

Regionen profitieren von Sportgrossanlässen

Autor(en): **Stettler, Jürg**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Mobile : die Fachzeitschrift für Sport**

Band (Jahr): **5 (2003)**

Heft 2

PDF erstellt am: **05.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-991924>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Regionen profitieren von Sportgrossanlässen

Der Sport ist heute ein Wirtschaftsfaktor, der Wertschöpfung und Beschäftigung generiert. Erstmals liegen konkrete Zahlen zur volkswirtschaftlichen Bedeutung von Sportgrossanlässen in der Schweiz vor. Prof. Dr. Jürg Stettler hat das Forschungsprojekt, an dem diverse Partner beteiligt waren, geleitet.

Interview: Barbara Meier

«mobile»: Welches war der ursprüngliche Anstoss dazu, diese Studie durchzuführen? *Jürg Stettler:* Die eigentliche Idee geht zurück auf die Amtszeit von alt Bundesrat Adolf Ogi. Er hat in seiner Funktion als Sportminister Schwerpunkte gesetzt und unter anderem gefordert, dass die sportwissenschaftliche Forschung vorangetrieben werden müsse. Eine Bestandaufnahme zum Forschungs- und Wissensstand im Bereich Sport zeigte auf, dass zum Themenfeld «Sport und Wirtschaft» nur wenig qualifiziertes Wissen vorhanden war. Man entschloss sich daher, hier einen ersten Akzent zu setzen, und das Thema «Sportgrossanlässe» ebenfalls unter den Hauptwirkungsfeldern des damaligen Sportministers figurierte, liess sich damit eine ideale Kombination finden.

Ihre Untersuchung basiert auf sieben Fallstudien. Lassen sich daraus generelle Aussagen ableiten oder qualifizierte Vergleiche anstellen? Es war uns wichtig, die Vielfalt der Sportveranstaltungen in der Schweiz abzudecken. Aus diesem Grund haben wir bewusst verschiedene Veranstaltungen ausgewählt. Um sie miteinander vergleichen zu können, haben wir eine Methodik entwickelt, die für die Untersuchung aller sieben Anlässe anwendbar war. Da die Veranstaltungen jedoch sehr unterschiedlich sind, ist ein Vergleich dennoch problematisch. Wir haben in der Sportevent-Scorecard Kennzahlen und wichtigste Ergebnisse der sieben Veranstaltungen nebeneinander gestellt. Bei der Beurteilung und Interpretation dieser Zahlen müssen aber die Hintergründe und Zusammenhänge ihrer Entstehung berücksichtigt werden.

Gibt es Beispiele, bei denen ein effektiver Vergleich möglich ist? In erster Linie könnte man vielleicht ein Lauberhornrennen mit dem Skirennen in St. Moritz vergleichen. Es handelt sich um dieselbe Sportart,

die Anlässe sind von ihrer Struktur her ähnlich. Doch auch hier, bei de facto gleichen Anlässen, zeigen sich grosse Unterschiede, beispielsweise bei der Medienpräsenz, bei der Dimension der Anlässe oder auch bei den Investitionen, die im Falle von St. Moritz mit der Ski-WM gekoppelt waren.

Welche Resultate haben Sie am meisten überrascht?

Die enorme Unterschiedlichkeit der Anlässe. Wir hatten dies zwar erwartet, aber nicht in diesem Ausmass. Dann wurde uns auch bewusst, dass Sportanlässe ab einer gewissen Grösse eine hoch komplexe Angelegenheit mit vielfältigen Verflechtungen sind, die enorme Anforderungen an die Durchführung stellen. Beispiele dazu sind etwa die Ruder WM in Luzern oder das Lauberhornrennen.

Und welche Resultate sind aus wirtschaftlicher Sicht am relevantesten? Einerseits konnten wir darlegen,

dass kaum ein Anlass selbsttragend wäre ohne eine mehr oder weniger grosse Unterstützung durch die öffentliche Hand. Ebenfalls wären die Anlässe kaum durchführbar ohne ehrenamtliche Arbeit und die Unterstützung der Armee. Das hat man zwar vorher schon gewusst, jetzt aber sind die effektiven Dimensionen ersichtlich.

Verschiedene Anlässe sind defizitär, wenn man nur die Veranstaltungsrechnung betrachtet. Die volkswirtschaftliche Legitimation ergibt sich erst durch die indirekten Wirkungen, beispielsweise über die Ausgaben der Zuschauer ausserhalb der eigentlichen Veranstaltungen, wie etwa in der Hotellerie oder Gastronomie.

Sehr deutlich belegen konnten wir auch die ökonomischen Wirkungen eines Anlasses, wenn er mit einer entsprechenden Übernachtungsdauer der anwesenden Personen gekoppelt ist. Ein Musterbeispiel ist der Engadin Skimarathon. Er weist sehr viele Teilnehmerinnen und Teilnehmer auf; viele davon halten sich mehrere Tage bis zwei Wochen vor der Veranstaltung bereits im Engadin auf und haben eine enorme Multiplikatorwirkung.

ren von

Sind Folgeprojekte geplant? Ja, wir möchten in einem Folgeprojekt den Aspekt der Vergleichbarkeit der vorhandenen Daten nochmals gezielt untersuchen. Ein zweiter wichtiger Teil ist die Absicht, unsere Methodik, die für die Erhebung und Auswertung der Daten sehr komplex ist, so weit als möglich zu vereinfachen. Swiss Olympic ist wiederum bereit, ein solches Folgeprojekt mitzufinanzieren. Wir sind derzeit daran, das Projekt so zu konzipieren, dass wir es bei der Kommission für Technologie und Innovation (KTI) einreichen können. Wenn alles gut geht, sollten wir im Frühling oder im Sommer starten können.

Könnte beispielsweise auch die EURO 2008 ein Thema für eine vertiefte Untersuchung sein? Die Methodik könnte die Komplexität der Europameisterschaft abdecken. Es wäre eine interessante Aufgabe, denn hier hätte man die Chance, eine Langzeitstudie zu machen und die Methodik um die langfristige Komponenten zu ergänzen. Meines Wissens hat man noch nie eine Studie gemacht, die einige Jahre im Voraus mit einer Bestandesaufnahme beginnt, dann die Entwicklung bis zum Anlass und darüber hinaus betrachtet und analysiert, was sich wirklich verändert. Hier hätten wir eine Chance, diese langfristigen Effekte zu untersuchen. **m**

Prof. Dr. Jürg Stettler ist Leiter des Instituts für Tourismuswirtschaft (ITW) und Dozent an der HSW Luzern sowie der Höheren Fachschule für Tourismus. Kontakt: jstettle@hsw.fhz.ch



Foto: Keystone

Sieben Anlässe unter der Lupe

Das Institut für Tourismuswirtschaft (ITW) der Hochschule für Wirtschaft Luzern (HSW) hat im Rahmen eines über zwei Jahre dauernden Projektes zusammen mit weiteren Partnern Sportgrossanlässe untersucht. Die wichtigsten Ergebnisse der Fallstudien wurden in einer Sportevent-Scorecard zusammengefasst. Diese und weitere Informationen können unter www.sportevent-scorecard.ch heruntergeladen werden.

Folgende sieben Sportgrossanlässe wurden untersucht: Ski Weltcup St. Moritz 2000; Engadin Skimarathon 2001; CSIO Schweiz

St. Gallen 2001; Montreux Volley Masters 2001; Athletissima Lausanne 2001; Ruder WM Luzern 2001; Lauberhornrennen Wengen 2002. «mobile» wird in den nächsten Ausgaben einige dieser Fallstudien näher vorstellen.

Die Sportgrossanlässe wurden unter ökonomischen, ökologischen und sozialen Kriterien untersucht. Obwohl sie oft rote Zahlen schreiben, ist ihr gesamtwirtschaftlicher Nutzen nicht zu unterschätzen. So profitieren die Regionen, in denen diese Anlässe durchgeführt werden, von einer Bruttowert-

schöpfung zwischen 0,61 (Skirennen St. Moritz) und 5 Millionen Franken (Engadiner Ski-Marathon). Der total ausgelöste Umsatz bewegt sich zwischen 2,86 (St. Moritz) und 15,14 Millionen Franken (Ruder WM Luzern). Besucht werden die Anlässe von 3600 bis 23 000 Personen, Zuschauern, Medienleuten, Athleten und Betreuern. Diese generieren zwischen 2900 und 85 000 Logiernächte. Von Grossveranstaltungen profitiert somit in erster Linie das Gastgewerbe, der Gross- und Detailhandel, Transportunternehmen, das Baugewerbe und Event-Firmen.