. Insgesamt 409 Personen gaben in einem ersten Schritt an, keine Zahlungsbereitschaft zu besitzen.⁶ Es ist wichtig zu erwähnen, dass nur 17 Probanden angegeben haben keine Zahlungsbereitschaft zu besitzen, hingegen zum Zeitpunkt der Bewerbung um die Ausrichtung der WM 2006 bereit gewesen zu sein, einen Betrag zu entrichten. Dieser geringe Anteil zeigt, dass die Personen ehrliche Angaben und nicht aufgrund der nicht überprüfbareren Zahlungsbereitschaft zum Bewerbungszeitpunkt übertriebene Angaben gemacht haben. Aus diesem Grund kann der Einwand, die Studie würde eine verzerrte Zahlungsbereitschaft liefern, weil zum Zeitpunkt der Befragung bereits Teile der durch die WM hinzukommenden öffentlichen Nutzenkomponenten erzeugt wurden, nachhaltig entkräftet werden.

Der wichtigste Grund keinen Betrag für die WM-Ausrichtung zu entrichten war für die Probanden ohne Zahlungsbereitschaft, dass sie persönlich nicht von der WM profitieren. Etwa 92 % der Personen denken, dass die WM ihnen persönlich keinen Nutzen stiftet. Zweithäufigster Grund war, dass es Ihnen egal ist, wo die Weltmeisterschaft stattfindet. Interessant ist zudem, dass auch die Mehrheit der Personen ohne Zahlungsbereitschaft denkt, dass die Vorteile der WM-Ausrichtung die Nachteile überwiegen.

⁵ Die metrische Skalierung der Zahlungsbereitschaften erfordert eine Kodierung der Intervalle.

⁶ Durch die Korrekturmöglichkeit am Ende der zweiten Fragebogensektion, gaben letztlich aber nur 407 Personen an, keine Zahlungsbereitschaft zu besitzen.

Insgesamt wiesen 93 befragte Personen eine Zahlungsbereitschaft dafür auf, dass die WM 2006 in Deutschland ausgerichtet wird. Für drei Viertel dieser Probanden ist das Interesse am Fußball ein Grund hierfür. Knapp 88% sind der Ansicht, dass die WM-Ausrichtung Deutschland politische, soziale und ökonomische Vorteile verschafft. Allerdings erwartet sich nur eine Minderheit von 6,59% hiervon auch persönliche Vorteile. Dies ist bemerkenswert, weil offenbar Vorteile für Deutschland nicht als persönliche Vorteile gewertet werden.

Im Folgenden soll eine Regressionsanalyse Aufschluss geben über die Größenordnung und statistische Signifikanz der ermittelten potentiellen Einflussfaktoren auf die Höhe der angegebenen Zahlungsbereitschaft. Als unabhängige, erklärende Variablen werden dabei unter anderem die unten näher beschriebenen Determinanten herangezogen (Tabelle 4).

Erhebungsfrage	Variable	Ausprägung
Denken Sie, dass die Ausrichtung der Weltmeisterschaft 2006 für Deutschland insgesamt einen Gewinn darstellt?	GEWINN	1 wenn ja 2 wenn nein
Wie beurteilen Sie die Organisation der Weltmeisterschaft?	ORGANISATION	1 wenn positiv 2 wenn eher positiv 3 wenn eher negativ 4 wenn negativ
Wie oft sprechen Sie mit Bekannten über das Thema Fußball	GESPRÄCH	1 wenn sehr häufig 2 wenn häufig 3 wenn manchmal 4 wenn selten 5 wenn nie
Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie zu beziehungsweise nicht zu?	WMEFFEKTE	1 wenn negative Einstellung 2 wenn eher negative Einstellung 3 wenn eher positive Einstellung 4 wenn positive Einstellung Keine Angaben werden nicht bewertet
Ist Ihr Wohnort WM-Spielort?	SPIELORT	1 wenn ja 2 wenn nein
Sind Sie zur Zeit berufstätig?	BERUF	1 wenn ja 2 wenn nein

Wie hoch ist ungefähr ihr monatliches Haushalts Nettoeinkommen?	EINKOMMEN	1 wenn 0-500 Euro 2 wenn 500-1000 Euro 3 wenn 1000-1500 Euro 4 wenn 1500-2000 Euro 5 wenn 2000-2500 Euro 6 wenn 2500-3000 Euro 7 wenn 3000-3500 Euro 8 wenn 3500-4000 Euro 9 wenn 4000 und mehr 10 wenn keine Angabe
Wie viele Personen leben ständig in Ihrem Haushalt?	HAUSHALT	Anzahl der Personen
Geschlecht	GESCHLECHT	1 wenn männlich 2 wenn weiblich
Wann wurden Sie geboren?	ALTER	Jahrgang
Welchen Schulabschluss haben Sie?	BILDUNG	1 wenn kein Abschluss 2 wenn Hauptschulabschluss 3 wenn mittlere Reife 4 wenn (Fach-)Abitur 5 wenn (Fach-)Hochschulabschluss

Tabelle 4: Kodierung und Beschreibung der unabhängigen Variablen.

Neben den in Tabelle 4 angeführten Dummyvariablen (GEWINN, SPIELORT, BERUF und GESCHLECHT) stellte sich auch die zwei-dimensionale (ja/nein) Kategorialvariable persönlicher Profit an der WM als statistisch insignifikant für die erhobene Zahlungsbereitschaft heraus. Im Folgenden wird daher von einer Darstellung der Ergebnisse unter Einbezug dieser Variablen abgesehen.⁷

Die Angaben zur Höhe der Zahlungsbereitschaft bilden die abhängige Variable des Schätzmodells. Die entsprechenden Werte wurden anhand der in Tabelle 2 oben dargestellten Intervalle nach dem arithmetischen Mittel der jeweiligen Kategorie skaliert. In ihren Extremen nimmt unsere Zahlungsbereitschaftsvariable Werte von 0 und 70 Euro an. Da es sich daher bei den Beobachtungen um links- und rechts-zensierte Ausprägungen (Unterschranke: 0, Oberschranke: 70) handelt, sind konventionelle Regressionsverfahren wie die Standardmethode der kleinsten Quadrate (MKQ) ungeeignet.⁸ Dies hat seinen Grund darin, dass die MKQ den qualitativen Unterschied zwischen Limit-Beobachtung und Nicht-Limit-Beobachtung nicht berücksichtigen kann (Greene, 2003).

Ein Regressionsmodell, das zu dieser Differenzierung in der Lage ist, stellt das so genannte Zensierte-Normalverteilungs- oder TOBIT-Modell dar.

⁷ Gleiches gilt für den Einbezug der Nicht-Dummyvariablen EINKOMMEN und HAUSHALT. Ein ausführlicher technischer Anhang zu diesem Papier ist auf Anfrage von den Autoren erhältlich.

$$(1) \quad \text{HZB}_i = \begin{cases} 70 & \text{für } \text{PZB}_i \geq 70 \\ \text{PZB}_i & \text{für } 0 < \text{PZB}_i < 70 \\ 0 & \text{für } \text{PZB}_i \leq 0, \end{cases}$$

wobei HZB_i die Höhe der Zahlungsbereitschaft und PZB_i das prinzipielle Vorliegen von Zahlungsbereitschaft (jeweils in Euro) der Testperson i für die WM 2006 in Deutschland bezeichnet.

Des Weiteren wird für die latente Variable PZB ein linearer Zusammenhang zu den oben skizzierten Erklärenden angenommen und überprüft

$$(2) \quad \text{PZP}_i = \alpha + \beta_1 \text{ALTER}_i + \beta_2 \text{BILDUNG}_i + \beta_3 \text{WMEFFEKTE}_i + \beta_4 \text{GESPRÄCH}_i + \beta_5 \text{ORGANISATION}_i + e_i,$$

wobei e_i eine unabhängig identisch verteilte Störgröße des Zusammenhangs beschreibt.

Durch die Indexfunktion (1) in Verbindung mit (2) entsteht eine Mischung aus diskreter und kontinuierlicher Verteilung, die der Eigenschaft der Beobachtungswerte Rechnung trägt, über und unter einem bestimmten Schwellenwert bei ihrer Erfassung auf einen diskreten Wert (70 und 0) gesetzt zu werden.

Da es sich bei den Variablen der rechten Gleichungsseite in (2) um zum Teil kollineare, das heißt miteinander korrelierte, exogene Größen handelt, wurden diese wie üblich sukzessiv-alternativ in die Schätzung einbezogen.

Die Ergebnisse des nach *Maximum-Likelihood*-Methode geschätzten TOBIT-Modells in den drei Spezifikationen a bis c (Spalten 2 bis 4) sind in Tabelle 5 dargestellt.

Die in der zweiten Spalte ausgewiesenen marginalen Effekte beziehen sich auf die marginale Veränderung der Nicht-Latenten (HZB) bei marginaler Variation von Exogenwerten. Sie lassen sich daher analog zu den Beta-Koeffizienten einer MKQ-Schätzung interpretieren. Von einem Ausweis der statistisch insignifikant geschätzten Koeffizienten wurde abgesehen. Die fehlende Signifikanz der Variable ALTER in der ersten Spezifikation a erklärt sich dadurch, dass die Variablen GESPRÄCH und ALTER mit einem Korrelationskoeffizienten von 12% auf einem Signifikanzniveau von 5% miteinander korreliert sind, das heißt je jünger die Testperson, umso höher ihre Neigung und Häufigkeit mit Bekannten über Fußball zu sprechen. Bei einem simultanen Einbezug beider Größen, wird so der Erklärungsanteil des Alters- durch den Gesprächseffekt instrumentiert. Eine Simultanschätzung ist also unzulässig. Wie aus den Schätzungen zu den Spezifikationen b und c ersichtlich ist, geht

⁸ Dieses Spektrum der Zahlungsbereitschaften wurde im Pretest vorab mit einer offenen Frage ermittelt.

der statistisch signifikantere Effekt auf die Höhe der Zahlungsbereitschaft von der Variable GESPRÄCH aus.⁹

Variable	Marginaler Effekt ^a	Marginaler Effekt ^b	Marginaler Effekt ^c
Konstante	-66,84***	-90,44***	-77,27***
ALTER	-0,309	-0,382*	—
BILDUNG	+6,307**	+6,056**	+6,369**
WMEFFEKTE	+3,215***	+3,773***	+3,160***
GESPRÄCH	-8,098**	—	-8,036**
Anmerkung: *, **, *** = signifikant auf dem 10, 5%, 1% Signifikanzniveau			
Gütemaße: ^a McFadden-R ² : 8,50%, ^b McFadden-R ² : 7,96%, ^c McFadden-R ² : 8,30%,			

Tabelle 5: TOBIT-Modell-Regressionsergebnisse

Da es sich bei den dargestellten Schätzungen um Koeffizienten nicht normierter exogener Variablen handelt, ist ein Vergleich der Größenordnung der Koeffizienten nicht möglich. Eine weitergehende quantitative Interpretation erlaubt allerdings der geschätzte Koeffizient der Variable Alter: Alle anderen Einflussfaktoren konstant gehalten sinkt mit zunehmendem Alter die Zahlungsbereitschaft mit jedem weiteren Lebensjahr um ca. 0,38 Euro. Der Erklärungsgehalt der Schätzungen liegt über demjenigen vergleichbarer Schätzungen (Greene, 2003).

Im Wesentlichen wurden also drei Variablen identifiziert, die einen signifikanten positiven Einfluss auf die Höhe der Zahlungsbereitschaft besitzen:

1. GESPRÄCH und ALTER: Beide Variable geben (direkt und indirekt) Aufschluss über den Grad des Interesses eines Probanden an Fußball. Die geschätzten marginalen Effekte unterstreichen die integrierende und nachhaltige Wirkung der Fußball-WM gerade für die jüngeren Generationen in Deutschland.
2. WMEFFEKTE: Je stärker eine Person den potentiellen positiven Effekten der WM-Ausrichtung zustimmt und die möglichen negativen Effekte ablehnt, desto höher ist ihre Zahlungsbereitschaft. Dieser Einfluss stellt den statistisch Gesichertsten dar. Auch dies erscheint aus theoretischer Sicht einleuchtend.
3. BILDUNG: Die Regressionsanalyse ergab, dass mit steigendem Bildungsgrad eine höhere Zahlungsbereitschaft einhergeht. Dies verwundert zunächst, weil das Interesse an

⁹ Weitere Ergebnisse unter anderem zur statistischen Robustheit der Resultate, z.B. auf Grundlage von Schätzungen mit Hilfe eines Heckman-Korrekturverfahrens, finden sich im ausführlichen technischen Anhang, der auf Anfrage von den Autoren erhältlich ist.

Fußball und der WM ein gesellschaftsübergreifendes Phänomen darstellt. Bei gründlicher Betrachtung ist dieses Ergebnis aber plausibel. Die Höhe der Zahlungsbereitschaft ist abhängig davon, in welchem Ausmaß die befragte Person in der Lage ist, die Chancen der WM-Ausrichtung einzuschätzen. Personen mit einem höheren Bildungsgrad erkennen öffentlichen Nutzen eher und sind daher auch eher bereit, für die gesamtgesellschaftlichen, über den individuellen Konsum hinausgehenden Potentiale einer WM-Ausrichtung zu zahlen, als Personen mit einem niedrigeren Bildungsgrad.

5. Schlussfolgerung

Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass die Probanden mit dem Bewertungsobjekt WM-Ausrichtung gut vertraut sind. Es kann geschlossen werden, dass die Mehrheit der Bevölkerung eine positive Einstellung gegenüber der WM besitzt. Dies spiegelt sich darin wieder, dass 85% der Stichprobe die WM-Ausrichtung für einen Gewinn für Deutschland halten. Auch die potentiellen WM-Effekte werden eindeutig als positiv eingeschätzt. Die öffentliche Subventionierung der WM hingegen spaltet die deutsche Bevölkerung: Fast 50 % des Samples befürworten eine alternative Steuermittelverwendung. Die Höhe der WM-bezogenen Ausgaben des Staates ist nicht exakt zu bestimmen, weil die Ausgaben auf verschiedenen administrativen Ebenen getätigt werden. Es wird geschätzt, dass sich das direkte finanzielle Engagement des Staates auf etwa 2,5 – 3 Milliarden Euro (Verkehrsinfrastruktur, Stadien, Sicherheit) beläuft (Heyne, 2006).

Die Hochrechnung der mittleren Zahlungsbereitschaft in Höhe von 3,15 Euro auf die Gesamtbevölkerung ergibt, dass die Deutschen insgesamt bereit wären, ungefähr 260 Millionen Euro für den Verbleib der WM in Deutschland zu zahlen. Dieser Wert gibt an, wieviel den Deutschen der Saldo aus intangiblen öffentlichen Nutzen und Kosten, welche die WM erzeugen kann, wert ist. Vor dem Hintergrund der verbreiteten Meinung unter Sportökonominnen, dass die intangiblen Nutzen der Ausrichtung von Sportgroßveranstaltungen die tangiblen, finanziellen Effekte übersteigen, erscheint dieser Wert als relativ gering. Allerdings steht er im Einklang mit den Ergebnissen von früheren sportökonomischen CVM-Studien: Die Bereitstellung von öffentlichen Gütern durch die Ausrichtung von Sportgroßveranstaltungen rechtfertigt eine öffentliche Subventionierung in der aktuellen Höhe nicht.

Zur Erklärung dieses Sachverhaltes können verschiedene Ansätze herangezogen werden:

1. Es ist zunächst wichtig anzumerken, dass die relativ geringen Ergebnisse dadurch zustande kommen können, dass die deutsche Bevölkerung zum Zeitpunkt der Studie bereits über die öffentliche Subventionierung der WM einen wesentlichen finanziellen Beitrag zur WM-Ausrichtung geleistet hat. Die Daten zeigen aber, dass über die Höhe der bisherigen öffentlichen Subventionierung der WM nicht pauschal auf die Höhe der Zahlungsbereitschaft der deutschen Bevölkerung geschlossen werden kann. Es gilt zu beachten, dass le-

diglich gut die Hälfte der befragten Personen eine alternative Steuermittelverwendung ablehnt. Die andere Hälfte ist der Meinung, dass Deutschland wichtigere Themen bearbeiten sollte, als die Ausrichtung einer Sportgroßveranstaltung – obwohl 85% der Bevölkerung die WM-Ausrichtung für einen Gewinn für das Land halten. Hingegen haben lediglich sechs Prozent der zahlungsbereiten Probanden angegeben, dass persönlicher Nutzen ein Grund für Ihre Zahlungsbereitschaft ist. Diese Diskrepanz legt die Vermutung nahe, dass die Deutschen gesellschaftliche und volkswirtschaftliche Vorteile der WM-Ausrichtung nicht als persönlichen Nutzen einstufen, für den sie bereit sind Geld zu bezahlen.

2. Die Theorie des abnehmenden Grenznutzens kann erklären, warum die zusätzliche Produktion öffentlicher Nutzenbestandteile durch die WM geringer bewertet wird, als vermutet: Teile der durch die WM potentiell erzeugbaren öffentlichen Güter sind womöglich in Deutschland bereits in einem hohen Maß vorhanden. Die sportliche und fußballerische Kultur in Deutschland erzeugt offenbar erhebliche Erlebnis- und Freizeitnutzen und hat einen gesellschaftsverbindenden Charakter. Gleiches ist auch für mögliche politische (und damit auch individuelle) Sendungsgewinne denkbar. Die Deutschen messen der Chance zu einer Neugestaltung des nationalen Images keine sonderlich hohe Bedeutung bei, womöglich sind sie mit dem internationalen Ansehen Deutschlands relativ zufrieden. Ein wichtiger Aspekt ist sicherlich auch, dass Deutschland bereits Ausrichter einer Fußball-Weltmeisterschaft und anderer Mega-Events gewesen ist. Auch ohne die WM 2006 gehört Deutschland zu der Liga der Nationen, die das Ansehen genießen, WM-Ausrichter (und Mega-Event-Ausrichter) gewesen zu sein. Dieses Phänomen wurde ebenso bereits in anderen sportökonomischen CVM-Studien berichtet. Einwohner von US-amerikanischen Städten, in denen mehrere *Major-League*-Teams beheimatet sind, bewerten den Verlust eines dieser Teams geringer als vermutet. Entscheidend ist der Status *Major-League*-Stadt und nicht die Anzahl der *Major-League*-Clubs – analog verhält es sich offenbar mit dem Status WM-Ausrichter.

3. Ein weiterer Grund für die gering ausgeprägte Zahlungsbereitschaft kann darin gesehen werden, dass gut 90 % der befragten Personen ohne Zahlungsbereitschaft angegeben haben, sie seien nicht bereit einen Betrag zu entrichten, weil sie der Meinung sind, profitierende Unternehmen und Organisationen sollten hierfür zahlen. Dies kann als Ausdruck der Tendenz gewertet werden, dass die Ökonomisierung der WM das Ereignis von den Fußball-Fans entfernt. In die positive Wahrnehmung der Fußball-Weltmeisterschaft in der Öffentlichkeit mischen sich mittlerweile auch kritische Stimmen. Die Rolle der FIFA und WM-Sponsoren im Ausrichtungsprozess wird teilweise negativ bewertet, wie z. B. die Diskussion um die Ticket-Vergabe oder der Bierstreit im Vorfeld der WM verdeutlichen. Die hier gefundenen Ergebnisse sollten die Initiatoren und Organisatoren einer WM also warnen, dass eine übermäßige Ökonomisierung gegen die Zuschauerinteressen des Events auch zu Lasten der positiven externen Effekte einer WM-Ausrichtung gehen kann. Ausrichter.

In dieser Arbeit wurde der Frage nachgegangen, ob Deutschland durch die bloße Ausrichtung der WM bereits als Gewinner feststeht. Die Analyse zeigt, dass die Erwartungen an die intangiblen Effekte der WM-Ausrichtung, wie zum Beispiel das Auslösen eines *Feel-good-Factors* umfasst oder die Stärkung des gesellschaftlichen Zusammenhaltes, in der Höhe nicht berechtigt sind. Der Saldo aus öffentlichen Nutzen und Kosten durch die WM ist dennoch positiv. Obwohl die aggregierte Zahlungsbereitschaft relativ niedrig ist, ergab die Befragung, dass 85 % der deutschen Bevölkerung die Ausrichtung der WM 2006 für einen Gewinn halten. Szymanski (2002) vertritt die These, dass öffentliche Subventionen für Sportgroßveranstaltungen dadurch gerechtfertigt sind, dass die Bürger eines Landes mit der Ausrichtung einer Sportgroßveranstaltung im Sinne eines öffentlichen Konsums für frühere Anstrengungen belohnt werden könnten. Dem lässt sich entgegenhalten, dass die deutsche Bevölkerung trotz Vorfreude auf die WM nur einen wesentlich geringeren Betrag zahlen will, als die öffentliche Hand es bereits getan hat. Anscheinend sind zumindest Teile der deutschen Bevölkerung der Ansicht, dass zunächst weitere Anstrengungen nötig sind, bevor ein öffentlicher Konsum stattfinden sollte.

Zur Bejahung der obigen Aussage Gary Linekers können aber entgegen der Meinung vieler Sportökonomien wirtschaftliche Argumente herangezogen werden. Verschiedene Studien zeigen, dass die WM 2006 für Deutschland einen ökonomischen Gewinn erzeugt. Daher sind öffentliche Subventionen für die WM 2006 gerechtfertigt (Ahlert, 2005; Heyne, 2006). Die Studie legt aber eine wesentliche Erkenntnis nahe: Die institutionellen Restriktionen der FIFA können die potentiellen Wirkungen der WM-Ausrichtung im gastgebenden Land einschränken. Die unverhältnismäßige Berücksichtigung von Sponsoring- und Medieninteressen führt zur Verärgerung der Fußballfans. Dieser Aspekt sollte von der FIFA in der künftigen Gestaltung des Veranstaltungsdesigns beachtet werden, weil das Interesse und die Euphorie der Zuschauer die Grundvoraussetzungen für die Ökonomisierung der WM und die Entstehung von positiven Effekten einer WM-Ausrichtung sind

Die Regressionsanalyse zeigt, dass die intangiblen Wirkungen vor allem in der Jugend stark zur Entfaltung kommen können und mit dem Bildungsgrad einer Person ansteigen. Daher sollte zum einen geprüft werden, wie die Jugendlichen mit der WM noch stärker angesprochen werden können. Maßnahmen könnten hier etwa vergünstigte Tickets für Kinder, auf die Interessen von Jugendlichen abgestimmtes Public Viewing oder Jugend-Fußballturniere in den Spielorten sein. Zum anderen sollten Personenkreise mit relativ hohem Bildungsniveau gezielt adressiert werden, wie zum Beispiel durch ein anspruchsvolles Rahmenprogramm, wie vielerorts während der WM geschehen.

Literaturnachweis

- Ahlert, Gerd (2005): "What does Germany expect to gain from hosting the 2006 Football World Cup – Macroeconomic and Regionaleconomic Effects", GWS Discussion Papers 2005/4.
- Arrow, Kenneth; Solow, Robert; Portney, Paul; Leamer, Edward; Radner, Roy; Schuman, Howard (1993): "Report of the NOAA Panel on Contingent Valuation", Federal Register 58, No. 10.
- Mitchell, Robert Cameron, Carson. Richard (1989): „Using Surveys to Value Public Goods: The Contingent Valuation Method“, Johns Hopkins University Press, Washington D.C.
- eftec (2005): "Olympic Games Impact Study – Stated Preferences Analysis“, Final Report for the Department of Culture, Media and Sport, Dezember 2005.
- Greene, William H. (2003): „Econometric Analysis“, 5. Auflage, Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey.
- Heyne, Malte (2006): "Die ökonomischen Effekte von Fußball-Weltmeisterschaften – Eine Kosten-Nutzen-Analyse und Contingent-Valuation-Studie zur WM 2006", Dissertation an der Universität Bremen.
- Johnson, Bruce K.; Grootuis, Peter A.; Whitehead, John C. (2001): "The Value of Public Goods Generated by a Major League Sports Team: The CVM Approach“, *Journal of Sports Economics*, Vol. 2, No. 1, 6-21.
- Johnson, Bruce K.; Mondello, Michael J. und Whitehead, John C. (2005): "What ist the Value of Public Goods Generated by a National Football League Team? A CVM Approach“, Internet-Version: <http://econ.appstate.edu/RePEc/pdf/wp0510.pdf>
- Johnson, Bruce K.; Whitehead, John C. (2000): "Value of public goods from sports stadiums: the CVM approach“, *Contemporary Economic Policy*, Vol. 18, No. 1, 48-58.
- Késenne, Stefan (1999): „Kosten-Nutzen-Analysen von Sport-Events“, in Horch, Heinz-Dieter; Heydel, Jörg; Sierau, Axel: „Professionalisierung im Sportmanagement“, Meyer&Meyer Verlag, Aachen.
- Lütters, Holger (2004): „Online-Marktforschung – Eine Positionsbestimmung im Methodenkanon der Marktforschung unter Einsatz eines webbasierten Analytic Hierarchy Process (webAHP)“, Gabler Edition Wissenschaft: Marketing-Management, Deutscher Universitäts-Verlag, Wiesbaden.
- Rahmann, Bernd; Weber, Wolfgang; Groening, Yvonne; Kurscheidt, Markus; Napp, Hans-Georg; Pauli, Markus (1998): „Sozio-ökonomische Analyse der Fußball-WM 2006 in Deutschland – Gesellschaftliche Wirkungen, Kosten-Nutzen-Analyse und Finanzierungsmodelle einer Sportgroßveranstaltung“, Bundesinstitut für Sportwissenschaft, Band 4.

Rappaport, Jordan und Wilkerson, Chad (2001): "What are the Benefits of Hosting a Major League Sports Franchise?", *Economic Review*, Federal Reserve Bank of Kansas City, issue Q I, 55-86.

Siegfried, John und Zimbalist, Andrew (2000): "The Economics of Sports Facilities and Their Communities", *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 14, No. 3, 95-114.

Szymanski, Stefan (2002): "The Economic Impact of the World Cup", *World Economics*, Vol.3, No.1, 169-177.

Anhang

Fragebogen zur Bewertung der Zahlungsbereitschaft für die Ausrichtung einer Fußball-Weltmeisterschaft im eigenen Land

1. Einleitung

Diese Umfrage wird im Rahmen einer Doktorarbeit an der Universität Bremen durchgeführt.

Die Teilnahme ist freiwillig und die Informationen die Sie uns geben, werden streng vertraulich behandelt und nur zu wissenschaftlichen Zwecken erfasst. Es gibt keine richtigen oder falschen Antworten.

Wenn Sie einverstanden sind, beginnt die Befragung mit einer kurzen Einführung.

Die Fußball-Weltmeisterschaft wird vom 09. Juni bis 09. Juli 2006 in Deutschland ausgetragen. Von der Ausrichtung der WM verspricht sich Deutschland viele positive Wirkungen. Neben greifbaren Vorteilen, wie zum Beispiel der Anregung der Wirtschaft (z.B. durch die Ausgaben der WM-Touristen) zählen hierzu unter Anderem eine positivere Stimmung in der Bevölkerung, Imagewerbung für Deutschland, die Förderung des gesellschaftlichen Zusammenhaltes oder Eventerlebnisse in den Spielorten. Demgegenüber stehen aber auch negative Effekte, etwa durch Behinderungen aufgrund von Baumaßnahmen, überfüllte Innenstädte und Transportmittel oder Gewaltausschreitungen.

1. Denken Sie, dass die Ausrichtung der Weltmeisterschaft 2006 für Deutschland insgesamt einen Gewinn darstellt?

- Ja
- Nein

2. Wie beurteilen Sie die Organisation der Weltmeisterschaft?

- positiv eher negativ
- eher positiv negativ

3. Wie oft sprechen Sie mit Bekannten über das Thema Fußball?

- Täglich Selten
- Häufig Nie
- Manchmal

4. Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie zu beziehungsweise nicht zu? Bitte geben Sie Ihre Antworten auf einer Skala von 1 – 4, wobei 1 für volle Zustimmung, 2 für tendenzielle Zustimmung, 3 für tendenzielle Ablehnung und 4 für gar keine Zustimmung steht. Sie haben auch die Möglichkeit keine Angabe zu machen.

	1	2	3	4	keine Angabe
Ich freue mich auf das internationale Event					
Die Bevölkerung in Deutschland profitiert durch die WM von einer verbesserten Infrastruktur					
Durch die WM wird sich Deutschlands Image verbessern					
Die Ehre der WM-Ausrichtung steigert Deutschlands Bedeutung in der Welt					
Die WM-Ausrichtung motiviert Kinder und vermittelt sportliche Werte wie Fairness und Leistung					
Das Ereignis WM-Ausrichtung ist ein gesellschaftsverbindendes Gesprächsthema und fördert so den Zusammenhalt in der Bevölkerung					
Die WM motiviert die Deutschen zu mehr sportlicher Betätigung					
Die Ausrichtung der WM ist ein positiver psychologischer Impuls für Deutschland und verbessert die Stimmung in der Bevölkerung					
Die Steuergelder, die für die WM ausgegeben werden, sollten lieber für andere Zwecke verwendet werden.					

Die Gefahr von Gewaltausschreitungen und Terroranschlägen während des Turniers ist relativ hoch					
Durch die WM kommt es zu Umweltverschmutzungen, zum Beispiel durch erhöhtes Müllaufkommen					
Während der WM fühle ich mich durch überfüllte Städte und Transportmittel sowie durch Lärmbelastigungen gestört					
Während der WM fühle ich mich durch übermäßige und einseitige Medienberichterstattung belästigt					

2. Szenario

Bitte lesen Sie sich nun kurz folgende, hypothetische Situation durch und versuchen Sie, sich in diese hineinzusetzen.

Kurz vor Beginn der WM 2006 wurden erhebliche Sicherheitsmängel in den Stadien aufgedeckt. Es besteht akute Terrorgefahr, wie 1972 bei den Olympischen Spielen in München. Die FIFA hat daher die Verlegung des WM-Turniers in die Schweiz angeordnet, wo wegen der Vorbereitungen zur Europameisterschaft 2008 bereits sämtliche Voraussetzungen vollständig gegeben sind. Dort wären weder Spieltermine und Ablauf noch die Fernsehübertragung beeinträchtigt.

Die WM könnte nur in Deutschland stattfinden, wenn die Sicherheit während des Turniers vollständig garantiert werden kann. Das Budget des Organisationskomitees ist allerdings erschöpft. Die Kosten entsprechender Maßnahmen, wie zum Beispiel die bauliche Anpassung der Stadien nach Sicherheitsaspekten und die Einstellung zusätzlicher Sicherheitskräfte, könnten daher nur durch freiwillige Zuzahlungen von der Bevölkerung getragen werden.

1. Sind Sie bereit freiwillig einen Geldbetrag dafür zu geben, dass die WM doch in Deutschland bleibt?

- | | | |
|--------------|---|-----------------------------------|
| ja | → | Frage 2a und anschließend Frage 5 |
| nein | → | Frage 3 |
| Keine Angabe | → | Frage 3 |

a) Wenn ja: Welches ist der höchste Betrag, den Sie bereit wären für die Maßnahmen zu geben? Bitte denken Sie daran, dass Sie durch eine solche Zahlung Ihren Konsum an anderer Stelle entsprechend einschränken müssen.

- | | |
|----------------------------|--------------|
| 0 – 5 Euro | 5 – 10 Euro |
| 10 – 20 Euro | 20 – 30 Euro |
| 30 – 50 Euro | 50 – 70 Euro |
| mehr als 70 Euro | |
| anderer Betrag: _____ Euro | |

Wenn nein oder keine Angabe:

3. **Wären Sie zum Zeitpunkt, als Deutschland sich um die Ausrichtung der Weltmeisterschaft 2006 beworben hat bereit gewesen, einen Geldbetrag zu zahlen, um die WM nach Deutschland zu holen?**

- | | | |
|--------------|---|-----------------------------------|
| ja | → | Frage 3a und anschließend Frage 5 |
| nein | → | Frage 4 |
| keine Angabe | → | Frage 4 |

- a) **Wenn ja, wie viel wären Sie bereit gewesen, zum Zeitpunkt der Bewerbung zu bezahlen?**

- | | |
|----------------------------|--------------|
| 0 – 5 Euro | 5 – 10 Euro |
| 10 – 20 Euro | 20 – 30 Euro |
| 30 – 50 Euro | 50 – 70 Euro |
| mehr als 70 Euro | |
| anderer Betrag: _____ Euro | |

4. **Wenn nein: Bitte lesen Sie folgende Aussagen durch und geben Sie an, ob diese Aussage ein Grund für Sie ist, warum Sie nicht bereit sind, einen Geldbetrag zu entrichten.**

Ich interessiere mich nicht für Fußball.

- | | |
|----|------|
| ja | nein |
|----|------|

Mir ist es egal, wo die Weltmeisterschaft stattfindet.

- | | |
|----|------|
| ja | nein |
|----|------|

Ich habe nichts von der WM. Personen, Organisationen oder Unterneh-

men, die von der WM profitieren, sollten hierfür zahlen.

ja nein

Die Nachteile der WM-Ausrichtung überwiegen die Vorteile.

ja nein

5. Wenn Ja: Bitte anzugeben, ob diese Aussage ein Grund für Sie ist, warum Sie bereit sind, einen Geldbetrag zu entrichten?

Ich interessiere mich für Fußball.

ja nein

Die Ausrichtung der WM bringt wirtschaftliche, gesellschaftliche und politische Vorteile mit sich, welche die Kosten überwiegen.

ja nein

Ich habe Karten für ein oder mehrere WM-Spiele erhalten

ja nein

Ich profitiere persönlich finanziell von der WM

ja nein

6. Sie haben an dieser Stelle die Möglichkeit Ihre zuvor angegebene Zahlungsbereitschaft zu korrigieren. Möchten Sie dies tun?

ja nein

- 6a. Wie viel wären Sie nun bereit zu zahlen?

Ich bin bereit _____ Euro zu zahlen.

3. Abschließende Fragen (Personenstatistik)

1. Geschlecht:

weiblich

männlich

2. **Wohnort (Ort und Bundesland):** _____

WM-Spielort?: ja nein

3. **In welchem Jahr wurden Sie geboren? :** _____

4. **Welchen Schulabschluss haben Sie? :**

Haupt- oder Volksschulabschluss	Hochschulabschluss
Mittlere Reife, Realschulabschluss	keinen Abschluss
Abitur, Fachhochschulreife	

5. **Sind Sie zurzeit...?**

berufstätig	arbeitslos
Lehrling	Rentner oder Pensionär
Schüler	Student
Hausfrau	Wehr- oder Zivildienstleistender
Sonstiges	keine Angabe

6. **Wie hoch ist ungefähr ihr monatliches NETTO-Einkommen? :**

0 – 500 Euro	500 – 1000 Euro
1.000 – 1.500 Euro	1.500 – 2.000 Euro
2.000 – 2.500 Euro	2.500 – 3.000 Euro
3.000 – 3.500 Euro	3.500 – 4.000 Euro
4.000 und mehr	keine Angabe

7. **Wie viele Personen, Sie mitgerechnet, leben ständig in Ihrem Haushalt? :** _____