

Die ökonomischen Effekte von Fußballweltmeisterschaften

Das Beispiel 'Fußball-WM 2006'

von

Malte Heyne

ULB Darmstadt



16660230

Tectum Verlag
Marburg 2006

INHALTSVERZEICHNIS

INHALTSVERZEICHNIS.....	I
ABBILDUNGSVERZEICHNIS.....	IV
TABELLENVERZEICHNIS.....	V
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS.....	VII
1. EINFÜHRUNG.....	3
2. DIE GLOBALE BEDEUTUNG EINER FUßBALL-WELTMEISTERSCHAFT.....	5
2.1 EINE FUßBALL-WM IN DER EVENTFORSCHUNG.....	5
2.2 DIE ENTWICKLUNG DER FIFA FUßBALL-WELTMEISTERSCHAFT.....	10
2.2.1 DIE HISTORISCHE UND WIRTSCHAFTLICHE ENTWICKLUNG.....	10
2.2.2 AKTEURE EINER FUßBALL-WM.....	15
2.2.2.1 FIFA.....	15
2.2.2.2 AUSRICHTERLAND.....	19
2.2.2.3 MASSEN MEDIEN UND SPONSOREN.....	21
2.3 INSTITUTIONELLER RAHMEN DER AUSRICHTUNG.....	25
2.3.1 DAS BEWERBUNGS- UND VERGABEVERFAHREN.....	28
2.3.2 VORSCHRIFTEN IM AUSRICHTUNGSPROZESS.....	32
3. STAND DER FORSCHUNG.....	35
3.1 UNTERSUCHUNGSOBJEKTE.....	39
3.2 IDENTIFIKATION DER RELEVANTEN EFFEKTE.....	47
3.3 EX-ANTE VS. EX-POST-STUDIEN.....	57
3.4 WAHL DER UNTERSUCHUNGSMETHODIK.....	65
3.5 ERGEBNISSE DES LITERATURSPIEGELS UND FORSCHUNGSBEDARF.....	70
4. KOSTEN-NUTZEN-ANALYSE ZUR WM 2006.....	75
4.1 THEORETISCHE GRUNDLAGEN VON KOSTEN-NUTZEN-ANALYSEN.....	75

4.2	SOZIO-ÖKONOMISCHE ANALYSEN ZUR FUßBALL-WELTMEISTERSCHAFT 2006 IN DEUTSCHLAND.....	82
4.3	DURCHFÜHRUNG EINER AKTUALISIERTEN KOSTEN-NUTZEN-ANALYSE ZUR WM 2006	95
4.3.1	DEFINITION DES PROJEKTES UND DER PROJEKTALTERNATIVEN UNTER BEACHTUNG DER RELEVANTEN NEBENBEDINGUNGEN	95
4.3.2	IDENTIFIKATION DER PROJEKTAUSWIRKUNGEN UND ZUORDNUNG DER EFFEKTE ZU BETROFFENEN WIRTSCHAFTSSUBJEKTEN	96
4.3.3	KATALOGISIERUNG DER EFFEKTE NACH IHRER RELEVANZ FÜR DEN UNTERSUCHTEN PERSONENKREIS UND DIE UNTERSUCHTE REGION.....	96
4.3.4	QUANTIFIZIERUNG UND MONETARISIERUNG DER EFFEKTE	98
4.3.5	DISKONTIERUNG DER EINZELNEN NUTZEN UND BERECHNUNG DES NETTOGEGENWARTSWERTES.....	121
4.3.6	SENSITIVITÄTSANALYSE	123
4.3.7	INTERPRETATION UND VERGLEICH DER ERGEBNISSE.....	124
5	EVALUATION DES WERTES DER AUSRICHTUNG DER WM 2006 FÜR DIE DEUTSCHE BEVÖLKERUNG	127
5.1	VERFAHREN ZUR BEWERTUNG ÖFFENTLICHER GÜTER	127
5.1.1	METHODE HEDONISCHER (IMPLIZITER) PREISE ZUR BEWERTUNG VON ÖFFENTLICHEN GÜTERN	128
5.1.2	'TRAVEL-COST-METHOD'	130
5.1.3	MEDIENBEZOGENE ANSÄTZE.....	131
5.1.4	'CONTINGENT VALUATION METHOD'	132
5.1.4.1	GESTALTUNG EINER CVM-STUDIE	135
5.1.4.2	ANWENDUNGSPROBLEME DER CVM	136
5.1.4.3	ZUVERLÄSSIGKEIT DER ERGEBNISSE VON CVM-STUDIEN	141
5.2	CVM-STUDIEN IN DER SPORTÖKONOMIE.....	147
5.3	DURCHFÜHRUNG EINER CVM-STUDIE ZUR BEWERTUNG DES 'NET ECONOMIC WELFARE' IN DER BEVÖLKERUNG AUFGRUND DER AUSRICHTUNG EINER FUßBALL-WM.....	151
5.3.1	STRATEGISCHE BEWERTUNGSPLANUNG	151
5.3.1.1	ERKENNEN DES INFORMATIONSDZEFIZITS	151
5.3.1.2	DEFINITION DES BEWERTUNGSOBJEKTES UND DER ERFORDERLICHEN WERTKATEGORIEN	151
5.3.1.3	WAHL DER CVM.....	154
5.3.1.4	AKZEPTANZ DER GRUNDANNAHMEN.....	154
5.3.2	OPERATIVE BEWERTUNGSPLANUNG.....	155

5.3.2.1 WAHL DES BEWERTUNGSMAßES: ZAHLUNGSBEREITSCHAFT VS. KOMPENSATIONSFORDERUNG.....	155
5.3.2.2 WAHL DES ZAHLUNGSINSTRUMENTES.....	157
5.3.2.3 FORMULIERUNG DER BEWERTUNGSFRAGE.....	159
5.3.2.4 GESTALTUNG DES FRAGEBOGENS.....	162
5.3.3 PHASE DER WERTERMITTLUNG.....	171
5.3.4 PHASE DER WERTSYNTHESE.....	177
5.3.4.1 BERICHT ÜBER DIE FELDARBEIT.....	177
5.3.4.2 ERGEBNISSE DER STUDIE.....	179
5.3.4.3 VALIDITÄT UND RELIABILITÄT DER ERGEBNISSE.....	187
5.3.4.4 WERTINTERPRETATION.....	193
5.3.4.5 OFFENLEGUNG DER ERHEBUNGSTECHNIK.....	198
6. FAZIT.....	200
LITERATURVERZEICHNIS.....	209

ANHANG