



Hamburgisches  
WeltWirtschafts  
Institut

Reihe Edition HWWI Band 4

Horst R. Schmidt

**Fußballgroßveranstaltungen – sportpolitische Herausforderungen**

in:

**Sport und Sportgroßveranstaltungen in Europa –  
zwischen Zentralstaat und Regionen**

Herausgegeben von Martin-Peter Büch, Wolfgang Maennig und  
Hans-Jürgen Schulke

Redaktion: Marcus Franke

S. 149–158

Hamburg University Press  
Verlag der Staats- und Universitätsbibliothek Hamburg  
Carl von Ossietzky

## Impressum

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Die Online-Version dieser Publikation ist auf den Verlagswebseiten frei verfügbar (*open access*). Die Deutsche Nationalbibliothek hat die Netzpublikation archiviert. Diese ist dauerhaft auf dem Archivserver der Deutschen Nationalbibliothek verfügbar.

*Open access* über die folgenden Webseiten:

Hamburg University Press – <http://hup.sub.uni-hamburg.de>

PURL: [http://hup.sub.uni-hamburg.de/HamburgUP/HWWI4\\_Sport](http://hup.sub.uni-hamburg.de/HamburgUP/HWWI4_Sport)

Archivserver der Deutschen Nationalbibliothek – <http://http://deposit.ddb.de/index.htm>

ISBN 978-3-937816-88-3 (Printversion)

ISSN 1865-7974 (Printversion)

© 2012 Hamburg University Press, Verlag der Staats- und Universitätsbibliothek Hamburg Carl von Ossietzky, Deutschland

Produktion: Elbe-Werkstätten GmbH, Hamburg, Deutschland

<http://www.ew-gmbh.de>

## Inhalt

Abbildungen	7
Tabellen	8
Sport in Europa: Autonomie und Kommerzialisierung – einige Aspekte vorweg	11
<i>Martin-Peter Büch, Wolfgang Maennig und Hans-Jürgen Schulke</i>	
Sports Betting, Sports Bettors and Sports Gambling Policy	15
<i>Brad R. Humphreys and Brian Soebbing</i>	
Aspekte des Glücksspielstaatsvertrages in der Bundesrepublik Deutschland	39
<i>Hans-Peter Knaack</i>	
Regulierung des deutschen Sportwettenmarktes in komparativer Perspektive – Glücksspielgesetze in der Europäischen Union	51
<i>Luca Rebeggiani</i>	
Die Entlohnung von Fußball-Profis	79
Ist die vielfach kritisierte „Gehaltsexplosion“ ökonomisch erklärbar?	
<i>Bernd Frick</i>	
The Organization of Professional Sports Leagues	111
A Comparison of European and North-American Leagues from the Perspective of Platform Organization	
<i>Helmut Dietl and Tobias Duschl</i>	
Auslandsvermarktung von Sportligen in Europa: das Beispiel der Fußball-Bundesliga	127
<i>Christoph Fritsch</i>	

<b>Fußballgroßveranstaltungen – sportpolitische Herausforderungen</b> <i>Horst R. Schmidt</i>	<b>149</b>
Public Viewing als eine neue Form des Zuschauerhaltens in Sport, Politik und Kultur Gesellschaftliche Ursachen, organisatorische Entwicklungen und ökonomische Folgen <i>Hans-Jürgen Schulke</i>	159
Öffentliche Förderung von Sportgroßveranstaltungen: Pros und Cons aus sozioökonomischer Sicht <i>Erich Thöni und Michael Barth</i>	173
Sport als Beispiel ökonomischer Effizienz in MetropolRegionen? <i>Gerhard Trosien</i>	211
Wie viel Staat braucht der Breitensport? Ökonometrische Evidenzen für ein Europäisches Modell des Breitensports <i>Christoph Breuer</i>	229
Sozioökonomische Bedingungen für Leichtathletik Ein europäischer Vergleich <i>Jens Flatau</i>	241
Abkürzungsverzeichnis	259
9. Internationales Hamburger Symposium „Sport und Ökonomie“ [9th International Hamburg Symposium „Sport and Economics“] <i>Programm [Program]</i>	261

## Abbildungen

### Rebeggiani

Abb. 1:	Anteile einzelner Spielarten am gesamten Bruttospielertrag auf dem europäischen Glücksspielmarkt 2003 in % (EU 25)	61
Abb. 2:	Marktanteile verschiedener Spielformen auf dem italienischen Glücksspielmarkt 2009 (Bruttoumsatz)	66
Abb. 3:	Marktanteile nach Anbietern auf dem italienischen Sportwettenmarkt 2009	67

### Frick

Abb. 1:	Die Gehaltsentwicklung in der Fußball-Bundesliga (in 1 000 €)	89
Abb. 2:	Die Entwicklung der Gehälter nach Positionen (in 1 000 €)	89
Abb. 3:	Die Entwicklung von Umsätzen und Spielergehältern (in Mio. €)	90
Abb. 4:	Der Anteil der Spielergehälter am Umsatz (in %)	90
Abb. 5:	Variationskoeffizient der Spielergehälter	92
Abb. 6:	Kerndichteschätzung der logarithmierten Spielereinkommen	94
Abb. 7:	Der Einfluss des Lebensalters auf das Einkommen	99
Abb. 8:	Der Einfluss der Bundesligaeinsätze im Laufe der Karriere auf das Einkommen	100
Abb. 9:	Der Einfluss der Länderspieleinsätze im Laufe der Karriere auf das Einkommen	101

### Dietl/Duschl

Abb. 1:	Platform with Two Market Sides	113
Abb. 2:	Network Effects and Modified Demand Curve	114
Abb. 3:	Different Kinds of Network Effects	115
Abb. 4:	Market Sides of Sports Leagues and Network Effects	119

### Fritsch

Abb. 1:	Auslandseinnahmen europäischer Fußballligen	128
Abb. 2:	Spezialisierungsanreiz in Starmärkten	138

### Schulke

Abb. 1:	Erfolgsfaktoren des Public Viewing	163
Abb. 2:	Bereitschaft zum Bezahlen von Eintritt beim Public Viewing (n=150; Umfrage beim Bundesligaspiel HSV – VfL Bochum, 13.5.2009)	165

## Abbildungen

Abb. 3:	Zahlungsbereitschaft beim Public Viewing (n=150; Umfrage beim Bundesligaspiel HSV – VfL Bochum, 13.5.2009)	165
Thöni/Barth		
Abb. 1:	Bundessportförderung in Österreich (1986–2006)	194
Abb. 2:	Bundessportförderung in Österreich: Sportgroßveranstaltungen (1986–2006)	195
Trosien		
Abb. 1:	Organigramm der Sportinitiative Frankfurt-RheinMain gGmbH	219
Abb. 2:	Steuerung der Sportentwicklung durch den Verein „Sportinitiative Rhein-Neckar e. V.“	221
Breuer		
Abb. 1:	Anteil an Vereinen mit negativem Vereinssaldo mit und ohne öffentliche Zuschüsse (in %)	232
Abb. 2:	Entwicklung der Haushaltssalden nach Subventionsgruppen	237
Flatau		
Abb. 1:	Modell des Konsums 2. Ordnung von Leichtathletik	245
Abb. 2:	Organisationsgrade der untersuchten Nationen in altersdifferenzierter Darstellung	252

## Tabellen

Humphreys/Soebbing		
Tab. 1:	Estimated Sports Betting Participation	26
Tab. 2:	Characteristics of Sports Bettors	27
Tab. 3:	Probit Marginal Effects – Participation in Sports Betting	29
Rebeggiani		
Tab. 1:	Internationale Unterschiede des Ausmaßes des Glücksspielsektors	60
Frick		
Tab. 1:	Die Bewertung der „Angemessenheit“ von Spielergehältern	82
Tab. 2:	Determinanten der Spielergehälter in der Fußball-Bundesliga (Quantilsregressionen)	95

## Tabellen

Tab. 3:	Determinanten der Spielergehälter in der Fußball-Bundesliga (Quantilsregressionen)	97
Tab. 4:	Mittelwerte und Standardabweichungen der Variablen Determinanten der Spielergehälter in der Fußball-Bundesliga (Random Effects- und OLS-Schätzung sowie Median-Regression)	106
Dietl/Duschl		
Tab. 1:	Top Revenue Generating Sports Clubs – International Comparison	112
Tab. 2:	Comparison of European and North American Leagues with Respect to Openness and Closeness of Platform	120
Fritsch		
Tab. 1:	Quantifizierung der Spielqualität	132
Tab. 2:	Optimierung innerer und äußerer Qualität	141
Tab. 3:	Nationalitäten ausländischer Erstligaspieler in der Saison 2008/2009	143
Schmidt		
Tab. 1:	Regierungsgarantien der BRD bei der FIFA-WM 2006	152
Tab. 2:	Budgetpositionen der FIFA-WM 2010	154
Schulke		
Tab. 1:	Zuschauerzahlen Public Viewing Fußball-WM 2006	160
Tab. 2:	Begriffserläuterung Public Viewing	161
Tab. 3:	Stärken- und Schwächenanalyse des Public Viewing bei Bundesligaauswärtsspielen	167
Thöni/Barth´		
Tab. 1:	Förderung von Sportgroßveranstaltungen im Längsschnitt 1986–2006 (real, auf Basis 1986)	203
Trosien		
Tab. 1:	Die MetropolRegionen Deutschlands	212
Tab. 2:	Metropolitane Zusammenfassung vorhandener Sportstätten Sportregion Rhein-Neckar	216
Tab. 3:	Spezielle Sportstrukturen in deutschen MetropolRegionen	216
Tab. 4:	Sportvereine in der MetropolRegion Frankfurt-Rhein-Main	218
Tab. 5:	Mitglieder der Sportregion Rhein-Neckar	220
Tab. 6:	Regionalökonomische Hochrechnung der Sportumsätze	222

## Tabellen

### Breuer

Tab. 1:	Ergebnisse hierarchisch-nichtlinearer Modelle (t-ratios)	232
Tab. 2:	Überblick über die relative Entwicklung der Zuschüsse aus öffentlicher Sportförderung (inklusive Zuschüsse anderer Sportorganisationen)	233
Tab. 3:	Entwicklung der Subventionen nach Subventionsgruppen	234
Tab. 4:	Überblick über die Einnahmenkategorien von Sportvereinen	234
Tab. 5:	Entwicklung der Einnahmen	235
Tab. 6:	Entwicklung der Einnahmen nach Subventionsgruppen (Mittelwerte in Euro)	236
Tab. 7:	Entwicklung der Einnahmen nach Subventionsgruppen (Mittelwerte in %)	237

### Flatau

Tab. 1:	Konsum von Leichtathletik	243
Tab. 2:	Untersuchte Regionen in den einzelnen Ländern und im Verband gemeldete LaO	249
Tab. 3:	Stichprobe und Rücklauf in den untersuchten europäischen Ländern	250
Tab. 4:	Organisationsgrade in den untersuchten Ländern	251
Tab. 5:	Organisationsgrade in den untersuchten deutschen Regionen	251
Tab. 6:	Organisationsgrade und Athletinnenanteile in den untersuchten Ländern auf kollektiver sowie individueller Ebene	253

# Fußballgroßveranstaltungen – sportpolitische Herausforderungen

*Horst R. Schmidt*

## Einleitung

Sie bedeuten für die fußballbegeisterten weltweit den Höhepunkt im Fußballkalender. Die großen Fußballturniere mit bis zu 31 Tagen Dauer, wie es die WM 2010 vorsieht, faszinieren die Menschen, wie es scheint, in immer stärkerem Maße. Man kann davon ausgehen, dass dies auch in Südafrika der Fall sein wird – natürlich unter anderen Bedingungen als in Deutschland 2006.

Der Autor hatte das Privileg, an insgesamt 10 Weltmeisterschaften und mehreren Europameisterschaften in organisatorischer Verantwortung teilzunehmen. Als Mitglied der Organisationskommission der Fédération Internationale de Football Association (FIFA) oder in führender Position beim sogenannten lokalen Organisationskomitee des Deutschen Fußballbundes (DFB) 1974 und 2006. Die Bandbreite geht dabei von Argentinien über Mexiko, Italien, USA, Frankreich, Südkorea, Japan bis hin zur ersten afrikanischen Weltmeisterschaft in Südafrika.

Für die Fußball-Europameisterschaft (EURO) 1988 in Deutschland zeichnete der Autor als Direktor des DFB-Organisationskomitees verantwortlich. Die ausrichtenden Länder sind in vielen Bereichen gefordert; politisch kann ein Land die Aufgabe des Ausrichters nur dann übernehmen, wenn eine anhaltend hohe Zustimmungsquote der Bevölkerung gegeben ist. Für die FIFA und die Union des Associations Européennes de Football (UEFA) gibt es augenscheinlich kein Problem, Ausrichter zu finden. Die Zahl der Bewerber scheint zuzunehmen, wenngleich die Anforderungen an das ausrichtende Land und seinen Nationalverband immer größer geworden sind; für die Fußball-Weltmeisterschaften (WM) 2018 und 2022 bewerben sich immerhin elf Nationalverbände.

In Europa verstärkt sich die Tendenz, dass sich mehrere Länder zusammen tun, um im sogenannten Co-Hosting die Ausrichteraufgabe zu übernehmen. Damit haben sich die Chance für die mittleren – ja sogar die kleineren – Verbände nachhaltig verbessert. Erfolgreiche Co-Hostings sind die WM 2002 in Japan und Südkorea, die EURO 2000 in Belgien und Holland und im Jahr 2008 in Österreich und der Schweiz. Die jetzt vorzubereitende EURO 2012 in Polen und der Ukraine bringt zum ersten Mal die Vergabe an osteuropäische Länder, die Schwierigkeiten in der Ukraine sind bekannt.

### Bewerbung für Fußballgroßveranstaltungen

Bei der Betrachtung der Bewerbungsschriften der Nationalverbände kann festgestellt werden, dass sich immer mehr professionelle Agenturen in diesem Bereich bewegen und für ihre Auftraggeber wirklich verheißungsvolle Dossiers herstellen, die es für FIFA und UEFA schwer machen, ein eindeutiges Ranking zu finden. Mit expertenbesetzten Kommissionen versuchen die vergebenden Verbände (hier FIFA und UEFA), sich ein realistisches Bild vor Ort zu verschaffen. Es werden nicht nur vorhandene und geplante Sportstätten besucht, sondern die ganze Bandbreite der wichtigsten Elemente für eine WM oder EM – auch in enger Zusammenarbeit mit den Regierungen und den Host Cities – untersucht; am Ende steht dann ein ausführlicher Bericht, der den Entscheidungsträgern in den Exekutiv-Komitees anhand gegeben wird. Sie sind selbstverständlich in ihrer Entscheidung daran nicht gebunden. Nicht immer ist die technisch beste Bewerbung siegreich, weil eine starke sportpolitische Komponente in der Entscheidungsfindung eine wichtige Rolle spielt.

Die Bewerber müssen sage und schreibe um jede Stimme in den Exekutiv-Komitees kämpfen. Die FIFA hat kontinentale Interessen zu berücksichtigen (vgl. auch Rotationsprinzip). Bewerbungsverfahren entwickeln sich geradezu zu sportlichen Wettbewerben, die von den Medien aufmerksam verfolgt und mit laufenden Einschätzungen über die Erfolgchancen kommuniziert werden. So finden sich in den Bewerbungskomitees möglichst weltweit bekannte Fußballikonen, um diesen Bedürfnissen gerecht zu werden. Es müssen beachtliche Summen eingeworben werden, um Überzeugungsarbeit welt- und europaweit leisten zu können (Teilnahme an Verbandskongressen, Turnieren et cetera).

Die Bewerbungsbudgets erreichen ohne Schwierigkeiten Größenordnungen zwischen 20 und 30 Mio. US-Dollar und werden über Sponsoren akquiriert; auch Regierungen sind bereit, entsprechende Beträge zur Verfügung zu stellen. Die FIFA selbst vergibt eine WM mit einem Vorlauf von sechs Jahren, die UEFA von fünf Jahren, weshalb das eigentliche Bewerbungsverfahren für die Vergabe einer EM (UEFA) oder WM (FIFA) circa sieben Jahre vor dem eigentlichen Wettbewerb beginnt. Im Fall der Bewerbung des DFB für die WM 2006 begann dieser Prozess im Grunde sogar schon 1993. Die Bewerbung des DFB stützte sich dabei auf folgende zehn Säulen:

1. Eine Fußball-Nation mit Tradition
2. Der DFB – ein guter Gastgeber
3. Das Turnier der kurzen Wege
4. Treffpunkt der Fans
5. Moderne Stadien
6. Die WM 2006 – Nutzen für alle!
7. Die Bundesliga – Heimat der Nationen
8. Drehscheibe der Medien
9. Ein Anreiz für die Jugend
10. Breite Zustimmung für die WM 2006.

## Rechtsgrundlagen und Regierungsgarantien

An anderer Stelle wurde schon darauf hingewiesen, welche großen Anstrengungen seitens der Regierungen und der ausrichtenden Städte unternommen werden müssen, um eine erfolgreiche Bewerbung sicher zu stellen. FIFA und UEFA haben ihre Pflichtenhefte soweit perfektioniert, dass sie Überraschungen ausschließen und schon vor der Vergabe in vertraglichen Vereinbarungen eine hohe Qualität der Ausrichtung gewährleisten. Die Rechtsgrundlage einer WM bildet der Ausrichter-Vertrag (Organising Association Agreement [OAA]) zwischen vergebendem internationalen Verband und beauftragtem Nationalverband, bei der WM 2006 beispielsweise zwischen FIFA und DFB. Anhänge des OAA sind die List of Requirements (LoR), das Technical Annex, das Wettbewerbsreglement der FIFA sowie Verträge der FIFA mit den Dienstleistern MATCH und Host Broadcast Services (HBS). Die Planung und Durchführung der Veranstaltung obliegen dem beauftragten Nationalverband, der mit dem Organisationskomitee (OK) eine organisatorische Einheit ohne rechtliche Selbst-

ständigkeit als institutionelle Basis begründet.<sup>1</sup> Die Verpflichtungen von Städten und Regierungen bei der Durchführung einer WM oder EM geben die in Tabelle 1 dargestellten, durch die internationalen Verbände geforderten Regierungsgarantien wieder.

**Tabelle 1: Regierungsgarantien der BRD bei der FIFA-WM 2006**

<b>Regierungsgarantien</b>
Ein- und Ausreise-Genehmigungen
Arbeitsgenehmigungen
Zoll, Mehrwertsteuer, andere Steuern – Steuerbefreiung (FIFA & beteiligte Nationalverbände)
Sicherheit
Banking und Transaktionen mit ausländischen Währungen
Telekommunikation
IBC und Medienzentrum
Transport
Preispolitik
Ticketing
Nationalhymnen und Flaggen
Medizinische Betreuung

Quelle: Eigene Darstellung.

Die in Tabelle 1 dargestellten Regierungsgarantien sind ein entscheidendes Element des OAA. Neben diesen Garantien hat die deutsche Bundesregierung bei der WM 2006 verschiedene weitere Leistungen erbracht:

1. Leistungen der Bundesregierung (unter anderen Regierungsgarantien) und Projekte der Ressorts (unter anderen *Green Goal*, *No smoking, please*, *Kinder stark machen*).

<sup>1</sup> Ausnahme ist der FIFA World Cup 2010, bei dem das lokale Organisationskomitee (LOC) rechtlich selbstständig ist.

2. Standortwerbung für Deutschland (unter anderen Initiative *Deutschland – Land der Ideen*, Investorenveranstaltungen mit der Standort-Marketing-Gesellschaft des Bundes, Invest in Germany GmbH, Bewerbung der Reise-destination Deutschland über die vom Bundeswirtschaftsministerium finanzierte Deutsche Zentrale für Tourismus [DZT]).
3. Kunst- und Kulturprogramm (mit dem Fußball-Globus als Erkennungszeichen).
4. Nationale Service- und Freundlichkeitskampagne (für die Gäste der WM; in diesem Kontext wurden über 100 000 Menschen in interkultureller Kompetenz, Mehrsprachigkeit, Freundlichkeit und Fußball-Wissen geschult).

Das WM-Gastgeberkonzept wurde in enger Kooperation mit dem OK, der Wirtschaft, den WM-Städten und weiteren Partnern umgesetzt und hat nach Einschätzung aller Experten seine Ziele eindrucksvoll erreicht oder sogar übertroffen. Auch der Sportausschuss des Deutschen Bundestages, der die finanziellen Mittel für die Umsetzung des Gastgeberkonzeptes bereitgestellt hat, die Sportministerkonferenz und der Sportausschuss des Deutschen Städtetages würdigten das Engagement der Bundesregierung. Über die genannten Aufgaben hinaus war der Stab der WM 2006 zuständig für die Leitung des Interministeriellen Arbeitskreises (IMAK) und die Durchführung von WM-Ressortbesprechungen (unter Beteiligung des Bundespräsidialamtes, des OK und anderen).

### Investitionen als Voraussetzung von Fußball-Welt- und Europameisterschaften

Mittleren und kleinen Verbänden fällt es nicht leicht, die geforderte Stadioninfrastruktur mit Mindestgrößen im FIFA-Bereich von 40 000 und im UEFA-Bereich von 30 000 Zuschauern netto zu garantieren, die Großen haben damit selbstverständlich kein Problem. FIFA und UEFA können sich genauso wenig wie der ausrichtende Verband um die Finanzierung infrastruktureller Maßnahmen kümmern; sie stellen allerdings die Anforderungen aus technischer Sicht dar. Mit eines der wichtigsten Motive der sich bewerbenden Verbände und damit die zentrale Rolle aller Überlegungen ist die Verfügbarkeit einer angemessenen Stadioninfrastruktur für die Zukunft der nationalen Spitzenligen.

Immer wieder ist der Gedanke aufgetaucht, dass sich private Finanziere für die neuen Arenen finden. Wenn der Autor es richtig einschätzt, so ist eine

WM oder EM ohne öffentliche Finanzierung im Stadionbau undenkbar. Nicht zu übersehen ist die wachsende Bereitschaft großer Clubs, sich finanziell im eigenen Stadion zu engagieren und damit auch ein beachtliches wirtschaftliches Risiko einzugehen. Von den Ländern wird erwartet, dass sie neben modernen Arenen eine angemessene Verkehrsinfrastruktur einschließlich modernisierter Flughäfen, Bahnhöfe et cetera auf die Beine stellen. Dies mag für die großen Industriestaaten kein Problem darstellen, Südafrika oder Polen und die Ukraine haben mit dieser Erwartungshaltung regelrecht zu kämpfen. Die gewaltigen finanziellen Anstrengungen der Länder sind dadurch zu rechtfertigen, als es sich hierbei um Entwicklungspotenziale handelt, die weit über die unmittelbare Bedeutung für die Fußball-Mega-Veranstaltung hinaus reichen. Tabelle 2 verdeutlicht am Beispiel Südafrikas dieses Investment mit Zahlen.

Tabelle 2: Budgetpositionen der FIFA-WM 2010

<b>Budget Position</b>	<b>Amount in million Rand</b>	<b>Amount in million euro</b>
<i>Stadia &amp; Precinct Dev.</i>	9 841	890
<i>Transport</i>	11 728	1 071
<i>Broadcast / Telcom.</i>	300	27
<i>Event Operations</i>	684	62
<i>Safety &amp; Security</i>	1 305	119
<i>Event Volunteers Training</i>	25	2
<i>Ports of Entry Infrastructure</i>	3 500	320
<i>Immigration Support</i>	630	57
<i>Communications, Hosting, Legacy &amp; Culture</i>	504	46

Quelle: Eigene Darstellung.

Was die Regierungen ebenfalls im Rahmen der Regierungsgarantien gewährleisten müssen, ist der Ausbau eines leistungsfähigen Telekommunikationsnetzes mit entsprechenden Medieneinrichtungen, wie zum Beispiel dem International Broadcast Centre, das für eine qualitativ hochstehende Fernseh- und

Funkberichterstattung unverzichtbar ist. Die Rolle des Host Broadcasters obliegt in Zusammenarbeit mit der führenden Fernsehanstalt allerdings einer eigenen Serviceeinrichtung von FIFA, die HBS genannt wird, und die auch bei den Europameisterschaften die Rolle des produzierenden Signalgebers übernimmt.

## Sicherheit bei Fußballgroßveranstaltungen

FIFA und UEFA erwarten umfangreiche Garantien im Bereich der Sicherheit. Dabei kommt es auf das Ausrichterland an, welche Schwerpunkte im nationalen Sicherheitskonzept vorrangig sind. Während bei der WM 2006 Fragen wie Hooliganismus und Terrorismus im Vordergrund standen, spielt die allgemeine Kriminalität in Südafrika eine erhebliche Rolle. In allen Fällen ist eine umfassende und enge Zusammenarbeit von FIFA und lokalem Ausrichter mit den Sicherheitsbehörden unverzichtbar und fordert eine sorgfältige Analyse und Planung, qualitativ hochwertige Ausbildung und beste technische Ausstattung, um die zu entwickelnden Strategien erfolgreich umzusetzen.

Die Länder-übergreifende polizeiliche Kooperation spielt eine immer größere Rolle. Ein anderes Element, das immer wieder zu großen öffentlichen Diskussionen führt, ist die erwartete Befreiung von Ertragssteuern. Steuerfrei sollen nicht nur die Einnahmen von FIFA und UEFA bleiben, sondern auch die Beteiligung der teilnehmenden Nationalverbände. Nicht von der Steuerbefreiung erfasst werden die Prämien der Trainer und Spieler sowie eventuelle Gewinne des ausrichtenden Verbandes.

## Vermarktung von WM und EM

Alle Bewerber treten unter dem Motto an, „die beste WM oder EM aller Zeiten“ ausrichten zu wollen. Dies wird von den beiden Konföderationen tatkräftig unterstützt, um immer bessere Bedingungen für die Teams et cetera und nicht zuletzt für die Marketing-Partner auf allen Ebenen sicher zu stellen. Slogans wie *Die Welt zu Gast bei Freuden* (2006), *Erlebe Emotionen* (2008) und *Ke Nako Celebrate Africa's Humanity* (2010) verdeutlichen diese Bemühungen.

Die zentrale Vermarktung durch FIFA und UEFA bedeutet ein Feld der Herausforderung. Hier muss gewährleistet werden, dass Branchen-Exklusivität

uneingeschränkt umgesetzt werden kann. Die Marketingkonzepte gehen weit über den Stadionsektor hinaus; manchmal entsteht der Eindruck, als habe sich ein ganzes Land den diesbezüglichen Vorgaben zu unterwerfen. Marketing-Partner sind in den Kategorien FIFA Partner und FIFA World Cup Sponsor üblicherweise wirtschaftliche Global Player; die nationale Wirtschaft kann sich in der Kategorie National Supporter einbringen. Gleichwohl entstehen kritische Szenarien (Auto, Bier et cetera), und die Reaktionen der nationalen Wirtschaft und deren Unverständnis sind dementsprechend und führen immer wieder zu erheblichen Konflikten. Die Debatten gehen bis in die Parlamente hinein und stellen diesbezügliche Regierungsgarantien und vertragliche Verpflichtungen des ausrichtenden Verbandes infrage.

### Forderungen der Steuerfreiheit der Einnahmen

Die geforderte Steuerfreiheit der Einnahmen verschärft vielfach die öffentliche Diskussion. Das außergewöhnliche finanzielle Engagement der öffentlichen Hand erlaubt nicht, dass das Organisationskomitee für sein eigenes Budget öffentliche Hilfen erhält, auch nicht in Form einer Ausfallbürgschaft. Der DFB musste im Falle der WM 2006 das Veranstalterisiko mit einem Volumen von etwa 400 Millionen Euro selbst tragen.

Glücklicherweise hat das Organisationskomitee 2006 – als rechtlich unselbstständige Abteilung des Verbandes – einen Überschuss von mehr als 150 Millionen Euro erwirtschaftet, der zum Teil an die FIFA als Profit Share zurückgeflossen ist, in größerem Umfang aber der Fußball-Familie in Deutschland zugute kam. Dass das OK 2006 zwischen 40 und 50 Millionen Euro Steuern bezahlte, sei nur am Rande vermerkt.

### Positive Wirkungen von Fußballgroßveranstaltungen

Es soll hier aber nicht nur die Rede von den Pflichten der Ausrichter sein und den großen Verantwortlichkeiten, die zu übernehmen sind, sondern es soll herausgestellt werden, welche positiven Wirkungen diese Events für das ausrichtende Land bringen können. Wissenschaftliche Untersuchungen der sozio-ökonomischen Wirkungen kommen zu dem Ergebnis, dass es sich aus vielen Gründen lohnt, sich um die Mega-Fußball-Veranstaltungen zu bewerben. Hun-

dertausende ausländische Besucher bringen beachtliche Finanzströme in das ausrichtende Land. Allein die daraus fließenden Steuern können zumindest einen Ausgleich für die Investition der öffentlichen Hand in die Stadien bringen. Beachtliche – wenn auch nur temporäre Zuwächse des Bruttosozialprodukts – und neue Arbeitsplätze sind weitere bedeutende wirtschaftliche Komponenten. Wichtig sind aber auch andere Elemente wie zum Beispiel der Imagezugewinn des ausrichtenden Landes, der sich in Deutschland ganz gravierend darstellte.

Plötzlich sah die Welt ein anderes Bild unseres Landes und wunderte sich, mit welcher Freundlichkeit und Gastfreundschaft die ausländischen Besucher empfangen wurden. Zu diesem positiven Bild haben wesentlich die Public Viewing-Veranstaltungen beigetragen, die sich 2006 über das ganze Land erstreckten und schätzungsweise mehr als 20 Millionen Menschen mobilisierten. Wenn man diese Zahlen ins Verhältnis zum Stadionbesuch mit etwa 3,5 Millionen setzt, so ist der Stellenwert der Public Viewing- und Fan Fest-Veranstaltungen als wichtige Ergänzung zum Stadiongeschehen in der Zukunft eigentlich unverzichtbar.

Die EURO 2008 hat diese Tendenz fortgeführt. Wir hoffen, dass auch in Südafrika 2010 eine entsprechende Bewegung im Lande entsteht, wenngleich durch Winter und Dunkelheit bei den späten Anstoßzeiten ungleich schlechtere Voraussetzungen gegeben sind.

Was sind weitere Elemente positiver Auswirkungen: Mitgliederzuwachs im Bereich des ausrichtenden Verbands vor dem Ereignis und in den Folgejahren und steigende Zuschauerzahlen für den bezahlten Fußball. So konnten die Bundesliga und die 2. Bundesliga nach der WM 2006 immer wieder neue Zuschauerrekorde (inzwischen durchschnittlich etwa 40 000 pro Spiel) melden, die nicht zuletzt auf eine verbesserte Stadioninfrastruktur und das Komfortangebot in den neuen Arenen zurückzuführen sind.

Ob eine Welt- oder Europameisterschaft in der Lage ist, friedensstiftende Wirkungen innerhalb sich abgrenzender Bevölkerungskreise auszulösen (wie etwa in Südafrika 2010 oder auf Dauer Ost und West, wie 2006 in Deutschland erwartet), ist nicht beweisbar. Südkorea und Japan sind sich nachweislich 2002 näher gekommen. Berechtigte Hoffnungen sind jedoch angebracht, insbesondere dann, wenn die eigene Nationalmannschaft erfolgreich spielt und der Gastgeberstolz damit in besonderem Maße angeregt wird. Das dadurch entstehende Wohlfühlelement der Menschen kann zumindest über die Veranstaltung hinaus anhalten. Das positive Image des Landes hat nicht zuletzt im touristischen Be-

reich weit über das Veranstaltungsjahr hinaus gehende Folgerungen, wie sich im Falle der WM 2006 inzwischen statistisch auch ohne Weiteres nachweisen lässt (Zuwächse in den Spielorten bis zu 7 % pro Jahr).

Nicht verschwiegen werden darf, dass nicht immer die neuen Stadien entsprechende Nutzer finden, weil eben nicht gewährleistet werden kann, dass Clubs in der 1. oder 2. Liga auf Dauer verbleiben (wie zum Beispiel Leipzig) oder dass die gesamte sportliche Infrastruktur eines Landes einen hohen Auslastungsgrad der neuen Stadien auf lange Sicht garantiert.

Fest steht, dass Großveranstaltungen in dieser Kategorie mit Risiken versehen sind, die angesichts einer relativ langen Vorlaufzeit nicht vollumfänglich absehbar sind und deshalb keinesfalls ein überragender Erfolg als gesichert gilt. Das politische Weltklima oder die weltwirtschaftliche Entwicklung können dabei eine überaus wichtige Rolle spielen.