

Holger Preuß / Hubert Siller / Anita Zehrer / Norbert Schütte  
Marc Stickdorn

**Wirtschaftliche Wirkungen und Besucherzufriedenheit  
mit der UEFA EURO 2008™**

1 114 437 859

**A 258705**

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Projektbeschreibung.....</b>	<b>1</b>
1.1	Teil A: Konsummuster der Besucher von sportlichen Mega-Events .....	1
1.2	Teil B: Besucherzufriedenheit und Host-City Image .....	2
1.3	Forschungsdesign.....	2
1.4	Erhebungsplanung .....	4
1.5	Datenqualität.....	5
1.6	Datenverarbeitung.....	8
<b>2</b>	<b>Sozio-demographische Daten .....</b>	<b>11</b>
2.1	Demographie.....	11
2.2	Nationalität und Wohnort .....	11
2.3	Nationalität der Besucher nach Turnierphase.....	14
2.4	Einkommen.....	16
<b>3</b>	<b>Wirtschaftliche Wirkungen und Konsumverhalten der EURO 2008 Besucher.....</b>	<b>19</b>
3.1	Ausgangsproblematik für den Teil "Wirtschaftliche Wirkungen" .....	19
3.2	Das Untersuchungsfeld der Studie.....	23
3.3	Kreislauf- und tourismustheoretische Grundlagen .....	28
3.3.1	Theorie zur Berechnung des Primärimpulses .....	28
3.3.2	Theorie zur Berücksichtigung von Zuflüssen durch Sporteventtourismus .....	30
3.4	Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des konsumtiven Impulses der EURO 2008 für Österreich und die Bundesländer .....	34
3.4.1	Grundlegende Vorgehensweise zur Modellierung des ökonomischen Impulses.....	34
3.4.2	Berechnung der gesamtwirtschaftlichen Wirkungen des Primäreffektes durch MultiREG .....	41
3.5	Modell zur Bestimmung des Primärimpulses durch die Besucher der EURO 2008.....	45
3.5.1	Berechnung des Mengengerüstes der Besucher und Besuchstage .....	45
3.5.2	Berechnung des Wertgerüstes der Besucher.....	54
3.6	Ergebnisse der empirischen Erhebung.....	58
3.6.1	Erkenntnisse zu den Reisemustern der EURO-Besucher .....	58
3.6.2	Erkenntnisse zu den Konsummustern der EURO-Besucher .....	63
3.7	Gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Besucher der EURO 2008 .....	69
3.7.1	Gültigkeitsbereich der Ergebnisse .....	69
3.7.2	Verdrängungen und Umverteilungen durch die Besucher der EURO .....	70

---

3.7.3	Gesamtwirtschaftliche Brutto-Wirkung der ausländischen EURO-Besucher und „Home Stayers“ .....	82
<b>4</b>	<b>Zufriedenheit der EURO 2008 Besucher .....</b>	<b>89</b>
4.1	Besucherezufriedenheit .....	89
4.2	Gesamtzufriedenheit .....	92
4.3	Zufriedenheit ausgewählter Faktoren im Überblick .....	95
4.4	Zufriedenheit und Wichtigkeit ausgewählter Faktoren nach Host City .....	98
4.5	Explizite Wichtigkeit der ausgewählten Faktoren .....	99
4.6	Reiseverkehrsmittel .....	100
4.7	Einflussvariablen .....	106
<b>5</b>	<b>Image .....</b>	<b>109</b>
5.1	Image .....	109
5.2	Host City Image .....	110
5.3	Image der UEFA EURO 2008 <sup>TM</sup> in Österreich .....	116
5.4	Potentielle Tourismuseffekte .....	121
<b>6</b>	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>125</b>