

Heyne, Malte; Süßmuth, Bernd

Article

Hidden Value: Wohlfahrtsökonomische Effekte internationaler Sportgroßveranstaltungen

Schmollers Jahrbuch – Journal of Applied Social Science Studies. Zeitschrift für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Provided in Cooperation with:

Duncker & Humblot, Berlin

Suggested Citation: Heyne, Malte; Süßmuth, Bernd (2007) : Hidden Value: Wohlfahrtsökonomische Effekte internationaler Sportgroßveranstaltungen, Schmollers Jahrbuch – Journal of Applied Social Science Studies. Zeitschrift für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, ISSN 1865-5742, Duncker & Humblot, Berlin, Vol. 127, Iss. 4, pp. 511-529, <https://doi.org/10.3790/schm.127.4.511>

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/292207>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.



<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Hidden Value: Wohlfahrtsökonomische Effekte internationaler Sportgroßveranstaltungen

Eine Betrachtung vom anderen Ende des Contingent-Valuation-Spektrums: Maradona- vs. Beckenbauer-Effekt

Von Malte Heyne und Bernd Süßmuth*

Abstract

This paper analyzes and quantifies the intangible benefits for the German population resultant from Germany's hosting of the FIFA Soccer World Cup 2006. We compare this legacy of Franz Beckenbauer with welfare effects generated by athletic success of the German national squad, labelled "Maradona-Effekt" by Rätzel and Weimann (2006) and summarized in Brenke and Wagner (2006). Our analysis relies on data from two contingent valuation surveys before and after the tournament.

Zusammenfassung

Dieser Beitrag untersucht und quantifiziert den intangiblen Nutzen, der der deutschen Bevölkerung durch das Ausrichten der FIFA Fußballweltmeisterschaft 2006 entstanden ist. Wir vergleichen dieses Vermächtnis Franz Beckenbauers mit den Wohlfahrtseffekten, die durch sportlichen Erfolg der deutschen Nationalmannschaft entstehen und die von Rätzel und Weimann (2006) als „Maradona-Effekt“ bezeichnet und in Brenke und Wagner (2006) zusammenfassend dargestellt werden. Unsere Untersuchung stützt sich auf Daten zweier Umfragen auf Grundlage der Contingent-Valuation-Methode vor und nach dem Turnier.

JEL-Classification: H49, H59, L83

Received: July 31, 2007

Accepted: October 9, 2007

* Der Beitrag wurde abgeschlossen während eines Gastaufenthalts an der University of California, Santa Barbara. Bernd Süßmuths Dank gilt dem Department of Economics der UCSB für seine Gastfreundschaft und Unterstützung. Wir bedanken uns darüber hinaus bei zwei anonymen Gutachtern und Gert G. Wagner für eine Fülle an sehr konstruktiven Hinweisen und wertvollen Verbesserungsvorschlägen.

1. Einleitung und Motivation

Am 6. Juli 2000 vergab das Exekutivkomitee des Weltfußballverbandes FIFA die Ausrichtung der Fußball-WM 2006 äußerst knapp mit zwölf Stimmen, elf Gegenstimmen und einer Enthaltung an Deutschland. Franz Beckenbauer leitete erfolgreich die deutsche Delegation, was ihm endgültig den Ruf *der „Lichtgestalt“* des deutschen Fußballs einbrachte. Als Kopf des Organisationskomitees (OK) der WM 2006 wird sein Beitrag für das Image der Deutschen im Ausland sogar für größer erachtet als derjenige von „50 Jahren Diplomatie und zehn Goethe-Institute zusammen“.¹

In ihrem Beitrag „Der Maradona Effekt“ untersuchen Rätzel und Weimann (2006) auf Grundlage der Contingent-Valuation-Methode (CVM) die Zahlungsbereitschaft (ZB) der erwachsenen, deutschen Wohnbevölkerung für das Betrachten eines WM-Spiels mit deutscher Beteiligung im Vergleich zu einem Spiel ohne Beteiligung der deutschen Nationalelf (vgl. Brenke / Wagner, 2006, 29–31). Das gezeichnete hypothetische Szenario der Interview-Abfrage bezieht sich dabei auf das Viertel-, Halbfinal- und Finalspiel der bekanntermaßen in Deutschland ausgerichteten FIFA-WM 2006. Die errechneten aggregierten Wohlfahrtseffekte reichen dabei von 189 Millionen Euro (Ausscheiden im Viertelfinale) bis 747 Millionen Euro (Erreichen des Finalspiels). Im Kernstück ihrer Studie ermitteln die Autoren einen Wert für die Kompensationsforderung der Deutschen bei einer Finalniederlage in Höhe von mehr als 17 Milliarden Euro zur Wiederherstellung „kollektiver Indifferenz“. Der korrespondierende, in dieser Studie ermittelte aggregierte Zahlungsbereitschaftswert liegt bei vergleichsweise konservativ geschätzten 2,3 Milliarden Euro für den WM-Titel.² Rätzel und Weimann (2006) belegen diese beachtlichen positiven Wohlfahrtseffekte nationalen sportlichen Erfolgs mit dem Schlagwort „Maradona-Effekt“.

Der Maradona-Effekt ist unabhängig vom Ort der WM-Ausrichtung, da Wohlfahrtsgewinne auch bei einem Erfolg der DFB-Elf in Südafrika in entsprechender Höhe möglich sind. Wirtschaftspolitisch interessanter ist – wenn man davon absieht, dass der Heimvorteil die Spielstärke der Nationalelf beflügeln kann – daher der Beckenbauersche Vermächtnis-Effekt, also der Fakt, dass Deutschland Gastgeber der WM 2006 war und insbesondere durch diesen

¹ Siehe in diesem Zusammenhang DIE ZEIT, Nr. 18, 25. April 2001, „Ich, Franz, Kaiser und Hofnarr“ (Leben).

² Dieser Wert basiert auf dem für Ausreißer bekanntermaßen anfälligen ersten Moment, dem arithmetischen Mittel, der Individualpräferenzen. In einer *Research Note* zeigen Brenke und Wagner (2007), dass sich für ein Zugrundelegen des Medians als robustem Maß deutlich niedrigere Werte aus den von Rätzel und Weimann (2006) erhobenen Zahlen ergeben. Demnach läge die aggregierte Kompensationsforderung bei 3,4 Milliarden Euro, die aggregierte Zahlungsbereitschaft der Deutschen für den Gewinn des WM-Titels bei 670 Millionen Euro.

Umstand bereits nicht unmittelbar messbare Wohlfahrtsgewinne für die deutsche Volkswirtschaft entstanden.

Gegenstand dieses Beitrags ist die Bewertung und Monetarisierung der intangiblen Wirkungen, die sich alleine durch die Ausrichtung der WM 2006, für die deutsche Volkswirtschaft ergaben. Es geht also um die Beantwortung der Frage, ob der Vermächtnis-Effekt des Franz Beckenbauer mit einem möglichen Maradona-Effekt durch den (hypothetischen) Gewinn des WM-Titels durch die DFB-Elf mithalten kann. 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 Literatur werden diese intangiblen, nutzenstiftenden Größen des Außen- und Innen-Images 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 42 Bestandteile potentiellen nicht-unmittelbaren Nutzens einer WM-Ausrichtung.

Tabelle 1

Nutzendimensionen einer Fußball-WM-Ausrichtung

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

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 Ausschreitungen während der Spiele, Transportverzögerungen, individuelle Belästigung durch übermäßige Medienberichte, negative Externalitäten durch übersteigerten Nationalismus sowie ökologische Probleme oder auch die Opportunitätskosten einer alternativen Steuermittelverwendung.

2. Weitere existierende Literatur

Auch unsere im Folgenden skizzierte Studie bedient sich der ausführlich in Rätzel und Weimann (2006) beschriebenen Technik der CVM zur Ermittlung der ZB oder Kompensationsforderungen von Wirtschaftssubjekten für die Bereitstellung oder den Entzug öffentlicher Güter.

Es sollte allerdings erwähnt werden, dass erstmals Johnson und Whitehead (2000) den CVM-Ansatz im Rahmen einer sportökonomischen Studie genutzt und die Verwendungsfähigkeit der Methode für sportökonomische Fragestellungen aufgezeigt haben. Die Autoren versuchen dabei den Wert der öffentlichen Güter zu bestimmen, den Sportteams für eine Region erzeugen. Dies dient der Feststellung, ob öffentliche Subventionen für Stadien durch die Bereitstellung solcher öffentlichen Güter gerechtfertigt sind. Die Ergebnisse zeigen, dass der Wert der Summe der zusätzlich entstehenden öffentlichen Nutzenbestandteile deutlich unter den Investitionskosten liegt.

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* Mannschaft *Pittsburgh Penguins* fragen sie die Bewohner der Region nach ihrer ZB dafür, dass die Stadt Pittsburgh das Team aufkauft und somit dauerhaft keine Gefahr eines Wegzugs besteht. Die Ergebnisse bestätigen die ursprüngliche Studie. Allerdings ist anzumerken, dass die Sportart Eishockey in den USA im Vergleich zu American Football, Basketball und Baseball wenig populär ist. Daher erscheinen die Ergebnisse nicht auf die anderen *Major-League*-Sportarten übertragbar.

Rappaport und Wilkerson (2001) beurteilen den CVM-Ansatz zur Bewertung der Vorteile, die die Beheimatung eines Sportteams auslöst, grundsätzlich positiv. Zur Studie von Johnson, Groothuis und Whitehead (2001) über die *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, besäße Pittsburgh immer noch den Status einer *Major-League*-Stadt. 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, Mondello und Whitehead (2005) führen ebenso eine CVM-Studie über die Wertschätzung von Effekten mit Öffentlichem-Gut-Charakter, die durch ein *National Football League* Team erzeugt werden, am Beispiel der *Jacksonville Jaguars* durch. Jacksonville erhielt erst durch die Ansiedlung der *Jaguars* den *Major-League-City*-Status. Daher kann die Frage überprüft werden, 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 öffentliche Subventionen für Stadienbauten zur Erzeugung positiver Externalitäten.

Der CVM-Ansatz wurde jüngst auch auf eine Sportgroßveranstaltung 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* erstellt. Die Studie ergab, dass Olympische Spiele intangible Wirkungen außerhalb von London hervorrufen und dass die Vertrautheit der Befragten mit den öffentlichen Gütern, die Olympische Spiele erzeugen, die Höhe ihrer ZB stark positiv beeinflusst. Insgesamt wird geschätzt, dass die Bevölkerung Großbritanniens bereit ist, etwa 4,6 Milliarden Euro für die Olympischen Spiele 2012 in London zu zahlen (eftec, 2005).

3. Untersuchungsdesign zum Beckenbauerschen Vermächtnis-Effekt

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 allerdings vorgenommen, um den spezifischen Anforderungen dieser Studie gerecht zu werden: Statt persönlicher Interviews wurden von uns Online-Befragungen durchgeführt, da diese Befragungsform die Vorteile einer schriftlichen Befragung mit denen eines Computer-gestützten Interviews kombiniert. Dazu sind zwei Punkte anzumerken. Zum einen bestand zum Zeitpunkt der Veröffentlichung der NOAA-Richtlinien noch nicht die Möglichkeit einer flächendeckenden Online-Erhebung. Daher trifft das Panel hierzu weder positive noch negative Aussagen. Zum anderen wird in der methodischen Literatur zur CVM auch das Auseinanderfallen kognitiver und konativer³ Einstellungselemente, d. h.

³ Gemeint ist hier weniger konativ im engen Sinne von versuchsweise, sondern vielmehr im Sinne der (Sozial-)Psychologie, die die drei Komponenten von Einstellungen kognitiv, affektiv und konativ unterscheidet und sie mit Wissen, Fühlen und Handeln assoziiert.

der Nicht-Übereinstimmung von Aussage über ein Handeln und tatsächlichem Handeln, der Umfrageteilnehmer problematisiert. Insbesondere trifft dies auf die Diskussion über den so genannten „Warm Glow“-Effekt im Rahmen CVM-basierter Studien zu. Demnach ziehen Studien-Teilnehmer möglicherweise eine Art moralische Befriedigung („a warm glow“) allein aus dem Akt des Gebens per se (Andreoni, 1989; Kahnemann/Knetsch, 1992; Nunes/Schokkaert, 2003). Dieser in Zusammenhang mit sozialem Druck, Schuld- und Sympathiegefühlen, etc. stehende Effekt überlagert nun die „kalte“ Zahlungsbereitschaft vor allem für *Face-to-Face*-Interviews. Die Ursache liegt darin, dass der Befragte das Bedürfnis eines „Warm Glow“-Gefühls als zwischenmenschliches Erlebnis im Rahmen der Befragungssituation befriedigen kann. Dieses zum Ausdruckbringen einer allgemein wohlthätigen Haltung dem Befragenden gegenüber haben Schkade und Payne (1994) anhand von Protokollen zu Interviews auf Grundlage der CVM dokumentiert und untersucht. Die Verzerrung durch „Warm Glow“-Effekte ist daher für Online-Umfragen weit weniger gegeben als für persönliche Interviews.

Die Konstruktion des ersten Fragebogens beruhte 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.⁴

Nach der Einwilligung der Testperson in die Befragung, wurde sie gebeten, sich eine kurze Einführung mit Informationen zum Bewertungsobjekt durchzulesen. Das Auftreten von in der Literatur so genannten *Embedding*-Effekten ist im Rahmen dieser Art der Befragung sehr unwahrscheinlich: Die Ausrichtung einer Fußball-WM stellt für ein bestehendes, demokratisches Land in Friedenszeiten ein in der Regel einmaliges Ereignis dar, weswegen lediglich der marginale Einfluss der WM auf bereits existierende öffentliche Güter wie dem gesellschaftlichen Zusammengehörigkeitsgefühl erfasst wird. Es ist nicht zu befürchten, dass die Probanden eine ZB etwa für den prinzipiellen gesellschaftlichen Zusammenhalt angeben.

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

⁴ Für eine detaillierte Darstellung aller Fragen der Umfrage, ihres genauen Aufbaus und Wortlauts verweisen wir den interessierten Leser auf Heyne (2006) und Heyne/Süßmuth (2007).

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 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 ZB für den Saldo der öffentlichen Nutzen und Kosten anzugeben, welche für sie durch die WM-Ausrichtung entstehen. Die WM fällt nicht aus. Die deutsche Bevölkerung kann also immer noch Nutzen aus möglichem sportlichen Erfolg der Nationalmannschaft und dem Verfolgen der andernorts ausgetragenen Spiele am Fernseher ziehen. Somit quantifiziert die Angabe einer ZB der Befragten ausschließlich den Wunsch, dass die WM in Deutschland (lokalisiert) stattfindet. Der hypothetische Ausweich-Ort für die Austragung der FIFA WM 2006 wurde nach verschiedenen *Pre-Tests* und *Focus-Group*-Diskussionen bewusst als Schweiz gewählt. Im Vortest wurde zunächst auch Frankreich als Austragungsland der WM 1998 mit adäquater Stadioninfrastruktur geprüft. Hier war eine deutliche Verzerrung der ZB nach oben zu verzeichnen. Der Grund hierfür liegt in der langen Rivalität zwischen Frankreich und Deutschland. Die befragten Personen bewerteten nicht die öffentlichen Nutzenbestandteile der WM-Ausrichtung sondern wollten lediglich verhindern, dass Frankreich in den Genuss der Gastgeberfunktion kommt. Die Schweiz ist als neutrales Land, das in einer wenig ausgeprägten Konkurrenz zu Deutschland steht, für diese Art von Verzerrungen kaum anfällig.⁵ Räumlich in weiterer Entfernung liegende und als Ausrichter bewährte Standorte wie die U.S.A. oder Japan als Gastgeberlandalternative des Szenarios heranzuziehen wurde von uns als eher problematische Möglichkeit eingestuft. Zwar wäre so weder die Rivalität noch die räumliche Nähe relevant gewesen, dafür wäre ein gewisser Grad an Realitätsferne entstanden: Da es bekannte Praxis

⁵ Wegen der Befürchtung, die Angst vor Terroranschlägen könnte die Probanden zu einer Bewertung des öffentlichen Gutes innere Sicherheit veranlassen, wurde im Szenario der Stadiensicherheitsaspekt in den Vordergrund gestellt. Die im Januar, zwei Monate vor der Befragung veröffentlichte Studie der Stiftung Warentest zu Sicherheitsmängeln in den WM-Stadien hat die Realitätsnähe des Szenarios deutlich erhöht. Vgl. Internet-Version, 31. 07. 07: http://www.stiftung-warentest.de/online/freizeit_reise/test/1335490/1335490/1336832/1336850.html.

der FIFA ist, die Ausrichtung der WM-Endrunden möglichst in kontinentaler Abwechslung zu vergeben,⁶ wäre etwa Japan (als Mitausrichter der WM 2002) kaum als realistischer Ausweichstandort in Betracht gekommen. Der Umstand, dass (Herren-)Fußball in den U.S.A. – weitgehend unbeeinflusst von der WM-Ausrichtung 1998 – eher den Charakter einer Randsportart hat, ließ uns auch die Vereinigten Staaten als Alternativausrichter für ein realistisches Szenario ungeeignet erscheinen. Hinzu tritt in beiden Fällen eine mögliche Verzerrung der ZB durch eine Aversion gegen eine Zeitverschiebung der Berichterstattung der Spiele des Turniers. Die eigentliche ZB wäre so durch eine Präferenz für die Ausrichtung der Spiele zu mitteleuropäischer Zeit überlagert.

Nach einer Verständnisprüfung schloss sich die eigentliche Bewertungsfrage an, mit welchem Betrag die Teilnehmer das OK unterstützen würden, damit die angesprochenen Maßnahmen finanziert werden können und die WM 2006 weiterhin in Deutschland ausgerichtet wird. Die Frage wurde im so genannten ‚payment card‘-Format gestellt. In umfangreichen *Pre-Tests* wurde das mögliche Spektrum der Zahlungsbereitschaften ermittelt und eine Zahlungskarte mit einer Betragsauswahl von 0 bis 70 Euro in sechs Intervallkategorien (0–5, 5–10, 10–20, 20–30, 30–50 und 50–70 Euro) gestaltet. Die obere Begrenzung der ZB auf 70 Euro ergibt sich aus den in den *Pre-Tests* ermittelten Werten. Unser Vorgehen bei der Ermittlung dieses Wertes orientierte sich hier in erster Linie an den pragmatischen Vorschlägen in Whitehead (2006): So wurden von uns in den Vortests sowohl offen gestellte ZB-Abfragen als auch immer wieder variierte ZB-Intervallkategorien benutzt zur Feststellung des Maximalwertes von 70 Euro und zur Eingrenzung der ‚payment card‘-Intervalle. Am Ende des Online-Interviews wurde den Teilnehmern noch die Möglichkeit zur Korrektur ihrer zunächst angegebenen ZB gegeben. Auf weitere Details unserer ZB-Betragsabfrage wird im Einzelnen auch im folgenden Abschnitt, der unsere Ergebnisse präsentiert, eingegangen.

4. CVM-Ergebnisse zum Beckenbauerschen Vermächtnis-Effekt

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

Zunächst wurde die Umfrage Anfang März 2006 durchgeführt. Insgesamt wurden 1.027 Personen des on- und offline rekrutierten Panels angeschrieben.⁷ Als die aus Gründen der Repräsentativität erforderliche Anzahl von 500

⁶ Seit der 1958 in Schweden stattgefundenen WM wurde das Turnier kein Mal in Folge auf demselben Kontinent ausgerichtet.

ordentlichen Befragungen erreicht war, wurde die Umfrage geschlossen. 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 hatten.

Die Personen des Panels, die an der Umfrage teilnahmen, mussten sich über eine zugewiesene Identität auf der entsprechenden Internet-Seite 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 vermieden. Die Stichprobe gibt das Meinungsbild der deutschen Bevölkerung zwischen 14 und 70 Jahren repräsentativ wieder. Bei der Stichprobe handelt es sich um eine Quotenstichprobe, die die Grundgesamtheit in den Dimensionen Alter, Geschlecht und Bildung abbildet. Die Stichprobe hat allerdings auch einen Zufallsstichprobencharakter, insofern als die Quote aus allen registrierten Panel-Teilnehmern im Sinne einer echten Zufallsstichprobe gezogen wird. Da es sich um einen Online-Umfrage handelt, kann nur Repräsentativität für alle deutschen Haushalte mit Internet-Zugang gewährleistet werden. Ältere Personenkreise und niedrige Einkommensschichten sind daher unter-, höhere Einkommen und Urbanitätsgrade überrepräsentiert. Abgesehen von diesen Einschränkungen ist die zugrunde liegende Stichprobe bevölkerungsrepräsentativ. Das Verfahren der Stichprobenziehung ist heute gängige Praxis der Marktforschungsinstitute. Nach Auskunft von *TNS Emnid (Non-Online-Atlas)* umfasst die Internetdichte 60% der deutschen Bevölkerung. Bei den 40% nicht-vernetzten Haushalten handelt es sich in erster Linie (und nicht zuletzt durch den demographischen Wandel bedingt) um ältere Personen.

Der Fragebogen wurde so programmiert, dass Antwortverweigerungen und fehlerhafte Antworten nicht möglich waren. Somit konnten 500 ausgefüllte Fragebögen in die Analyse eingehen. Lediglich bei der sensiblen Frage nach dem monatlichen Haushaltseinkommen wurde eine Ausnahme gemacht. Bei dieser Frage machten 99 Probanden keine Angabe. Für eine Regressionsanalyse bestehen nun zwei Möglichkeiten: für diese Personen den Mittelwert der ermittelten Einkommenskategorie anzusetzen⁸ oder Einkommen durch eine Variable wie den Bildungsgrad zu instrumentieren. Da von nicht unbeträchtlicher Kollinearität zwischen diesen beiden Größen auszugehen ist, beschränkt sich unsere Darstellung hier auf die letztere Variante.⁹

⁷ Hierbei handelt es sich um das Panel des Marktforschungsinstituts *ComCult*. Das Panel wurde in Zusammenarbeit und nach den Kriterien des Medien- und Sozialforschungsinstituts *TNS Emnid* stratifiziert und zusammengestellt.

⁸ Diese Vorgehensweise wird etwa von Whitehead (2006) empfohlen.

Die Studie lieferte folgende Ergebnisse. Fast 85 % der deutschen Bevölkerung dachten, dass die WM-Ausrichtung für Deutschland insgesamt einen Gewinn darstellen könne. Mehr als 80 % der Deutschen beurteilten die bis dahin erfolgte Organisation der WM 2006 als eher positiv. Die Verteilung der Variable Gesprächsthema Fußball gab 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 wurde von uns die Index-Variable WMEFFEKTE gebildet.

Tabelle 2 zeigt die Häufigkeitsverteilung der angegebenen Zahlungsbereitschaften. 407 Probanden (81,4 % des Samples) besaßen keine ZB für den Verbleib der WM in Deutschland. In Euro ließ sich ein Ex-ante-Mittelwert der ZB von 4,26, ein Median von 0 und eine Standardabweichung von 7,60 ermitteln. Bei einer Hochrechnung des Mittelwertes der ZB vor dem Turnier auf die Gesamtbevölkerung (für abgerundet 82 Millionen Einwohner) ergab sich, dass die Deutschen zunächst insgesamt bereit waren, 350 Millionen Euro für die Ausrichtung der WM 2006 in Deutschland zu entrichten.¹⁰

Zur Einordnung der angegebenen Zahlungsbereitschaften wurden die Personen nach den Gründen für die Angabe beziehungsweise Nicht-Angabe einer ZB gefragt. Insgesamt 409 Personen gaben in einem ersten Schritt an, keine ZB zu besitzen.¹¹ Es erscheint wichtig zu erwähnen, dass nur 17 Probanden angaben, keine ZB zu besitzen, hingegen zum Zeitpunkt der Bewerbung um

⁹ Die Regressionsergebnisse zur ersten Option sowie eine detaillierte Sensitivitätsanalyse (einseitige/zweiseitige Tobit-Modelle, Whitehead-Methode/Verkürzung der Stichprobe), die auch eine ausführliche Zerlegung der marginalen Effekte nach McDonald/Moffitt (1980) enthält, ist auf Anfrage von den Autoren erhältlich.

¹⁰ Die Umfrageteilnehmer hatten an der Stelle der in „*payment card*“-Form gestellten ZB-Betragsabfrage auch die Möglichkeit „Anderer Betrag“ anzugeben und dann einen konkreten Wert einzugeben. Diese Gelegenheit hat genau ein Teilnehmer wahrgenommen und dann einen Wert von 100 Euro angegeben. Zudem hatten an späterer Stelle der Umfrage alle Teilnehmer die Möglichkeit, Ihre gewählte positive ZB zu korrigieren. An dieser Stelle gab es auch wieder genau einen Teilnehmer, der seine zunächst gegebene ZB von 70 Euro in 100 Euro revidierte. Das „unbereinigte“ Aggregat (arithmetisches Mittel bei 4,38 Euro im Gegensatz zu 4,26 Euro unter Berücksichtigung der zwei revidierten Datenpunkte) fällt somit bei unterstellten 82 Millionen Bundesbürgern um 9,8 Millionen Euro höher aus als seine „bereinigte“ Variante.

¹¹ Durch die Korrekturmöglichkeit am Ende des Fragebogens, gaben letztlich 407 Personen an, keine Zahlungsbereitschaft zu besitzen.

die Ausrichtung der WM 2006 aber bereit gewesen wären, einen Betrag zu entrichten. Dieser geringe Anteil zeigt, dass die Personen ehrliche Angaben und nicht aufgrund der nicht überprüfbaren ZB zum Bewerbungszeitpunkt übertriebene Angaben gemacht haben. Aus diesem Grund kann der Einwand, die Studie würde eine verzerrte ZB liefern, weil zum Zeitpunkt der Befragung bereits Teile der durch die WM hinzukommenden öffentlichen Nutzenkomponenten erzeugt wurden, entkräftet werden.

Der wichtigste Grund keinen Betrag für die WM-Ausrichtung zu entrichten war für die Probanden ohne ZB, dass sie dachten, persönlich nicht von der WM zu profitieren. Etwa 92 % der Personen waren der Meinung, dass die WM ihnen persönlich keinen Nutzen zu stiften vermögen werde. Zweithäufigster Grund war die Gleichgültigkeit, wo die WM stattfinden würde. Interessant ist zudem, dass auch die meisten Personen ohne ZB dachten, dass die Vorteile der WM-Ausrichtung die Nachteile überwiegen würden. Diese Inkonsistenz zwischen gesamtwirtschaftlich(-theoretischer) und individueller Einschätzung ökonomischer Sachverhalte ist ein in der Konsumforschung, die ihre Wurzeln in der angewandten psychologischen Ökonomie hat, häufig dokumentiertes Phänomen.¹² Ireland (1976, 204) fasst die Position der „klassischen“ Konsumforschung in diesem Kontext so zusammen: „*the total situation needs to be analyzed by survey data to see exactly how consumers feel, rather than trying to project from theory how they are supposed to feel in a given set of circumstances*“.

Tabelle 2

Häufigkeitsverteilung der Zahlungsbereitschaften

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

¹² Kantona (1975) veranschaulicht dies etwa an dem Beispiel antizipierter Inflation: Während gesamtwirtschaftlich und modelltheoretisch vorhergesagt werden kann, dass gesteigerte Inflationserwartungen bei den privaten Haushalten zu Konsumzunahme führen, kann der einzelne Konsument antizipierte Inflation als ein Zeichen zukünftiger Unsicherheit interpretieren und daher seine Ersparnis auf Kosten konsumtiver Ausgaben erhöhen. Dieses Beispiel hat auch heute, über 30 Jahren nach Kantonas Beitrag, nichts an Aktualität eingebüßt (siehe Heer/ Süßmuth, 2007).

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

Eine Regressionsanalyse gab Aufschluss über die Größenordnung und statistische Signifikanz der ermittelten potentiellen Einflussfaktoren auf die Höhe der angegebenen ZB. Als unabhängige, erklärende Variablen wurden dabei von uns unter anderem die in Tabelle 3 beschriebenen Determinanten herangezogen.

Neben den in Tabelle 3 angeführten Dummyvariablen (GEWINN, SPIELORT, BERUF und GESCHLECHT) stellte sich auch die zwei-dimensionale (ja/nein) Kategorialvariablen persönlicher Profit an der WM als statistisch insignifikant für die erhobene Ex-ante-ZB heraus. Im Folgenden werden die Ergebnisse daher ohne diese Variablen dargestellt.

Die Angaben zur Höhe der ZB 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 ermittelte ZB-Variable Werte von 0 und 70 Euro an. Da es sich daher bei den Beobachtungen um links- und rechtszensierte Ausprägungen (Unterschranke: 0, Oberschranke: 70) handelt, sind konventionelle Regressionsverfahren wie die Standardmethode der kleinsten Quadrate (OLS) ungeeignet. Dies hat seinen Grund darin, dass OLS den qualitativen Unterschied zwischen Limit-Beobachtung und Nicht-Limit-Beobachtung nicht berücksichtigen kann (Greene, 2003).

Tabelle 3

Kodierung und Beschreibung der zentralen unabhängigen Variablen

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

Erhebungsfrage	Variable	Ausprägung
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

Ein Regressionsmodell, das zu dieser Differenzierung in der Lage ist, stellt ein Zensiertes-Normalverteilungs- oder TOBIT-Modell dar.¹³

$$(1) \quad HZB_i = \begin{cases} 70 & \text{für } PZB_i \leq 70 \\ PZB_i & \text{für } 0 < PZB_i < 70 \\ 0 & \text{für } PZB_i \leq 0, \end{cases}$$

¹³ Die inverse Mill's Ratio (Lambda) eines zwei-stufigen Standard-Heckit-Modells zur Korrektur von Stichprobenselektionsverzerrung (SSV) wurde insignifikant geschätzt, so dass davon ausgegangen werden kann, dass keine SSV vorliegt. Details zu den Schätzungen sind auf Anfrage von den Autoren erhältlich.

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

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

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

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 exogene Größen handelt, wurden diese von uns sukzessiv-alternativ in die Schätzung einbezogen.

Die Ergebnisse der Schätzungen in drei Spezifikationen a bis c (Spalten 2 bis 4) sind in Tabelle 4 dargestellt. Die in der zweiten Spalte ausgewiesenen marginalen Effekte beziehen sich auf die marginale Veränderung der Nicht-Latenten (HZB) bei marginaler Variation von Exogenenwerten. Sie lassen sich daher analog zu den Beta-Koeffizienten einer OLS-Schätzung interpretieren. Von einem Ausweis der statistisch insignifikant geschätzten Koeffizienten wurde abgesehen. Die fehlende Signifikanz der Variable ALTER in der ersten Spezifikation a kann dadurch erklärt werden, dass die Variablen GESPRÄCH und ALTER mit einem Korrelationskoeffizienten von 12 % auf einem Signifikanzniveau von 5 % miteinander korreliert sind, dass 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. Wie aus den Schätzungen zu den Spezifikationen b und c ersichtlich ist, geht der statistisch signifikantere Effekt auf die Höhe der ZB von der Variable GESPRÄCH aus.

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 ZB mit jedem weiteren Lebensjahr um ca. 0,38 Euro.

Tabelle 4

TOBIT-Modell-Schätzungen

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-R²: 8,50 %, ^{b)} McFadden-R²: 7,96 %, ^{c)} McFadden-R²: 8,30 %.

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 Ex-ante-ZB besitzen:

1. **GESPRÄCH** und **ALTER**: Beide Variablen 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 ZB. 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 ZB einhergeht. Dies verwundert zunächst, weil das Interesse an Fußball und der WM ein gesellschaftsübergreifendes Phänomen darstellt. Bei gründlicher Betrachtung ist dieses Ergebnis aber plausibel. Die Höhe der ZB 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, sind also auch eher bereit, für die gesamtgesellschaftlichen, den individuellen Konsum übersteigenden Potentiale einer WM-Ausrichtung zu zahlen, als Personen mit einem niedrigeren Bildungsgrad. Hinzukommt, dass in der hier dargestellten Regressionsanalyse die Exogene **BILDUNG** die kollineare exogene Größe **EINKOMMEN** instrumentiert, so dass eine höhere ZB der Besserqualifizierten auch daher rührt, dass diese sich durch ihr höheres Einkommen eine entsprechend höhere ZB „leisten“ können.

5. Diskussion des Beckenbauer-Effektes

Die Höhe der WM-bezogenen Ausgaben des Staates ist nicht exakt zu bestimmen, weil die Ausgaben auf verschiedenen administrativen Ebenen getätigt werden und der Grad des WM-Bezugs der Ausgaben nicht eindeutig zugeordnet werden kann. Deshalb wird geschätzt, dass sich das direkte finanzielle Engagement des Staates auf etwa 2,5 bis 3 Milliarden Euro (Verkehrsinfrastruktur, Stadien, Sicherheit) beläuft (Heyne, 2006). Eine aggregierte Ex-ante-ZB der Deutschen von 350 Millionen Euro für den Verbleib der WM in Deutschland zeigt also, dass die öffentliche Subventionierung der WM nicht durch die Bereitstellung öffentlicher Güter gerechtfertigt war. Auch die weit verbreitete Meinung, dass die intangiblen Nutzen der Ausrichtung von Sportgroßveranstaltungen die tangiblen, finanziellen Effekte übersteigen muß hinterfragt werden. Allerdings werden die Ergebnisse von früheren sportökonomischen CVM-Studien grundsätzlich bestätigt.¹⁴

Zur Erklärung dieses Sachverhaltes können verschiedene Ansätze herangezogen werden:

1. Ein abnehmender Grenznutzen kann erklären, warum die zusätzliche Produktion öffentlicher Nutzenbestandteile durch die WM ex ante geringer bewertet wurde, als vermutet: Teile der durch die WM zu erzeugenden Güter mit öffentlichem Charakter sind in Deutschland bereits in einem hohen Maß vorhanden. Hier ist vor allem zu bemerken, dass Deutschland bereits Ausrichter einer Fußball-WM und anderer Mega-Events war. 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.
2. Im Vergleich zu Rätzel und Weimann (2006) verdeutlichen unsere Ergebnisse, dass der Wert der öffentlichen Güter durch sportlichen Erfolg der Nationalmannschaft den Wert des öffentlichen Nutzen durch die bloße Ausrichtung der WM im eigenen Land, wenn auch nicht um ein großes Vielfaches, so doch übersteigt. Allerdings muss beachtet werden, dass die von Rätzel und Weimann gewonnenen Ergebnisse etwas zu relativieren sind. Die Abfrage der minimalen Kompensationsforderung widerspricht den Richtlinien des NOAA-Panels. Hierdurch sind höhere Ergebnisse vorprogrammiert, weil die Leute mit der Verkaufssituation nicht vertraut sind und dazu neigen, aus Angst übervorteilt zu werden, eine nach oben verzerrte Kompensationsforderung anzugeben.¹⁵

¹⁴ Eine Ausnahme bildet hier die Studie von *eftec* zu den intangiblen Effekten Olympischer Spiele 2012 in London. Bei dieser Studie ist jedoch zu beachten, dass die Auftraggeber womöglich ein strukturelles Interesse an einer hohen ZB haben, was sich in der technischen Ausgestaltung der CVM-Studie widerspiegelt.

¹⁵ Die Abfrage der Zahlungsbereitschaft für den Gewinn des WM-Titels liefert ja auch ein wesentlich vorsichtigeres Ergebnis. Die aggregierte ZB beträgt 2,3 Milliarden Euro –

3. Die Vorab-ZB für die WM war auch deswegen verhältnismäßig gering, weil davon ausgegangen werden kann, dass die WM ein (meritorisches) „Erfahrungsgut“ (Nelson, 1970; Ungern-Sternberg / von Weizsäcker, 1985) darstellt, dessen Preis und Qualität vorher nur schwierig abzuschätzen sind und erst durch Konsum bewertet werden können. Dieser Aspekt wird von Heyne, Maennig und Süßmuth (2007) überprüft, indem sie das selbe repräsentative Sample, das im März 2006 nach der Zahlungsbereitschaft für den Verbleib der WM gefragt wurde, nach dem WM-Erlebnis im Oktober 2006 erneut befragt haben. Drei Monate nach der WM wurden die Personen gebeten, sich in die Befragungssituation vom März 2006 zurück zu versetzen, und anzugeben, ob und wie sich ihre Zahlungsbereitschaft durch die Erfahrung der WM verändert hat. Die Ergebnisse zeigen, dass die WM tatsächlich den Charakter eines Erfahrungsguts besitzt: Die mittlere Zahlungsbereitschaft hat sich durch das WM-Erlebnis auf 10,06 Euro erhöht und somit mehr als verdoppelt. Insgesamt war die WM den Deutschen also rund 850 Millionen Euro wert. Dieser Anstieg entsteht vor allem dadurch, dass die WM Bevölkerungsschichten zusätzlich angesprochen und bei diesen eine Zahlungsbereitschaft generiert hat, welche noch im März 2006 keine Wertschätzung für die WM im eigenen Land besessen haben. Vor allem Ostdeutsche und Personen mit niedrigerem Bildungsstand konnten die positiven Wirkungen vor der WM mangels Erfahrung nicht richtig einschätzen (Heyne / Maennig / Süßmuth, 2007).
4. Einen wichtigen Grund für die gering ausgeprägte ZB sehen wir darin, dass gut 90 % der befragten Personen ohne Ex-ante-ZB 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 hat. 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 wurde von den Fans vor dem Event teilweise negativ bewertet, wie es z. B. die Diskussion um die Ticket-Vergabe oder der Biersponsoren-Streit im Vorfeld der WM verdeutlichten. Die Ergebnisse zeigen deutlich, dass der Zuschauer in den Mittelpunkt einer FIFA WM gestellt werden muss, damit die intangiblen Wirkungen in vollem Umfang realisiert werden können.

Es bleibt festzuhalten, dass das Beckenbauer-Vermächtnis den aus dem Gewinn eines WM-Titels resultierenden positiven öffentlichen Wohlfahrtswirkungen massiv unterlegen ist, auch wenn zu berücksichtigen ist, dass der Beckenbauersche Vermächtnis-Effekt erst durch das Erlebnis der WM seine

in der auf Medianwerten-basierenden Berechnung von Brenke/Wagner (2007) 670 Millionen Euro.

Schmollers Jahrbuch 127 (2007) 4

volle Wirkung entfaltet konnte. Diese Erfahrungswirkung zeigt, dass die Organisatoren durch ein hohes Maß an Aufklärung über die möglichen Effekte und Partizipation der Bevölkerung an den Turniervorbereitungen den Beckenbauer-Effekt durchaus hätten steigern können. Darüber hinaus beschränken die Restriktionen der FIFA die positiven Externalitäten im Ausrichterland. Für Südafrika wird dies 2010 sicherlich in noch höherem Maße gelten als für die hoch entwickelte Volkswirtschaft Deutschland.

Literatur

- Andreoni, J.* (1989): Giving with Impure Altruism: Applications to Charity and Ricardian Equivalence, *Journal of Political Economy* 97, 1447–1458.
- Arrow, K. / Solow, R. / Portney, P. / Leamer, E. / Radner, R. / Schuman, H.* (1993): Report of the NOAA Panel on Contingent Valuation, *Federal Register* 58, No. 10.
- Brenke, K. / Wagner, G. G.* (2006): The Soccer World Cup in Germany: A Major Sporting and Cultural Event – But without Notable Business Cycle Effects, *DIW Weekly Report* 2, No. 3, 23–31.
- Brenke, K. / Wagner, G. G.* (2007): Zum volkswirtschaftlichen Wert der Fussball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland, *DIW Research Notes* 19, April 2007.
- eftec* (2005): Olympic Games Impact Study – Stated Preferences Analysis, Final Report for the Department of Culture, Media and Sport.
- Greene, W. H.* (2003): *Econometric Analysis*, 5. Auflage, New Jersey.
- Heer, B. / Süßmuth, B.* (2007): The Savings-Inflation Puzzle, *Applied Economics Letters* (forthcoming).
- Heyne, M.* (2006): Die ökonomischen Effekte von Fußball-Weltmeisterschaften – am Beispiel ‚Fußball-WM 2006‘, Marburg.
- Heyne, M. / Süßmuth, B.* (2007): Wieviel ist den Deutschen die Ausrichtung der FIFA-WM 2006 wert und warum? Eine repräsentative Studie auf Grundlage der Contingent-Valuation-Methode, in: M.-L. Klein/M. Kurscheidt (Hrsg.), *Neue Perspektiven ökonomischer Sportforschung*, Schorndorf.
- Heyne, M. / Maennig, W. / Süßmuth, B.* (2006): Mega-Events as Experience Goods, nicht publiziertes Manuskript, TU München.
- Ireland, T. R.* (1976): Psychological Economics by George Katona, *Journal of Behavioral Economics* 5, 203–205.
- Johnson, B. K. / Groothuis, P. A. / Whitehead, J. C.* (2001): The Value of Public Goods Generated by a Major League Sports Team: The CVM Approach, *Journal of Sports Economics* 2, 6–21.
- Johnson, B. K. / Mondello, M. J. / Whitehead, J. 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, B. K./Whitehead, J. C.* (2000): Value of public goods from sports stadiums: the CVM approach, *Contemporary Economic Policy* 18, 48–58.
- Kahnemann, D./Knetsch, J.* (1992): Valuing Public Goods: The Purchase of Moral Satisfaction, *Journal of Environmental Economics and Management* 22, 57–70.
- Kantona, G.* (1975): *Psychological Economics*, New York.
- McDonald, J. R./Moffit, R. A.* (1980), The Uses of Tobit Analysis, *Review of Economics and Statistics* 62, 318–321.
- Nelson, P.* (1970): Information and Consumer Behavior, *Journal of Political Economy* 78, 311–329.
- Nunes, P. A. L. D./Schokkaert, E.* (2003): Identifying the Warm Glow Effect in Contingent Valuation, *Journal of Environmental Economics and Management* 45, 231–245.
- Rätzel, S./Weimann, J.* (2006): Der Maradona Effekt: Wie viel Wohlfahrt schafft die deutsche Nationalmannschaft?, *Perspektiven der Wirtschaftspolitik* 7, 257–270.
- Rappaport, J./Wilkerson, C.* (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.
- Schkade, D./Payne, J.* (1994): How People Respond to Contingent Valuation Questions: A Verbal Protocol Analysis of Willingness to Pay for an Environmental Regulation, *Journal of Environmental Economics and Management* 26, 88–109.
- Siegfried, J./Zimbalist, A.* (2000): The Economics of Sports Facilities and Their Communities, *Journal of Economic Perspectives* 14, 95–114.
- Ungern-Sternberg, T. von/von Weizsäcker, C. C.* (1985): The Supply of Quality on a Market for „Experience Goods“, *Journal of Industrial Economics* 33, 531–554
- Whitehead, J.* (2006), A Practitioner’s Primer on Contingent Valuation, in: A. Alberini / J. R. Kahn (Hrsg.), *Handbook on Contingent Valuation*, Cheltenham, 92–115.